



Vol. 30, Nº 1 (Marzo, 2026)

ISSN 1138-414X, ISSNe 1989-6395

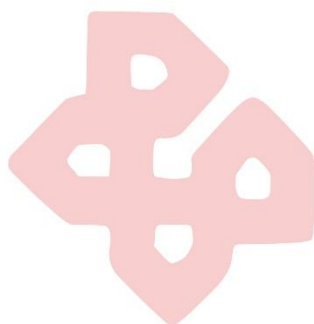
DOI: 10.30827/profesorado.v30i1.34054

Fecha de recepción 31/05/2025

Fecha de aceptación 14/09/2025

LA EDUCACIÓN SE TUTEA: PROPUESTAS SOBRE EL PROFESORADO EN LAS ELECCIONES AUTONÓMICAS

Education is tweeting: teacher`s proposals in the regional elections (Spain, 2023)



*Rosa Ortiz de Santos¹
Luis Torrego Egido² &
Juan Lorenzo Lacruz²
Universidad de Valladolid¹
Universidad de Zaragoza²*

E-mail:

rosa.ortiz@uva.es

luis.torrego@uva.es

jlorenzo@unizar.es

ORCID ID:

<https://orcid.org/0000-0003-2408-1645>

<https://orcid.org/0000-0002-2907-1158>

<https://orcid.org/0000-0003-3644-9101>

Resumen:

El comportamiento electoral puede verse afectado por las estrategias de comunicación llevadas a cabo por parte de los partidos políticos durante la campaña electoral. Los partidos políticos, conscientes de la relevancia de las redes sociales como medio de obtención de información, las utilizan para difundir sus propuestas. En este artículo se analiza el tratamiento que le dieron al profesorado durante la campaña electoral –Podemos, PSOE, Ciudadanos, PP y VOX– en Twitter/X. Para ello, se han recuperado 463 tuits y, de ellos, se han analizado los 47 que mencionan explícitamente al profesorado. Se ha empleado la técnica de análisis documental con un enfoque cualitativo. Los resultados evidencian que, pese al valor que adquieren las redes sociales –



Twitter/X en particular— en la comunicación política, no se explotan todas sus posibilidades en el terreno educativo ni, particularmente, en todo lo relacionado con la figura y la labor del profesorado. El tema que más tuits genera es el de los anuncios de políticas de contratación de docentes, seguido de la promesa de unas mejores condiciones laborales. La consideración del profesorado como autoridad pública es otro de los temas frecuentes de los partidos de la derecha política. El reconocimiento a la labor docente se trata como una estrategia de persuasión emocional o demagógica, mientras que la formación del profesorado aparece de forma anecdótica. En definitiva, el discurso se caracteriza por promesas de medidas poco concretas, que no responden a la complejidad de la tarea docente y su rol dentro del sistema educativo, dando lugar a una visibilidad retórica del profesorado que resulta más simbólica que programática.

Palabras clave: *elecciones; medios sociales; política educacional; profesión docente.*

Abstract:

Voting behaviour can be influenced by the communication strategies employed by political parties during election campaigns. Political parties, aware of the importance of social media as a means of obtaining information, use it to disseminate their proposals. This article analyses how teachers were treated during the election campaign —Podemos, PSOE, Ciudadanos, PP and VOX— on Twitter/X. To this end, 463 tweets were retrieved and, of these, 47 that explicitly mention teachers were analysed. The documentary analysis technique was used with a qualitative approach. The results show that, despite the value of social media—Twitter/X in particular—in political communication, its full potential is not being exploited in the field of education, particularly in relation to the role and work of teachers. The topic that generates the most tweets is the announcement of teacher recruitment policies, followed by the promise of better working conditions. The consideration of teachers as public authorities is another frequent topic among right-wing political parties. Recognition of the work of teachers is treated as a strategy of emotional or demagogic persuasion, while teacher training appears only anecdotally. In short, the discourse is characterised by vague promises that do not respond to the complexity of the teaching profession and its role within the education system, resulting in a rhetorical visibility of the teaching profession that is more symbolic than programmatic.

Keywords: *education policy; elections; social media; teaching profession.*

1. Introducción

Twitter, creada en marzo de 2006 por Jack Dorsey y lanzada oficialmente en julio de ese mismo año, ha adquirido una amplia popularidad a nivel global. Se estima que cuenta con más de 500 millones de usuarios, generando diariamente alrededor de 65 millones de tuits (Moreno, 2024). Twitter —oficialmente conocida como X desde julio de 2023, tras su adquisición por el plutócrata Elon Musk, a través de su empresa X Corp., por una cantidad de 44.000 millones de dólares (Saura, 2024)—, en una situación caracterizada por la abundancia comunicativa actual, se ha convertido en un medio extraordinariamente utilizado para la difusión de informaciones, contenidos, noticias y otros mensajes pseudoinformativos que pretenden incidir, informando o manipulando, en la opinión pública (Innerarity, 2022).

El espacio digital es hoy el escenario donde tiene lugar gran parte de la comunicación social diaria y las campañas electorales son el momento en el que la presencia política en las redes alcanza su fase culminante (Alonso-Muñoz et al.,

2016). Twitter –actualmente X, pero en el momento en que se producen los tuits analizados en este trabajo conservaba aún su denominación original– se ha consolidado como la red social preferida por los partidos políticos y sus representantes para relacionarse con el electorado o para proyectar la imagen que desean difundir o la información que quieren resaltar (Castromil et al., 2020; Machado y Capdevila, 2016; Vergeer, 2015). Vara-Miguel et al. (2022), con base en el informe Digital News Report, concluyen que no es la plataforma más utilizada por el público en general, pero sí es considerada la más relevante en la valoración de los profesionales de la comunicación y de los actores políticos.

Twitter/X ha tenido una importancia ascendente en las campañas electorales y ha sido aplicada en una amplia gama de contextos políticos –locales, nacionales e internacionales–, lo que ha hecho que vaya variando sustancialmente tanto la naturaleza de lo que en ella se comunica como su alcance (Campos-Domínguez, 2017).

El estudio y análisis de Twitter/X en lo relativo a información política es notable y frecuente desde hace años (Calvo-Rubio, 2017). Un grupo de investigaciones se centran en cómo los actores políticos (candidatos, partidos políticos, colectivos...) se sirven de esta red para viralizar su actividad o su imagen de marca, principalmente en períodos previos a campañas electorales o durante las campañas (Berrocal-Gonzalo et al., 2021; Díez-Gracia et al., 2023; Gamir-Ríos et al., 2022). Twitter/X es también uno de los canales de comunicación más utilizados por los usuarios para seguir la actualidad política. Otro grupo de investigaciones examina ese uso, especialmente durante periodos electorales (López-Meri et al., 2017; Masegosa-Sánchez et al., 2025). Son abundantes las investigaciones que analizan la producción en Twitter/X en una determinada campaña electoral (Díaz et al., 2024) o, más específicamente, de partidos concretos en una campaña electoral (de Sola y Pascual, 2024).

