Interlínea
Cuadernos de investigación en arte, diseño y educación
ISSN 2530.4968

05 | octubre de 2025

PREMIOS MESTRE A LA INVESTIGACIÓN DOCENTE 2025

EL APRENDIZAJE A TRAVÉS DE REDES SOCIALES Y PERFILES INFLUENCERS EDUCATIVOS

Eulalia Álvarez Gallardo (coordinadora)

Interlínea | 05 2025 | ISSN 2530.4968

Resumen. Este proyecto de investigación, financiado por la Consejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional, tiene como Objetivo evaluar el impacto de las redes sociales en el aprendizaje en las enseñanzas artísticas. La evidencia de que el 100% del alumnado participante posee móvil con acceso a Internet y consume redes sociales diariamente, subraya la relevancia del estudio. La investigación destaca la importancia de la usabilidad y accesibilidad de formatos digitales, que, siendo sencillos e inclusivos, pueden complementar y potenciar las técnicas tradicionales de enseñanza, creando una repercusión a nivel social y educativo visible. Con la participación activa del alumnado, se eligen TikTok e Instagram como plataformas clave emergentes, utilizadas principalmente para obtener información y entretenimiento. Los perfiles considerados comparten contenidos, apoyo y experiencias, en los que el alumno se ve identificado, mostrando emociones de felicidad y ser autodidactas. En efecto, estos formatos de comunicación y difusión revelan su potencial como recursos didácticos en un entorno digital en constante expansión. Las conclusiones, aplicables a la ESAD de Huelva interpolables a otros centros, apuntan a una digitalización educativa sostenible y a largo plazo, fomentando alianzas entre docentes y estudiantes que perduren más allá de esta fase inicial de investigación. En definitiva, el alumnado de enseñanzas superiores considera positiva la inclusión de las redes sociales en el proceso de enseñanza-aprendizaje para la adquisición de competencias genéricas.
Palabras Clave: Enseñanza, Aprendizaje, Redes sociales, Influencers educativos, Creadores de Contenidos, Educación

Interlínea es una publicación independiente que tiene por objeto difundir textos originales centrados en la convergencia del arte, el diseño y la educación. Interlínea es una publicación de la Confederación de Escuelas de Artes Plásticas y Diseño.

Interlínea, 2025. Creative Commons

PREMIOS JOSEP ALBERT MESTRE A LA INVESTIGACIÓN PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD EDUCATIVA

Cuarta edición 2025

- LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
  - Procesos y metodologías en la enseñanza de las artes y el diseño.

TÍTULO:

EL APRENDIZAJE A TRAVÉS DE REDES SOCIALES Y PERFILES INFLUENCERS EDUCATIVOS

COORDINADORA:
Eulalia Álvarez Gallardo

Proyecto de Investigación 011/24

LEÓN ORTEGA Escuela de Arte y Superior de Diseño

Junta de Andalucía
Consejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional

CONTENIDO:

1-RESUMEN

2-JUSTIFICACIÓN

3-OBJETIVOS DEL PROYECTO

4- METODOLOGÍA

5-TEMPORALIZACIÓN

6-DESARROLLO Y RESULTADOS

7-ANÁLISIS

8-CONCLUSIONES

9-POSIBILIDADES DE GENERALIZACIÓN DEL TRABAJO A OTROS NIVELES Y CONTEXTOS EDUCATIVOS

10-OTROS ASPECTOS DESTACABLES

1-RESUMEN

Este proyecto de investigación, financiado por la Consejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional, tiene como *Objetivo evaluar el impacto de las redes sociales en el aprendizaje en las enseñanzas artísticas.* La evidencia de que el 100% del alumnado participante posee móvil con acceso a internet y consume redes sociales diariamente, subraya la *relevancia* del estudio. La investigación destaca la importancia de la usabilidad y accesibilidad de formatos digitales, que, siendo sencillos e inclusivos, pueden complementar y potenciar las técnicas tradicionales de enseñanza, creando una repercusión a nivel social y educativo visible.

Con la *participación* activa del alumnado, se eligen TikTok e Instagram como plataformas clave emergentes, utilizadas principalmente para obtener información y entretenimiento. Los perfiles considerados comparten contenidos, apoyo y experiencias, en los que el alumno se ve identificado, mostrando emociones de felicidad y ser autodidactas. En efecto, estos formatos de comunicación y difusión revelan su potencial como recursos didácticos en un entorno digital en constante expansión.

Las conclusiones, aplicables a la ESAD de Huelva interpolables a otros centros, apuntan a una *digitalización educativa sostenible y a largo plazo*, fomentando alianzas entre docentes y estudiantes que perduren más allá de esta fase inicial de investigación. En definitiva, el alumnado de enseñanzas superiores considera positiva la inclusión de las redes sociales en el proceso de enseñanza-aprendizaje para la adquisición de competencias genéricas.

