

Docentes influencers: Innovación digital y desafíos éticos en la educación del futuro

Influencer teachers: Digital innovation and ethical challenges in the education of the future

Professores influenciadores: inovação digital e desafios éticos na educação do futuro

Erika Lucía González Carrión
Universidad Nacional de Loja
Loja, Ecuador

erika.gonzalez@unl.edu.ec

 ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3808-5460>

Elizabeth Guadalupe Rojas Estrada
Universidad de Huelva
Huelva, España

elizabeth.rojas@dedu.uhu.es

 ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4104-5830>

Recibido – Received – Recebido: 08/09/2024 Aceptado – Accepted – Aprovado: 11/09/2024

DOI: <https://doi.org/10.22458/ie.v26iespecial.5521>

URL: <https://revistas.uned.ac.cr/index.php/innovaciones/article/view/5521>

Resumen: Este texto analiza el fenómeno de los docentes *influencers*, destacando su definición, los retos que enfrentan y las oportunidades que ofrecen tanto en la educación como en los medios. Las personas docentes *influencers* son profesionales que, además de su labor en el aula, utilizan plataformas digitales y redes sociales para compartir contenido educativo, interactuar con sus comunidades y generar impacto más allá del entorno escolar tradicional. Entre los desafíos que enfrentan se encuentran la gestión de la exposición pública, la conciliación entre su rol como profesores y creadores de contenido, y la adaptación a las demandas de la era digital. Sin embargo, este fenómeno también ofrece nuevas perspectivas para transformar la educación, favoreciendo la innovación pedagógica y el acceso a recursos educativos. A través de estas plataformas, contribuyen a la democratización del conocimiento y al fortalecimiento de una comunidad educativa más conectada y colaborativa.

Palabras clave: docente, redes sociales, comunidad, plataforma digital, educación mediática.

Abstract: This text analyzes the phenomenon of teacher influencers, highlighting their definition, the challenges they face and the opportunities they offer both in education and in the media. Influencer teachers are professionals who, in addition to their work in the classroom, use digital platforms and social networks to share educational content, interact with their communities and generate impact beyond the traditional school environment. Among the challenges they face are managing public exposure, reconciling their role as teachers and content creators, and adapting to the demands of the digital age. However, this phenomenon also offers new perspectives to transform education, favoring pedagogical innovation and access to educational resources. Through these platforms, they contribute to the democratization of knowledge and the strengthening of a more connected and collaborative educational community.

Keywords: teacher, social networks, community, digital platform, media education.

Resumo: Este texto analisa o fenómeno dos professores influenciadores, destacando a sua definição, os desafios que enfrentam e as oportunidades que oferecem tanto na educação como nos meios de comunicação.

Professores influenciadores são profissionais que, além do trabalho em sala de aula, utilizam plataformas digitais e redes sociais para compartilhar conteúdos educacionais, interagir com suas comunidades e gerar impacto além do ambiente escolar tradicional. Entre os desafios que enfrentam estão a gestão da exposição pública, a conciliação do seu papel como professores e criadores de conteúdos e a adaptação às exigências da era digital. No entanto, este fenômeno também oferece novas perspectivas para transformar a educação, favorecendo a inovação pedagógica e o acesso aos recursos educativos. Através destas plataformas contribuem para a democratização do conhecimento e para o fortalecimento de uma comunidade educativa mais conectada e colaborativa.

Palabras-chave: professor, redes sociais, comunidade, plataforma digital, educação midiática.

INTRODUCCIÓN

Desde hace tiempo, no es inusual encontrar canales como @Unprofesor, un proyecto creado por Cristina Álvarez, maestra de Educación Primaria en España, que ha alcanzado más de 1,57 millones de suscriptores en YouTube. Su contenido se centra en reforzar el aprendizaje en diversas asignaturas para estudiantes de primaria, mediante videos diseñados con el fin de enseñar conceptos como la multiplicación o para identificar la sílaba tónica. La estrategia de Álvarez ilustra cómo las redes sociales pueden funcionar como una extensión del aula, permitiendo al estudiantado acceder de manera autónoma a materiales complementarios.