Para el propósito de este trabajo interesa conocer la dimensión y la relevancia que se otorga a la educación en la comunicación política y, más concretamente, en las campañas electorales. La educación es uno de los problemas que citan los ciudadanos europeos en los eurobarómetros, desde el punto de vista social, pero también desde el individual. Cabrera (2020) sostiene que en España, “la preocupación por la educación [...] es muy similar a la de otros países europeos de la Europa del Sur y están en los valores porcentuales medios de la Unión Europea” (p. 196). Hay que precisar que Cabrera en su análisis, realizado a través de los barómetros mensuales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), entre 2013 y 2018, concluye que “sólo los estudiantes cuando lo son (y más las mujeres), los profesores y las personas de mayor nivel educativo y riqueza, son los que citan más la educación como problema, con algunas variantes de interés por regiones” (p. 190).

La preocupación por la educación cotiza a la baja. En el último barómetro del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) disponible (enero de 2025), la educación no figura entre los principales problemas mencionados por la ciudadanía. Las preocupaciones más destacadas en ese informe son el desempleo, la situación

económica y la inmigración. La educación aparece en posiciones más bajas, con un porcentaje de menciones inferior al 5%. Esta tendencia a la baja es relevante, porque en el barómetro de marzo de 2023, la educación aparecía como un problema social que afectaba personalmente a los ciudadanos españoles (posición 6 de 66) y en el último de los barómetros aparece en el lugar decimotercero. En cualquier caso, esta evolución muestra que la educación no se ve como un problema central que genere preocupación para la ciudadanía, pero ello no es óbice para poder afirmar que la educación es un interés social y que, por lo tanto, los partidos políticos pueden ocuparse de ella y utilizarla como reclamo en sus campañas electorales.

La investigación sobre la consideración de la educación en las campañas electorales es escasa, a pesar de la naturaleza política de la cuestión educativa, sometida a intereses, tanto partidistas como económicos y sociales, y al carácter ideológico de las concepciones sobre política educativa. Merecen citarse, entre otros, el trabajo de Alfonso Díez (2019), en la revista del Movimiento de Renovación Pedagógica de los Educadores Milanianos, en el que compara y critica las medidas educativas propuestas por los principales partidos para las elecciones generales de 2019. Estudia esas mismas elecciones el profesor González López (2022) en un análisis programático de las medidas sobre educación que los principales partidos presentaban, desde la óptica de la posibilidad de conseguir un pacto de Estado en esta materia. Sánchez-Sierra (2012) realiza, desde presupuestos conservadores, un análisis de los programas electorales de Podemos y del PSOE. También es reseñable el de Agorreeta et al. (2015), enfocado, principalmente, en la Educación Física.

Más escasas aún son las investigaciones sobre qué mensajes, en torno a la educación, producen los actores políticos y cómo los generan en Twitter/X, la red social que nos ocupa. Es destacable el trabajo de Oleaque (2018), en el que analiza, en una muestra de 20 tuits, el uso cualitativo que los perfiles de los partidos políticos principales le dan al término educación en la campaña electoral de 2016.

En esa configuración de la educación, el profesorado desempeña un papel central. Vaillant (2008) ha puesto de manifiesto el peso de las condiciones de trabajo del profesorado y la importancia de identificar los factores que generan satisfacción e insatisfacción, así como la valoración social de la profesión en el desarrollo de las políticas educativas inclusivas y democráticas.

Los docentes han de ser dotados del estatus social, económico y profesional acorde con su misión, que es principal, para Sanz et al. (2020). Martínez de la Hidalga y Villardón-Gallego (2018) muestran que la calidad del profesorado es un factor primordial para explicar la variación del rendimiento académico del alumnado y que el tratamiento que se dé a la profesión docente es esencial en una educación de calidad. Este rol principal del profesorado se acentúa ante el avance de planteamientos neoliberales en la sociedad actual (Mateluna, 2022).

Pese a este énfasis en el papel clave del profesorado y de la relación de las políticas públicas con su labor profesional, no hay estudios que se centren en el rol del profesorado en los discursos políticos durante las campañas electorales ni en

España ni en el ámbito internacional, como evidencian los estudios de Jungherr (2016) y Murty (2024). Esta propuesta pretende ser una modesta aportación que contribuya a comenzar a cubrir ese vacío. Su objetivo es recuperar y analizar los tuits, con menciones explícitas al profesorado, que los partidos políticos principales han realizado durante la campaña electoral correspondiente a las elecciones autonómicas celebradas el 28 de mayo de 2023. A través de ellos pretendemos valorar la importancia electoral de la figura del profesorado, así como los aspectos de su rol y de sus condiciones laborales en los que existe coincidencia entre las fuerzas políticas y aquellos en los que se producen diferencias de cara a elaborar políticas públicas de educación.

2. Método

La metodología que ha guiado este estudio se concreta en el análisis de las publicaciones de los principales partidos políticos que se presentaron a las elecciones autonómicas en la red social Twitter/X, durante la campaña electoral. Centramos nuestra investigación en la información vertida en los medios digitales, teniendo en cuenta, como explica Alonso González (2016), que

las herramientas derivadas de la Web 2.0 son instrumentos indispensables de investigación, pues permiten conocer a sus simpatizantes, cuáles son sus principales problemas o preocupaciones, sus expectativas, la imagen que tienen del candidato, y permiten una evaluación continua de la campaña. (p. 111)

Hemos focalizado nuestra atención en las elecciones autonómicas (28 de mayo de 2023) dado que son las de mayor interés para el análisis que nos ocupa, ya que en el caso español las competencias en educación están transferidas a las comunidades autónomas. El análisis de la red social Twitter/X se ha realizado a través de análisis del discurso mediado por ordenador. Los criterios de elegibilidad que se utilizaron para crear un corpus potencial de análisis de los tuits fueron:

Los tuits publicados por los principales partidos políticos y que tienen una cuenta de Twitter/X activa.

Los tuits contienen información que alude directamente al profesorado de cualquier etapa educativa.

Los tuits se han publicado durante la campaña electoral, o lo que es lo mismo, en los quince días inmediatamente anteriores a la celebración de las elecciones (desde el 15 de mayo hasta el 27 de mayo de 2023).

Concretamente, se han recuperado 413 tuits relacionados con la educación, de los cuales se han seleccionado 47, que son los que aluden explícitamente al profesorado (Tabla 1).

Tabla 1

Usuarios de partidos políticos analizados. Tuits sobre educación y tuits sobre el profesorado.