Palabras Clave: Enseñanza, Aprendizaje, Redes sociales, Influencers educativos, Creadores de Contenidos, Educación

ABSTRACT

This research project, funded by the Consejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional, aims to evaluate the impact of social networks on learning in arts education. The evidence that 100% of the participating students have a mobile phone with internet access and consume social networks on a daily basis underlines the relevance of the study. The research highlights the importance of the usability and accessibility of digital formats, which, being simple and inclusive, can complement and enhance traditional teaching techniques, creating a visible social and educational impact.

With active participation of the students, TikTok and Instagram are choosen as key emerging platforms, mainly used for information and entertainment. Profiles considered share content, support and experiences, in which the pupil can identify with, showing emotions of happiness and being self-taught. In fact, these communication and dissemination formats reveal their potential as teaching resources in an ever-expanding digital environment.

The conclusions, applicable to ESAD Huelva interpolable to other centres, point to a sustainable and long-term educational digitalisation, fostering alliances between teachers and students that will last beyond this initial research phase. In short, higher education students consider the inclusion of social networks in the teaching-learning process to be positive for the acquisition of generic competences.

Keywords: Teaching, Learning, Social Media, Educational Influencers, Content Creators, Education

2-JUSTIFICACIÓN E INTRODUCCIÓN DEL TEMA

Una de las herramientas estrellas dentro del alumnado y profesorado es el *teléfono móvil conectado a internet*, donde podemos encontrar información de casi todo, de forma autodidacta y en cualquier momento del día. Tal es la carga de uso que el *Consejo Escolar de Andalucía*, recientemente en Enero del 2024, estaba llevando a cabo una serie de seminarios sobre su uso, riesgos y adicción.

Pero los usuarios no sólo utilizan un móvil u otro dispositivo para ocio, sino que en ocasiones se convierte en una herramienta educativa de gran impacto. Fundamentado en otros estudios similares, esta investigación se convierte en la búsqueda del conocimiento más profundo de nuestros estudiantes.

"*Levanta la cabeza"*, es un movimiento de Responsabilidad Corporativa de Atresmedia que nació en 2018 para impulsar la digitalización sostenible de la sociedad española, y lanzó un acuerdo entre padres e hijos para un *uso seguro y responsable de la tecnología*.

De acuerdo con los datos de *Infosalus*, España tiene una de las tasas más elevadas de *adolescentes adictos a internet* (21,3 %), con más de ocho puntos porcentuales por encima de la media europea (12,7 %), estudio realizado en colaboración con varios países europeos en el año 2016.

Ya se vislumbra destacables profesores youtubers como David Calle, "*uno de los diez finalistas al "Global Teacher Prize" en 2017. Gracias a su pasión y dedicación a la Innovación Educativa es considerado como una de las 100 personas más creativas a nivel mundial por la revista Forbes*" (Revista Innovación Educativa, num 5, ISSN 2531-0445).

Según este autor,

> *"con la AI y las nuevas tecnologías podemos ayudar al alumnado a estudiar con su ritmo, en cualquier lugar y a cualquier hora, con cualquier tipo de dispositivo. Es una forma natural de llegar a ellos y que puedan estudiar según su nivel y su capacidad de aprendizaje todas las asignaturas que quieran".*

Coincidiendo con Marcelo-Martínez (2020), los influencers educativos pueden lograr objetivos de la educación, ofreciendo un nuevo medio de formación a perfiles profesionales, fomentando la creación de espacios para la comunidad educativa e innovando y mejorando el ejercicio de la enseñanza.

Del Moral (2015) señala también que la educación en abierto, masiva y gratuita, como la ofrecida en redes sociales, ha supuesto una revolución pedagógica importante en los últimos años, provocando el surgimiento de nuevas estructuras formativas.

Los influencers o creadores de contenido, comparten tanto contenido didáctico como experiencias personales, además de monetizar sus publicaciones, donde el alumnado puede identificarse a sí mismo y autoformarse. Así, los resultados de esta investigación darán significación a la figura de estos referentes.

La literatura actual sobre este tema es escasa, ya que estamos ante un nuevo espacio educativo, en continua transformación, con la intención de mejorar continuamente la calidad educativa y donde se crea una red de apoyo y retroalimentación en la que la formación y el nivel de cognición de los influyentes repercute en los contenidos que mayormente se exponen.

"El cerebro necesita emoción para aprender" (Vizuete, 2024) y está claro que los usuarios de redes se divierten con su consumo; contribuyendo adicionalmente al aprendizaje colaborativo y adquisición de habilidades digitales. Según palabras de Wayne Holmes, experto en inteligencia artificial aplicada a la educación, asesor de organismos internacionales como la Unesco, "*enseñar con IA no reemplaza al maestro, sino lo potencia si se usa con criterio"*

Según el Libro *La necesidad de investigar en Educación. Aportaciones al diagnóstico, a la evaluación y a la intervención educativa*, del Catálogo de publicaciones del MEC, del año 2017, "*la necesidad de investigar en Educación surge desde el momento en que pretendemos conocer mejor el funcionamiento de un cambio observado o un contexto ambiental"…"esto se traduce en la mejora de las prácticas educativas, en los rendimientos académicos del alumnado y en la calidad educativa".* Con este enfoque, se va a desarrollar el siguiente trabajo.