La creciente digitalización y la expansión de las redes sociales han generado un cambio significativo en el rol tradicional del personal docente. En este nuevo ecosistema, las personas educadoras no solo desempeñan su labor dentro del aula, sino que también trascienden sus fronteras, posicionándose como figuras de influencia en plataformas digitales. Los denominados docentes *influencers* han emergido como figuras clave en la creación y difusión de contenidos educativos a través de diversas plataformas digitales, tales como YouTube, Instagram, TikTok y X (anteriormente Twitter). En estos espacios, logran establecer conexiones con una audiencia amplia y diversa, alcanzando no solo a sus estudiantes directos, sino también a un público más extenso que incluye a otras personas educadoras, familias y distintos agentes del ámbito educativo, lo que contribuye a la formación de comunidades digitales (Bonilla del Río et al., 2023).

Según Carpenter et al. (2021), entre los contenidos compartidos por estas personas docentes se destacan estrategias didácticas innovadoras, recursos educativos gratuitos y consejos sobre desarrollo profesional y bienestar emocional docente. Algunos también reflexionan sobre cuestiones educativas actuales, como las políticas de inclusión y diversidad. Adicionalmente, existen cuentas de docentes que analizan el impacto de las nuevas tecnologías en la enseñanza y promueven un ambiente de aprendizaje positivo, mientras que otras personas documentan su experiencia diaria en el aula (Gil-Fernández et al., 2021).

Gil-Fernández et al. (2021) destacan la importancia de investigar a docentes *influencers* para comprender el impacto de su labor en la formación docente, así como en la motivación y el aprendizaje de sus estudiantes. El análisis de este fenómeno no solo facilita la identificación de las mejores prácticas, sino que también aborda los desafíos éticos y la sostenibilidad de su rol en el contexto educativo, contribuyendo al desarrollo de espacios educativos más dinámicos y actualizados en un mundo cada vez más interconectado (Davis y Yi, 2020). En este sentido, el presente texto se propone reflexionar sobre el fenómeno de docentes *influencers* en términos de su conceptualización, los desafíos que enfrentan y las nuevas perspectivas que este rol ofrece al ámbito educativo y mediático.

Hacia una definición de docente *influencer*

En el contexto educativo contemporáneo, la figura del docente *influencer* ha emergido como un actor clave en la mediación pedagógica y la formación de competencias digitales en sus estudiantes. Por lo tanto, una persona docente *influencer* no solo utiliza herramientas tecnológicas y redes sociales para transmitir conocimiento, sino que también crea contenido educativo que inspira, motiva y promueve una cultura de aprendizaje colaborativo. Este rol implica, como señala García-Aretio (2020), la capacidad de conectar con el estudiantado en su entorno digital habitual, potenciando la enseñanza mediante estrategias que fomenten la participación activa y crítica.

La evolución de las tecnologías digitales y las redes sociales ha transformado las dinámicas de enseñanza-aprendizaje, llevando al personal docente a redefinir sus prácticas pedagógicas. Recientes estudios se han centrado en analizar cómo y por qué las personas docentes utilizan redes sociales tanto para su desarrollo profesional como para establecer nexos de contacto con otros docentes, creando espacios de afinidad y colaboración (Carpenter et al., 2020). Según Schroeder et al. (2023), es fundamental señalar que, aunque estos perfiles generan y comparten contenidos en redes sociales, su objetivo primordial no debe ser la búsqueda de la fama o la viralidad, sino la contribución al desarrollo educativo y profesional de su comunidad.

Además, la persona docente *influencer* tiene la capacidad de integrar enfoques innovadores, como el *edutainment* (educación y entretenimiento), en sus métodos de enseñanza. Este enfoque, según señala Prensky (2009), implica un aprendizaje inmersivo donde el entretenimiento y el juego se entrelazan con la enseñanza formal, capturando la atención del estudiantado de manera más eficaz.