Partido	Comunidad Autónoma	Usuario	Tuits	Total	Tuits prof.	Total
Par	Aragón	@pparagon	2	71	1	7

Partido Popular (PP)	Asturias	@PP_Asturias	6		0
	Baleares	@ppbalears	11		0
	Canarias	@PPparcan	3		0
	Cantabria	@ppcantabria	1		0
	Castilla-La Mancha	@PP_CLM	5		1
	Com. Valenciana	@ppcv	14		0
	Extremadura	@ppextremadura	5		0
	Com. de Madrid	@ppmadrid	6		0
	La Rioja	@LaRiojaPP	8		5
	Región de Murcia	@PPRMurcia	10		0
	Melilla	@PPMelilla	0		0
	VOX ¹	Aragón	@aragonvox	0	
Cantabria		@Vox_Cantabria	0		0
Com. de Madrid		@madrid_vox	12	13	1
Región de Murcia		@Vox_Murcia	0		0
Ceuta		@Vox_Ceuta	1		0
Melilla		@Vox_Melilla	0		0
Partido Socialista Obrero Español (PSOE)	Aragón	@aragonpsoe	21		1
	Asturias	@FSA_PSOE	10		0
	Baleares	@psibpsoe	17		0
	Canarias	@PSOECanarias	7		2
	Cantabria	@PSOECantabria	3	202	0
	Castilla-La Mancha	@pscmPSOE	24		9
	Com. Valenciana	@SocialistesVal	28		1
	Extremadura	@psoeex	21		3
	Com. de Madrid	@psoe_m	32		2
La Rioja	@PSOELaRioja	24		1	

¹ VOX no contempla la división de España por Comunidades Autónomas, lo que ha dificultado la recuperación de información desde la red social analizada. Tienen un único programa para todas sus comunidades (Programa España).

	Región de Murcia	@PSOE_RM	8		2	
	Navarra	@PSNPSOE	3		0	
	Ceuta	@PSOE_Ceuta	0		0	
	Melilla	@psoemelilla	4		1	
Uni das Po de mos	Aragón	@PodemosAragon	11		2	
	Asturias	@PodemosAsturies	1		0	
	Baleares	@PodemosBaleares	11	43	1	6
	Extremadura	@podemos_EXT	5		1	
	La Rioja	@Podemos_LaRioja	11		0	
	Región de Murcia	@podemosmurcia	4		2	
Ciu da da nos	Aragón	@Cs_Aragon	7		0	
	Asturias	@Cs_Asturias	22		7	
	Baleares	@CsBaleares	24		0	
	Cantabria	@CsCantabria	2		0	
	Castilla-La Mancha	@CS_CLM	4	84	0	11
	Com. Valenciana	@CsCValenciana	3		0	
	Extremadura	@CsExtremadura	1		0	
	Com. de Madrid	@cs_madrid	2		0	
	La Rioja	@CsLaRioja	7		1	
Región de Murcia	@CsRegionMurcia	12		3		

Fuente: elaboración propia.

El análisis de contenidos en redes sociales implica asumir ciertos sesgos (selección temática, visibilidad, etc.) que forman parte del discurso político analizado. La validez de los datos depende de decisiones críticas relativas a la integridad, la relevancia y la representatividad (Miceli, 2008). En el estudio que presentamos, se recoge la totalidad de los mensajes que cumplieran los criterios definidos, lo que permite considerar el corpus como exhaustivo dentro de los límites temáticos y temporales establecidos. La representatividad se entiende, por tanto, en términos discursivos y contextuales. En este sentido, la cantidad de mensajes es importante y significativa en sí misma: lo que no se dice puede ser revelador y forma parte del posicionamiento político.

Los tuits se han codificado con el Software de análisis de datos cualitativos Atlas ti para su posterior análisis. En el análisis de la información se emplea la codificación que se ha utilizado para identificar cada tuit. Se representa con las siglas del partido político, la abreviatura de la comunidad autónoma según el

tacógrafo digital², el número del tuit en función del orden de publicación/recogida y la indicación de si es un mensaje original de la cuenta (T) o si ha sido creado por otra cuenta y compartido (RT) (ejemplo: PSOEAR12T corresponde a tuit de la cuenta original del PSOE de Aragón, nº12). Posteriormente, se han organizado en categorías emergentes (apartado 3). Todo ello se ha analizado mediante la técnica de análisis documental (Barbosa et al., 2013; Chaves Guimarães et al., 2007) con el objetivo de analizar y comparar las propuestas educativas de cada partido desde un paradigma cualitativo.

3. Resultados

3.1. Presencia del profesorado en la campaña electoral (Twitter/X)

47 de los 413 tuits relacionados con la educación mencionan al profesorado. Aproximadamente un 11,62% de los tuits que los diferentes partidos políticos publicaron sobre educación, durante la campaña electoral, tienen en cuenta a los docentes. Hay algunas diferencias entre los partidos políticos (Tabla 2).

Tabla 2
Porcentaje de tuits que aluden explícitamente al profesorado.

Partidos políticos	Tuits educ.	Tuits prof.	%
Unidas Podemos	43	6	13.95
Partido Socialista Obrero Español	202	22	10.89
Ciudadanos	84	11	13.1
Partido Popular	71	7	9.86
VOX	13	1	7.69

Fuente: elaboración propia.

La presencia del profesorado en la relación de tuits sobre educación oscila, aproximadamente, entre el 8% y el 14%. Unidas Podemos es quien más presencia otorga al profesorado en sus redes sociales durante la campaña, en relación con los tuits publicados, mientras que VOX es el partido que menos alude de forma explícita al profesorado. Este número de tuits revela que el profesorado no tiene una relevancia central en la comunicación política electoral. El profesorado, pues, no es protagonista del mensaje electoral y, como veremos seguidamente, las menciones se dirigen, mayoritariamente, a la mejora de sus condiciones laborales y al aumento de

² Aragón: AR, Asturias: AST, Baleares: IB, Canarias: IC, Cantabria: C, Castilla-La Mancha: CM, Com. Valenciana: CV, Extremadura: EXT, Com. de Madrid: M, La Rioja: LR, Región de Murcia: MU y Melilla.

contratación del profesorado. Las alusiones al profesorado se pueden organizar en cinco categorías emergentes, que recogemos acompañadas del número de elecciones (tuits) que se han hecho en la unidad hermenéutica: Contratación de docentes (21); Condiciones laborales (13); Autoridad docente (6); Reconocimiento social (6); Formación del profesorado (4)³ (Tabla 2).

Tabla 2
Organización de los tuits en categorías, por partidos políticos.

Categorías	Unidas Podemos	PSOE	Ciudadanos	Partido Popular	VOX
Contratación de docentes	3	17	-	-	1
Condiciones laborales	2	1	6	4	-
Autoridad docente	-	-	1	5	-
Reconocimiento social	-	3	3	-	-
Formación del profesorado	1	1	2	-	-

Fuente: elaboración propia.