Desafíos y nuevas perspectivas

El fenómeno de las personas docentes *influencers* ha generado una serie de desafíos significativos. Según Dousay et al. (2018), la necesidad de establecer una presencia efectiva en las redes sociales puede llevar a educadores(as) a priorizar la visibilidad sobre la calidad educativa. Este desequilibrio presenta un riesgo inherente: el contenido podría verse influenciado por la búsqueda de popularidad y la lógica mercantil de las plataformas. De acuerdo con Sánchez-Rojo et al. (2024), estos perfiles que han ganado reconocimiento en redes sociales por compartir materiales y metodologías educativas a menudo son valorados más por su número de seguidores y “likes” que por la calidad de sus publicaciones.

Además, las personas docentes *influencers* deben navegar por un paisaje ético complejo. La responsabilidad de ser un referente en línea implica una constante reflexión sobre sus acciones en línea y su privacidad (Nicoll, 2022). En ese sentido, ser docente *influencer* requiere habilidades más allá de la pedagogía tradicional. De acuerdo con Costa-Román et al. (2022), además de las habilidades técnicas, es fundamental que las personas docentes *influencers* reciban formación específica en alfabetización mediática e informacional, ya que esta capacitación les permitirá desarrollar un análisis crítico de la información y los contenidos que comparten.

En lo que respecta a futuras líneas de investigación, el estudio del impacto de docentes *influencers* ofrece diversas oportunidades. Por ejemplo, sería pertinente explorar el nivel de competencias mediáticas que poseen estos perfiles (Costa-Román et al., 2022). Además, se podría investigar el efecto de la monetización en la calidad educativa del contenido que generan, así como las tensiones que pueden surgir entre sus roles educativos y comerciales (Carpenter et al., 2022). Por último, sería valioso analizar la eficacia pedagógica de los formatos audiovisuales cortos y del microaprendizaje en comparación con los métodos educativos más tradicionales, como sugieren las investigaciones de Salazar-Vallejo y Rivera-Rogel (2024).

CONCLUSIONES

La figura de la persona docente *influencer* redefine el papel tradicional del educador, integrando competencias mediáticas con las prácticas pedagógicas convencionales. Esta transformación permite una conexión más efectiva con las generaciones digitales, ampliando los espacios de enseñanza más allá del aula, independientemente de su nivel y fomentando nuevas dinámicas de aprendizaje interactivo y colaborativo.

Por otra parte, el uso de plataformas digitales y redes sociales para influir en el estudiantado plantea importantes desafíos éticos. Las personas docentes *influencers* deben gestionar cuidadosamente el contenido que comparten, evitando la trivialización de la educación y asegurando que su influencia promueva valores positivos, pensamiento crítico y un entorno seguro para el aprendizaje (Hassoubah et al., 2024).

Las personas docentes *influencers* tienen el potencial de adoptar tecnologías emergentes y enfoques innovadores, como el *edutainment*, para crear experiencias de aprendizaje más atractivas y efectivas. Este enfoque inmersivo, que integra entretenimiento con educación, puede motivar a estudiantes y mejorar la retención de conocimientos, especialmente en entornos digitales.

El impacto de las personas docentes *influencers* en la educación digital continuará creciendo, especialmente con la acelerada adopción de tecnologías en la enseñanza. Sin embargo, su efectividad dependerá de la capacitación continua en competencias mediáticas y pedagógicas, así como de un enfoque en la ética y la responsabilidad social, elementos clave para garantizar la sostenibilidad del modelo en la educación a largo plazo. En este contexto, es fundamental explorar y fomentar el uso de la alfabetización mediática e informacional como una vía para avanzar en esta dirección.