3.2. Discurso político sobre el profesorado en la red social Twitter/X

3.2.1. Contratación de docentes

Las publicaciones relacionadas con la contratación del profesorado han sido escritas, en su mayoría, por el espectro de la izquierda política. El partido político que más alude a la contratación de docentes en sus publicaciones, durante la campaña electoral, es el PSOE. Y dentro de este partido, la región que más presencia otorga a este asunto es Castilla-La Mancha (9 tuits).

En algunos de los tuits se citan las palabras de Emiliano García-Page, candidato del PSOE en esta Comunidad Autónoma. Aprovechan para recordar algunas de las actuaciones que ellos habían llevado a cabo con respecto a la contratación de docentes y de sanitarios durante la crisis financiera de 2007 o durante la pandemia del COVID:

- “Mientras en la crisis de 2007 unos despidieron a 7000 sanitarios y +6000 maestros [...] nosotros hicimos lo contrario” (PSOECM2T).
- “Nosotros decidimos incrementar el número de sanitarios o maestros. Hemos combatido esta crisis con la medicina contraria a la que administró el PP en la crisis anterior” (PSOECM6T).

³ El cómputo total es de 50 porque hay algunos tuits que están presentes en dos categorías.

Además de recordar al electorado las medidas implementadas y cómo la contratación de docentes ha mejorado la educación de la región (PSOECM18T), comparten algunas de las medidas anunciadas para el ámbito de la educación, entre las que destaca el “compromiso de convocar 4000 plazas” (PSOECM7T). Esta medida se difunde en PSOECM14RT (Figura 1), PSOECM16T, PSOECM19T.



Figura 1. Contratación de docentes. PSOE Castilla-La Mancha
Fuente: Emilliano García-Page, 19 de mayo de 2023 [Tweet].

En PSOECM17T añaden que esta medida ayudará “a reducir las ratios y mejorar la calidad educativa”, pues para ellos “la calidad educativa en el 90% significa profesorado. [...] Lo demás es tecnología y edificios” (PSOECM23T).

El PSOE de las Islas Canarias utiliza la misma estrategia que sus homólogos manchegos, aludiendo a las medidas que ya han llevado a cabo con respecto a la contratación de profesorado y de sanitarios, pues considera que apostar tanto en salud como en educación, es apostar por “los pilares del estado de bienestar”: “Hemos incorporado 7000 sanitarios más y a 3000 docentes más. [...] Hechos, no promesas” (PSOEIC1T). Esta información la comparten, además, en PSOEIC7T.

Por otro lado, el PSOE de la Región de Murcia ha publicado dos tuits en esta línea, con un mismo propósito. En ambos se anuncia un aumento de la inversión en educación hasta el 5% del PIB regional “para arreglar los centros educativos, reducir ratios o aumentar las plantillas”, como aspectos imprescindibles para garantizar el futuro de los niños y de las niñas de la región (PSOEMU1RT y PSOEMU2T).

El PSOE de Aragón cita las palabras de su candidato, Javier Lambán Montañés, que informa del gasto social que ha realizado la comunidad autónoma durante su mandato. De nuevo, utiliza el mismo tuit para aludir a las mejoras realizadas en sanidad: “somos la segunda comunidad que más ha aumentado el gasto social. Hemos incorporado 2000 maestros, hemos construido hospitales y centros de salud. Y hemos impedido que se cierren escuelas rurales” (PSOEAR13T).

En la Comunidad Valenciana se alude a la contratación de más profesores como uno de los motivos por los que se debe votar a Ximo Puig como presidente (PSOECV12RT). El aumento de aulas, de docentes y de centros educativos, así como la disminución de la ratio y del abandono escolar es el modelo educativo del PSOE de Melilla (PSOEMEL1T).

En el PSOE de Extremadura se cuestiona la medida de contratación de profesorado por parte de quienes, al mismo tiempo, afirman que van a bajar los impuestos; se preguntan: “¿cómo lo van a pagar?” (PSOEEXT19T). Esta pregunta también se la hace el grupo de Podemos de Extremadura a María Guardiola, la candidata del PP: “La señora Guardiola debería explicarnos esa receta maravillosa de quitar impuestos y luego decir que quiere más bomberos, más médicos, más profesores...” (PODEXT4T).

Los otros dos tuits de Podemos también están dirigidos a cuestionar a los candidatos del Partido Popular en sus respectivas comunidades autónomas, relacionando la inversión económica con la educación:

- Islas Baleares: “Rialles és el que ens provoca sentir parlar al PP de sanitat i educació. 10000 milions en retallades i millers de professors i sanitaris acomiadats l’última vegada que van governar” [Risas es lo que nos provoca oír hablar al PP de sanidad y educación. 10.000 millones en recortes y miles de profesores y sanitarios despedidos la última vez que gobernaron] (PODIB4T).
- Región de Murcia: “Con los 30 millones de euros que López Miras le perdona a los ricos se podrían contratar 1000 maestras, 600 médicos o crear 1400 plazas en residencias” (PODMU3T).

VOX publica un único tuit durante la campaña electoral mencionando de forma explícita al profesorado. Se trata del grupo de la Comunidad de Madrid y utiliza al profesorado para emitir un mensaje en contra de los gastos políticos: “Menos asesores y más profesores. Menos observatorios y más ambulatorios. Menos gasto en políticos y más en los madrileños” (VOXM6T).

En conjunto, el tema se aborda desde la necesaria inversión pública en profesorado como pilar del estado de bienestar, en un marco en el que predomina la idea simple, sin justificación que la acompañe de que, a más profesorado, más calidad educativa. El profesorado es, indudablemente, un factor necesario para la calidad docente, pero la idea que aparece en los tuits no considera los elementos centrales de la calidad que tienen que ver con el profesorado, según la literatura internacional: la formación, la relación con la comunidad y los recursos disponibles y la regulación de su trabajo (Derling-Hammond, 2024), aunque el último de los factores sí aparece, como veremos a continuación.

3.2.2. Condiciones laborales

Todos los partidos políticos, a excepción de VOX, aluden a las condiciones laborales de los docentes en alguno de los tuits que publican durante la campaña

electoral. Ciudadanos encabeza este listado con cuatro tuits. En el caso de Asturias, comparten dos publicaciones de la formación nacional de Ciudadanos; en uno de ellos, se garantizan “mejores condiciones para los profesores” (CSAST17RT) y en el otro la “equiparación salarial de los profesores en escuelas públicas y concertadas” (CSAST16RT). Esto último también lo defiende quien por aquel entonces era el secretario general de Ciudadanos, Adrián Vázquez Lázara, con motivo de la visita al candidato de Ciudadanos por Asturias, Manuel Iñarra Fernández (CSAST19RT). El grupo de Ciudadanos astur también reivindica “la equiparación salarial entre las escuelas rurales y urbanas” en la red social analizada (CSAST20T).

De Ciudadanos son también otras dos publicaciones de la Región de Murcia. En ellos se reclama una “revolución educativa liberal”, para lo que se considera imprescindible la “equiparación y dignidad salarial para nuestros docentes en toda España” (CSMU1RT). En el video que acompaña a CSMU10T se reclama la equiparación salarial “entre privada y pública”.

El Partido Popular aborda las condiciones del profesorado en cuatro de sus tuits. En PPAR1RT comparten un tuit del candidato del PP en Aragón, Jorge Azcón Navarro, en el que adjuntan un video con las propuestas de educación. Entre ellas está la intención de “reducir interinidad del profesorado”. En el caso de Castilla-La Mancha, localizamos una publicación del candidato Francisco Javier Núñez Núñez, en la que anuncia sus compromisos con el sector educativo, como: “reduciré el horario lectivo del profesorado...” (PPCM5RT). Por último, en PPLR7T se publica una noticia en la que se anuncian algunas de las propuestas que presenta Gonzalo Capellán, el candidato del PP en La Rioja, para mejorar las condiciones laborales de los docentes. Estas medidas están orientadas a reducir la carga burocrática, reconocer la autoridad del docente y fomentar su estabilidad. La intención de liberar al profesorado de la carga burocrática también se recoge en el tuit PPLR4T.

Por otro lado, localizamos dos publicaciones de Podemos sobre las condiciones laborales de los docentes. Una es de la Región de Murcia y la otra del usuario de Aragón. En el primero hacen alusión a un tuit en el que se denuncia que hay “docentes dando clase con la fregona y el cubo en la mano, por el estado lamentable de las aulas y los barracones [de] colegios públicos de toda la Región” (PODMU4T). En el segundo, acompañado de un video, se alude al aumento de la carga de trabajo de los profesores,

debido al incremento de la diversidad en el aula y al incremento de problemas que vienen de la sociedad, de este entorno social que en muchos aspectos es muy violento: violencia de género, violencia económica, y que introduce problemas en las aulas. [...] En el último curso el coordinador de convivencia se transformó en un coordinador de protección y bienestar, pero solo se transformó de nombre, porque la dotación sigue siendo de una hora lectiva, un 5% de jornada, para echar una mano o coordinar los protocolos de suicidio, de acoso o de violencia de género. (PODAR6T)

Por último, el único tuit que encontramos del PSOE sobre las condiciones laborales de los docentes es de La Rioja; en él se manifiesta la intención de

continuar bajando las ratios y mejorar “las condiciones del profesorado” (PSOELR13RT).

Los partidos políticos —a excepción de VOX— hacen referencia a las condiciones laborales del profesorado durante la campaña electoral, mostrando una preocupación por mejorar su situación. Esa preocupación está orientada ideológicamente: Ciudadanos insiste en la equiparación salarial entre centros públicos, concertados, rurales y urbanos. El Partido Popular propone medidas como la reducción de la interinidad, la carga burocrática y el horario lectivo, así como el reconocimiento de la autoridad del profesorado. Por su parte, Podemos pone el foco en la sobrecarga laboral, especialmente en contextos vulnerables. Finalmente, el PSOE hace una mención genérica a la mejora de las condiciones y a la bajada de ratios. Los tuits de esta categoría tienen un público objetivo diferente a los de la anterior: parecen dirigirse al profesorado más que a la población en general.

3.2.3. Autoridad docente

La autoridad docente es un tema sobre el que publica, fundamentalmente, el Partido Popular de La Rioja. Localizamos cuatro tuits de este grupo político en los que anuncian, entre las medidas pensadas para mejorar la educación, la autoridad del docente (PPLR1T) mediante la derogación del decreto de convivencia y la consideración de los docentes como autoridad pública (PPLR4T). En PPLR6RT y PPLR7T se comparten dos noticias de prensa —de la COPE y Europa Press— en las que se difunde esta medida. El PP de Castilla-La Mancha también muestra preocupación por el tema que nos ocupa y comparte un tuit de su candidato, quien anuncia que potenciará “una Ley de autoridad del profesorado” (PPCM5RT).

El otro partido preocupado por la autoridad del profesorado es el grupo de Ciudadanos de La Rioja. Explican que su pretensión no es eliminar el decreto de convivencia —como propone el Partido Popular—, “pero no podemos hacer que los alumnos sean los responsables de mantener la convivencia en las aulas. La autoridad tiene que ser del profesor y los alumnos estarán para complementar ese modelo” (CSLR3T).

Puede afirmarse que estos tuits concuerdan con el hecho de que la consideración de los docentes como autoridad pública surge como medida de la derecha educativa, que lleva a su regulación en trece autonomías en las que gobierna o ha gobernado y que parece haberse introducido también en las autonomías regidas por el PSOE (Sánchez Blanco, 2025).

3.2.4. Reconocimiento social

Situamos en esta categoría tres tuits de Ciudadanos. Los dos primeros son de Asturias. Manuel Iñarra se vale de su profesión de maestro para reforzar la labor docente. En uno de ellos se dirige a Diego Canga Fano —candidato del PP en Asturias—, ante lo que considera una falta de respeto, en los siguientes términos: “soy maestro, una profesión muy bonita, y usted [...] ha tenido que pasar por uno

para llegar a donde está” (CSAST7T). En el segundo, refiriéndose a esa situación, explica que “ser maestro es el trabajo más maravilloso del mundo [...] [y añade], hasta aquellos que sienten que han llegado muy lejos tuvieron que pasar por un maestro” (CSAST10T). Asimismo, Ciudadanos de la Región de Murcia se refiere a la necesidad de “dignificar la labor docente” (CSMU7T).

Por otro lado, localizamos tres publicaciones del PSOE, dos de ellas de la Comunidad de Madrid (PSOEM29RT y PSOEM30RT). Ambas citan las palabras del candidato socialista de la capital –Juan Lobato Gandarias-Sánchez– en su último mensaje antes de las elecciones. En él dice textualmente: “Mi último mensaje, mi prioridad. Quiero ser el Presidente [sic.] de la EDUCACIÓN” (PSOEM29RT), y añade en un video adjunto: “Tenemos que dar las gracias a esos maestros, maestras, que cada día se dejan la piel”. El otro tuit pertenece al PSOE de Extremadura, que comparte una publicación de su candidato en el que se afirma que “el futuro está en las manos de nuestros maestros y maestras” (PSOEXT4RT).

Estos tuits se basan en la estrategia de la suposición, descrita por Oleaque (2018), en la que se afirman proposiciones cuya veracidad se da por supuesta (el futuro está en manos del profesorado) y con la que el emisor quiere que le identifiquen. No implica ninguna medida de política pública concreta.