REFERENCIAS

- Bonilla-del-Río, M., Rojas-Estrada E. G. y Vizcaíno-Verdú, A. (2023). De la pizarra al trending topic: Docentes que conquistan redes sociales. En R. García-Ruiz (Ed.), *La Alfabetización mediática y digital en el currículum: Propuestas didácticas transformadoras* (pp. 46-60). Dykinson.
- Carpenter, J. P., Shelton, C. C. y Schroeder, S. E. (2022). The education influencer: A new player in the educator professional landscape. *Journal of Research on Technology in Education*, 55(5), 749-764. <https://doi.org/10.1080/15391523.2022.2030267>
- Carpenter, J. P., Shelton, C. C., Curcio, R. y Schroeder, S. (2021). The Education Influencer: New Possibilities and Challenges for Teachers in the Social Media World. En E. Langran y L. Archambault (Eds.), *Proceedings of Society for Information Technology & Teacher Education International Conference* (pp. 1712-1721). Association for the Advancement of Computing in Education (AACE). <https://www.learntechlib.org/primary/p/219338/>
- Carpenter, J. P., Morrison, S. A., Craft, M. y Lee, M. (2020). How and why are educators using Instagram? *Teaching and teacher education*, 96, 103149. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2020.103149>
- Costa-Román, O., Forteza-Martínez, A., Rodríguez-Peral, E. M. y Alonso-López, N. (2022). Influencers educativos españoles en la red social instagram. En P. González-Aldea, E. Herrero-Curiel, J. Gil-Quintana y D. Recio-Moreno (Eds.), *Alfabetización mediática y factor relacional* (pp. 106-121). Fragua. <https://acortar.link/GaNQP7>
- Davis, S. y Yi, J. (2022). Double tap, double trouble: Instagram, teachers, and profit. *E-Learning and Digital Media*, 19(3), 320-339. <https://doi.org/10.1177/20427530211064706>
- Dousay, T. A., Graves Wolf, L., Santos Green, L. y Asino, T. (2018). Rise of the “Teacher Influencers”: Examining the benefits and conundrums. En E. Langran y J. Borup (Eds.), *Proceedings of Society for*

- Information Technology & Teacher Education International Conference* (pp. 1031-1033). Association for the Advancement of Computing in Education (AACE). <https://www.learntechlib.org/primary/p/182650/>
- García-Aretio, L. (2017). Educación a distancia y virtual: calidad, disrupción, aprendizajes adaptativo y móvil. *RIED-Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 20(2), 9-25.
- Gil-Fernández, R. y Calderón-Garrido, D. (2021). El uso de las redes sociales en educación: Una revisión sistemática de la literatura científica. *Digital Education Review*, 40, 82-109. <https://bit.ly/3r7LtsG>
- Hartung, C., Ann Hendry, N., Albury, K., Johnston, S., y Welch, R. (2022). Teachers of TikTok: Glimpses and gestures in the performance of professional identity. *Media International Australia*, 186(1), 81-96. <https://doi.org/10.1177/1329878x211068836>
- Hassoubah, L. N., Ryding, D., & Vignali, G. (2024). Revolutionizing edu-influencers as minorities nudging sustainable fashion consumption on instagram. En N. Chang Bi, y R. Zhang. *Global perspectives on social media influencers and strategic business communication* (pp. 181-214). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-0912-4.ch010>
- Nicoll, S. (2022). Empowering pre-service teachers: Perhaps being an influencer is a good thing? En K. Heggart, y S. Kolber (Eds.), *Empowering Teachers and Democratizing Schooling* (pp. 223-237). Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-19-4464-2_15
- Prensky, M. (2009). Homo sapiens digital: de los inmigrantes y nativos digitales a la sabiduría digital. En R. Aparici (Ed.), *Conectados en el ciberespacio* (pp. 93-106). Madrid: UNED.
- Salazar-Vallejo, G. y Rivera-Rogel, D. (2024). Edutokers latinoamericanos: alcance e interacción 2.0. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 17(2). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.13972>
- Sánchez-Rojo, A., Alonso-Sainz, T., y Martín-Lucas, J. (2024). La pedagogía ante el desafío digital: nuevas materialidades. *Teoría De La Educación*, 36(2), 25-42. <https://doi.org/10.14201/teri.31752>
- Schroeder, S., Shelton, C., y Curcio, R. (2023). Crafting the consumer teacher: education influencers and the figured world of K-12 teaching. *Learning, Media and Technology*, 49(3), 442-455. <https://doi.org/10.1080/17439884.2023.2207140>