3.2.5. Formación del profesorado

En esta ocasión, los tuits localizados, que aluden a la formación del profesorado, son de Ciudadanos, del PSOE y de Podemos. Los de Ciudadanos son del grupo de Asturias. En CSAST16RT afirman que, en caso de resultar elegidos, garantizarán “ayudas al profesorado en su formación”. Adrián Vázquez Lázara completa este propósito en un tuit que comparte su formación política: “La educación es la base del futuro de nuestro país. Por eso, donde gobierne @CiudadanosCs, facilitaremos a los docentes el acceso a posgrados y cursos de formación” (CSAST22RT). El PSOE de Extremadura, por su parte, indica su pretensión de reducir “las horas lectivas de los profesores para facilitar su formación” (PSOEXT6T).

Por último, recuperamos una publicación que nos invita a reflexionar acerca del papel de los docentes en la escuela actual. En PODAR7T, el grupo de Podemos de Aragón, en el “reto de pensar sobre qué tipo de maestro necesita la sociedad” reclama la necesidad de “adaptar la formación [...] para dar respuestas a las necesidades de hoy”. En un video adjunto explican que esas necesidades se desarrollan en una escuela que trasciende más allá de sus verjas y vallas y que requiere de un profesorado con un perfil social:

... tenemos que tener una visión amplia de la escuela, que no es un sumatorio de aulas ni un recinto cerrado [...] La escuela es algo más que el conjunto de profesores y que la comunidad educativa [...] Con esta concepción amplia de la escuela los profesionales que actúan en la escuela son muy diversos, [...] tienen que colaborar, coexistir y relacionarse para conseguir tener el efecto más positivo sobre este objetivo de formar y educar a nuestros ciudadanos.

La formación del profesorado, elemento central de una educación de calidad y equitativa, es abordado, como el resto de los temas, de una manera superficial, excepción hecha de esta última producción de Podemos.

4. Discusión y conclusiones

La literatura científica muestra que la utilización de las denominadas redes sociales, y, en particular, el uso de Twitter/X, ha pasado a ser un elemento crucial para la estrategia de cualquier campaña política y que se observa una utilización creciente de los elementos de los que dispone Twitter/X (Díez-Gracia et al., 2023). Sin embargo, aunque los actores electorales son conscientes de la importancia de esta red en la comunicación política y de todas las posibilidades que ofrece, no las aprovechan al máximo en el terreno educativo y, particularmente, en las cuestiones relativas al profesorado.

Tanto en la literatura científica como en la comunicación pública encontramos una consideración unánime del profesorado como elemento imprescindible para lograr una educación de calidad. Es lo mismo que aparece en las disposiciones legales sobre educación: si nos detenemos en la LOMLOE (2020), vemos que en su artículo 2 enumera los factores que favorecen la calidad de la enseñanza y, por tanto, a los que los poderes públicos han de prestar una especial atención. Sobre un total de 14 factores, 6 se centran en la figura del profesorado: la cualificación y formación del profesorado, su trabajo en equipo, la dotación de recursos humanos, la autonomía pedagógica, organizativa y de gestión, la función directiva como tarea del profesorado y también la apuesta por la potenciación de la faceta investigadora y renovadora del profesorado.

Los resultados obtenidos tras el seguimiento de las cuentas de Twitter/X no muestran esa relevancia de la figura del profesorado. Si nos centramos en términos cuantitativos vemos que solo 47 de los tuits se refieren al profesorado. Es cierto que los tuits emitidos sobre educación en la campaña electoral tampoco son abundantes –413–, pero en el profesorado se centra un 11,62% de esa producción, lo cual indica que no es un asunto de especial relevancia electoral.

En cuanto al cómo de la producción de los tuits analizados, es interesante advertir de la importancia dada a la imagen, encuadrada siempre, eso sí, mediante texto, lo que denota, en palabras de Oleaque (2018) que no se confían completamente a la capacidad interpretativa del receptor, sino que, en repetidas ocasiones, se orientan combinando texto e imagen (también vídeo, aunque las publicaciones que lo utilizan son escasas). Los tuits generados muestran la tendencia creciente en la utilización de la imagen, quizás influenciados los partidos políticos por la idea, difundida sobre todo por los gestores de Facebook (Enguix, 2017), de que el usuario se detiene más en las publicaciones con fotografía. Además, hay que indicar que las cuentas de los partidos dan protagonismo a la voz de sus líderes y que

suelen hacerlo reproduciendo lo que dicen, mediante los tuits de cita, donde se reproducen fragmentos de sus palabras en actos públicos.

La temática de los tuits analizados no es transversal ni siquiera simétrica en su distribución en el eje político derecha-izquierda. En efecto, el tema que más tuits genera es el de los anuncios de políticas de contratación de más profesores y profesoras. Esas 21 publicaciones tienen su origen en cuentas de PSOE (17) y de Unidas Podemos (3) –el tuit de VOX es meramente retórico (“menos asesores y más profesores”) y puede considerarse como un recurso más en su intencionalidad de desprestigio de la política–, una frecuencia que parece confirmar la idea de que los partidos de izquierdas, en general, tienden a defender una mayor intervención del Estado en servicios públicos como la educación, lo que se traduce en el aumento del gasto público en educación y en la reducción de la ratio alumno/profesor.

En el otro lado del espectro político, en la derecha, es donde encontramos las publicaciones –de PP y Ciudadanos– que abogan por la consideración del profesorado como autoridad pública y anuncian una Ley de autoridad del profesorado. Este hecho responde a la posición ideológica de la derecha y la izquierda pedagógica sobre este tema. Las posiciones más conservadoras enfatizan el incremento de la conflictividad en las aulas y la erosión del respeto institucional hacia el profesorado y argumentan que reconocer la autoridad formal del profesorado refuerza la disciplina y la convivencia en los centros educativos. Desde planteamientos progresistas advierten que esta medida no aborda las causas profundas del deterioro de la convivencia, como ratios elevadas, falta de recursos o formación del profesorado y señalan que esta medida se centra en castigar en lugar de prevenir y puede acentuar dinámicas autoritarias en el aula. Frente a ello se proponen políticas integrales: formación en gestión de conflictos, recursos suficientes, participación de la comunidad educativa y promoción de una autoridad pedagógica basada en el respeto y la confianza (Corres-Medrano et al. 2022).

Dos temas de las publicaciones parecen, en realidad, una llamada directa al colectivo del profesorado –o del futuro profesorado– para orientar explícitamente su voto. Nos referimos a las promesas de contratación de más profesorado y a las de mejora de sus condiciones laborales. Esta última –la segunda con mayor frecuencia de publicaciones, 13– recorre todo el abanico político, excepto VOX, y se centra en temáticas diferentes: equiparación salarial entre los docentes de la enseñanza pública y la privada, entre los de diferentes comunidades autónomas, reducción de la tasa de interinidad, estabilidad de las plantillas, alivio de la sobrecarga de trabajo y lucha contra la burocratización.

En el análisis del discurso contenido en estas publicaciones, se puede identificar, en algunas de ellas, la presencia de componentes emotivos, retóricos o demagógicos que podrían revelar estrategias de persuasión más centradas en la manipulación emocional o simbólica que en un análisis riguroso de la realidad educativa. Por ejemplo, cuando se afirma que ser maestro es el trabajo más maravilloso del mundo o se agradece a “esos maestros, que cada día se dejan la piel” o, cuando, para introducir una medida genérica se afirma que “la educación es la

base de nuestro país”. Esto puede contribuir a formar mecanismos que no benefician al colectivo docente ni a la educación como servicio público: la victimización o idealización excesiva del profesorado, la simplificación de problemas estructurales que aquejan a la enseñanza o la apropiación simbólica del profesorado.

De nuestro análisis se desprende que la figura del profesorado, su función, la formación, sus condiciones laborales, son temas que aparecen con poca frecuencia en las publicaciones de los actores políticos. Esa poca frecuencia contrasta con la importancia concedida al profesorado en esas publicaciones. Hay tuits centrados en la mejora de sus condiciones y en la potenciación de su figura, pero en el corpus analizado se esconde, además de este discurso de oferta o de promesas de medidas que se llevarán a cabo, otra característica que tiene que ver con la falta de concreción de algunas medidas anunciadas, con las meras enunciaciones retóricas o con una falta de análisis y de consideración de la complejidad de la tarea docente y de su rol en el sistema educativo, sacrificado en aras de una visión más superficial.

Se configura, así, un problema educativo caracterizado por dos rasgos evidentes: a) consenso retórico sobre el papel fundamental del profesorado que viene asociado a una muy escasa enunciación de medidas de políticas públicas sobre este colectivo; b) existencia de una discrepancia ideológica profunda en las escasas medidas reflejadas, discrepancia que, sin embargo, no es objeto de mayor discusión. Para describir esta forma de presencia discursiva, proponemos la categoría de “visibilidad vacía”: el profesorado es invocado como símbolo de compromiso educativo sin que esto se traduzca en propuestas claras y estructuradas. Esta visibilidad retórica opera como recurso simbólico o emocional en el marco de la campaña. A todo lo anterior habría que unir la inexistencia de una visión global de la situación de la escuela pública.

Este trabajo tiene limitaciones: centrado en un canal específico –Twitter/x– período concreto –elecciones autonómicas de 2023– y en un elemento determinado del sistema educativo –el profesorado–, se ha basado en la escasa producción resultante de tuits, que dificulta el análisis de los supuestos pedagógicos e ideológicos de las distintas formaciones. De ahí la necesidad de futuros estudios sobre la comunicación política online sobre educación, considerando la variedad de redes y recursos de comunicación en su conjunto, así como otros documentos programáticos.

Referencias bibliográficas

- Agorreta, J; Cerro, D., y Madruga, M. (2015). Análisis de los programas electorales para las elecciones generales de 2015 en España en materia deportiva. *Educación Física y Deportes, Revista Digital*, 211.
- Alonso González, M. (2016). Opinión pública y web 2.0. Las redes digitalizan el barómetro político en España. *Revista Mexicana De Opinión Pública*, (21). <https://doi.org/10.1016/j.rmop.2016.07.004>

- Alonso-Muñoz, L., Miquel-Segarra, S., y Casero-Ripollés, A. (2016). Un potencial comunicativo desaprovechado. Twitter como mecanismo generador de diálogo en campaña electoral. *Obra digital: Revista de comunicación*, 11, 1-15. <https://raco.cat/index.php/ObraDigital/article/view/315496>.
- Barbosa, J. W., Barbosa, J. C., y Rodríguez Villabona, M. (2015). Concepto, enfoque y justificación de la sistematización de experiencias educativas: Una mirada "desde" y "para" el contexto de la formación universitaria. *Perfiles educativos*, 37(149), 130-149. <https://doi.org/10.22201/iisue.24486167e.2015.149.53128>
- Berrocal-Gonzalo, S., Zamora-Medina, R., y Rebolledo-de-la-Calle, M. (2021). Politainment social audience and political engagement: Analysing twitter conversations in Spain [Audiencia social y compromiso político: Análisis de las conversaciones en twitter en España]. *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies*, 13(1), 23-42. https://doi.org/10.1386/CJCS_00037_1
- Cabrera, L. (2020). ¿Es la educación un problema personal y/o social en España? *Revista de Educación*, 388, 193-228. <https://doi.org/10.4438/1988-592X-RE-2020-388-452>
- Calvo Rubio, L. M. (2017). El uso de Twitter por los partidos políticos durante la campaña del 20D. *Sphera Publica*, 1(17), 111-131. <https://sphera.ucam.edu/index.php/sphera-01/article/view/304>
- Campos-Domínguez, E. (2017). Twitter y la comunicación política. *El profesional de la información*, 26(5), 785-793. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.01>
- Castromil, A. R., Rodríguez-Díaz, R., y Garrigós, P. (2020). La agenda política en las elecciones de abril de 2019 en España: programas electorales, visibilidad en Twitter y debates electorales. *El Profesional de la Información*, 29(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.17>
- Corres-Medrano, I., Aristizabal, P., y Ozerinjauregi, N. (2022). La autoridad en la era inclusiva: un estudio de caso con niños y niñas de educación primaria. *Revista Interuniversitaria De Formación Del Profesorado*, 97(36.1). <https://doi.org/10.47553/rifop.v97i36.1.87584>
- de Sola, J., y Pascual, A. (2024). Estrategia en Twitter de los grandes partidos políticos españoles: PSOE y PP en las autonómicas de 2023. *Vivat Academia*, 1-24. <http://doi.org/10.15178/va.2024.157.e1541>
- Díaz, J. B., Martín-Vicario, L., Nicolás-Sans, R., y Perelló-Sobrepere, M. (2024). La era de la política digital: Análisis de las elecciones catalanas del 14F en Twitter. *Estudos em Comunicação*, 2(39), 93-107. <http://doi.org/10.25768/1646-4974n39v2a06>
- Díez, A. (2019). Los partidos políticos y su programa educativo. Elecciones generales 2019. *Educar(nos)*, 87, 5-10.

- Diez-Gracia, A., Sánchez-García, P., y Martín-Román, J., (2023). Polarización y discurso emocional de la agenda política en Twitter: desintermediación y engagement en campaña electoral. *ICONO 14, Revista de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 21(1). <https://doi.org/10.7195/ri14.v21i1.1922>
- Enguix, S. (2017). Impacto político e informativo de las redes sociales: esferas de actuación y comparación con los medios. *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 56, 71-85. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3090>
- Gamir-Ríos, J., Pop, A. I., López-García, G., Llorca-Abad, G., y Fenoll, V. (2022). Unidireccionalidad, promoción partidista y polarización. Actividad en Twitter de los candidatos a la presidencia del Gobierno de España en las elecciones generales de 2019. *El Profesional de la Información*, 31(2). <https://doi.org/10.3145/EPI.2022.MAR.03>
- González López, V. (2022). «Puedo prometer y prometo». Estudio comparado de las medidas programáticas para las elecciones generales en España (2019) en busca del pacto de Estado para la educación. *Revista Española de Educación Comparada*, (41), 250–269. <https://doi.org/10.5944/reec.41.2022.30638>
- Chaves Guimarães, J. A., Ernesto de Moraes, J. B., y Duarte Moreira Guarido, M. (2007). Análisis documental de contenido de textos narrativos: bases epistemológicas y perspectivas metodológicas. *Ibersid: Revista De Sistemas De información Y documentación*, 1, 93–99. <https://doi.org/10.54886/ibersid.v1i.3267>
- Darling-Hammond, L. (2021). Defining teaching quality around the world [Definiendo la calidad docente en el mundo]. *European Journal of Teacher Education*, 44 (3), 295–308. <https://doi.org/10.1080/02619768.2021.1919080>
- Innerarity, D. (2022). *La sociedad del desconocimiento*. Galaxia Gutenberg.
- Jungherr, A. (2016). Twitter use in election campaigns: A systematic literature review [El uso de Twitter en campañas electorales: una revisión sistemática de la literatura]. *Journal of Information Technology & Politics*, 13(1), 72–91. <https://doi.org/10.1080/19331681.2015.1132401>
- López-Meri, A., Marcos-García, S., y Casero-Ripollés, A. (2017). ¿Qué hacen los políticos en Twitter? Funciones y estrategias comunicativas en la campaña electoral española de 2016. *El Profesional de la Información*, 26(5). <https://doi.org/10.3145/ep.2017.sep.02>
- Machado, N., y Capdevila, A. (2016). Interacción y debate en Twitter en las elecciones españolas de mayo de 2015. *Obra Digital Revista de Comunicación*, 11, 61-83. <https://bit.ly/4c4hGDf>
- Martínez de la Hidalga, Z., y Villardón-Gallego, L. (2018). El prestigio social de la profesión según los futuros docentes de Educación Primaria y Secundaria. *Profesorado, Revista*

- de Currículum y Formación del Profesorado*, 22(2), 289–308.
<https://doi.org/10.30827/profesorado.v22i>
- Masegosa-Sánchez, R., Quevedo-Redondo, R., y Berrocal-Gonzalo, S. (2025). Comunicación institucional en Twitter. Uso de la plataforma durante las elecciones municipales de 2023. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 16(1), e27308.
<https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.27308>
- Mateluna, H. (2022). Ambivalencia subjetiva en profesores chilenos ante políticas neoliberales a la docencia. *Profesorado, Revista de Currículum y Formación del Profesorado*, 26(3), 415–437. <https://doi.org/10.30827/profesorado.v26i3.23483>
- Miceli, J. E. (2008). Los problemas de validez en el análisis de redes sociales: algunas reflexiones integradoras. *REDES. Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, 14(1), 1-45.
- Moreno, R. (2024). *Twitter versus Twitter (X): ¿Un peligro para la democracia?* Forja.
- Murthy, D. (2024). Sociology of twitter/x: Trends, challenges, and future research directions [Sociología de Twitter/x: tendencias, desafíos y futuras direcciones de investigación.]. *Annual review of sociology*, 50(1), 169-190.
<https://doi.org/10.1146/annurev-soc-031021-035658>
- Oleaque, J. M. (2018). Perfiles políticos en Twitter: el uso electoral del término educación. *@tic revista d'innovació educativa*, 21, 23-30. <https://doi.org/10.7203/attic.21.13429>
- Sánchez Blanco, L. (2025). La autoridad del profesorado en las leyes que regulan el sistema educativo español. Análisis de situación en las comunidades autónomas. *Revista Española de Educación Comparada*, (47), 528–549.
<https://doi.org/10.5944/reec.47.2025.37736>
- Sánchez-Sierra, A. (2022). La concepción educativa de la izquierda en España: un análisis de los programas electorales de PSOE e IU/Podemos. En Santos-Rodríguez P. (coord.), *Libertad y responsabilidad educativas: claves para renovar el diálogo social*. (pp. 385-412). Tirant lo Blanch.
- Sanz, R., González, A., y López, E. (2020). Docentes y pacto educativo: una cuestión urgente. *Contextos Educativos. Revista de Educación*, (26), 105–120.
<https://doi.org/10.18172/con.4399>
- Saura, C. (2023). Poderes fácticos y tecnologías disruptivas: hacia una democracia de la vigilancia basada en el dominio de las plataformas digitales. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, 87, 1-18. <https://doi.org/10.69733/clad.ryd.n87.a1>
- Vaillant, D. (2008). La Identidad Docente. Importancia del Profesorado. *Revista Investigaciones en Educación*, 8(1), 15-39. <https://rie.ufro.cl/index.php/educacion/article/view/942>

Vara-Miguel, A., Amoedo, A., Moreno, E., Negredo, S., y Kaufmann-Argueta, J. (2022). *Digital News Report España [Informe Digital España]*. Universidad de Navarra.

Vergeer, M. (2015). Twitter and Political Campaigning [Twitter y las campañas políticas]. *Sociology Compass*, 9(9), 745-760. <http://dx.doi.org/10.1111/soc4.12294>

Contribuciones del autor: Los tres autores participaron en la concreción de la línea de trabajo y en la planificación inicial. Todos ellos han contribuido al desarrollo del estudio y en la redacción del artículo que se presenta. Siguiendo la taxonomía de CRediT detallamos las responsabilidades que han desempeñado, de forma más significativa, cada uno de los y las contribuyentes: R.O.D. ha participado en la conceptualización, curación de datos, análisis formal, investigación y metodología. L.T.E. ha participado en la conceptualización, administración del proyecto, supervisión, validación y redacción - borrador original. J.L.L. ha participado en la conceptualización, curación de datos, investigación, metodología y redacción -revisión y edición.

Financiación: esta investigación no recibió financiación externa.

Conflicto de intereses: no existen conflictos de intereses para la publicación de este manuscrito.

Declaración ética: todos los datos utilizados en la investigación son de acceso público y fueron recopilados respetando los términos de uso de Twitter/X. Dado que los tuits provienen de cuentas institucionales y están destinados a la difusión pública, no se considera que su análisis infrinja derechos de privacidad. No se ha manipulado el contenido ni se han distorsionado los mensajes con fines ajenos al propósito del estudio. Además, se han anonimizado los tuits cuando no era relevante mantenerlos. Este trabajo no implica intervención directa sobre personas ni uso de información privada o confidencial.

Cómo citar este artículo:

Ortiz de Santos, R., Torrego Egidio, L. & Lorenzo Lacruz, J. (2026). La educación se tuitea: propuestas sobre el profesorado en las elecciones autonómicas (Spain, 2023). *Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, 30 (1), 1-21. DOI: <https://doi.org/10.30827/profesorado.v30i1.34054>