Bibliografía mencionada:

Marcelo-Martínez, P. (2020). Influencers educativos. Figuras que determinan la generación de aprendizajes informales a través de la red social Twitter. [Trabajo Fin de Máster Inédito]. Universidad de Sevilla. https://idus.us.es/handle/11441/109159

del Moral Pérez, M. E. (2015). Reseña del libro La expansión del conocimiento en abierto: los MOOC, de Esteban Vázquez Cano, Eloy López Meneses y José Luis Sarasola Sánchez-Serrano [reseña en línea]. RUSC. Universities and Knowledge Society Journal, 12(1), 145-150. http://dx.doi.org/10.7238/rusc.v12i1.2296

Godoy Oliveros, Ana. (2024). El contenido de los mensajes de los influencers educativos en Instagram. *EDUCA International Journal*, 1 (4) 17-35, https://doi.org/10.55040/educa.v4i1.81

Martínez González, Raquel-Amaya.(2007). *La investigación práctica educativa: guía metodológica de investigación para el diagnóstico y evaluación en los centros docentes.* Catálogo general publicaciones del MEC.

Digón Regueiro Patricia , Rodríguez Guimerans Ana , Castro Rodríguez María Montserrat . *Menores influencers y la importancia de una alfabetización mediática crítica.* Revista de Educación Mediática y TIC 2023, 12 (1). ISSN 2254-0095, https://doi.org/10.21071/edmetic.v12i1.15223

Vizuete, K. H. A., Vizuete, S. M. A., Vizuete, C. A. A., Trávez, R. G. V. & Alcívar, E. Y. P. (2024). *Neuroeducación: Comprendiendo el cerebro para mejorar el aprendizaje.* https://doi.org/10.16921/naciones.60

3-OBJETIVOS DEL PROYECTO

El OBJETIVO GENERAL ha sido:

- Evaluar el impacto de las redes sociales en el aprendizaje en las enseñanzas artísticas del alumnado de Bachillerato y Diseño de Producto de la Escuela de Arte y Superior de Diseño de Huelva.

Consecuentemente se han determinado otros OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Analizar el uso de móviles y redes sociales por parte del alumnado.
2. Investigar la influencia de los perfiles de influencers en las actitudes, opiniones y comportamientos de los estudiantes.
3. Explorar las formas en que los educadores pueden utilizar las redes sociales y los influencers como herramientas para mejorar la experiencia educativa.
4. Evaluar la eficacia de las estrategias pedagógicas que integran las redes sociales y los perfiles influencers en el aula.
5. Identificar las tendencias emergentes en el uso de las redes sociales y los influencers en la educación y su impacto en la sociedad.
6. Proporcionar recomendaciones para educadores, estudiantes, padres y responsables políticos sobre cómo maximizar los beneficios de utilizar las redes sociales y los influencers en el contexto educativo.

4- METODOLOGÍA

(técnicas e instrumentos de recogida de datos y del tratamiento de la información)

El equipo de trabajo ha sido 3 profesores de Bachillerato y la coordinadora, además de un grupo de asesoras externas investigadoras en este tema de la Universidad de Sevilla.

El trabajo realizado ha sido un método de investigación cuantitativo al inicio, y cualitativo posteriormente, bajo el diseño descriptivo exploratorio instrumental.

- Se han realizado una PRIMERA TOMA DE RECOGIDA DE DATOS conocida como Estudio de Campo, sobre tipos de redes y perfiles que utilizan con:

-Cuestionarios de preguntas cerradas sencillas y concisas, con alguna pregunta de aportación personal

-Encuestas o Entrevistas en el Aula

-Gráficos y su exposición colectiva en el aula

Comenzado con la realización de cuestionarios con *herramientas de Google* para cada profesor y clase, los alumnos han contestado anónimamente. Para comprobar la veracidad de las respuestas: se ha escrito alguna doble pregunta formulada de forma distinta, para corroborar la fiabilidad de los datos que aportan; seguidamente, se ha debatido los datos con entrevistas personales para detectar algún carácter subjetivo que pueda afectar a los resultados. Los datos finales globales se recogen en un resumen con gráficos y datos de fácil comprensión.

- Posteriormente, en una segunda fase, tras conocer su dedicación y temática de las redes seguidas y las emociones que les produce, se realizó una SELECCIÓN DE LAS REDES MÁS VOTADAS Y DE LOS TIPOS DE PERFILES SEGUIDOS MÁS RELEVANTES en relación con la educación. Así continuamos con una *evaluación cualitativa* sobre contenidos y temas relevantes o destacables referidos a la enseñanza, utilizando:

1. Entrevista en profundidad.
2. Debates en el aula.
3. Grupos de discusión entre profesores participantes sobre los datos
4. Observación constante del participante.

En esta fase también llamada comprensiva, hemos valorado una conducta observable y demostrable, además de otros hechos ocultos como percepciones, creencias, valores, etc que los sujetos otorgan a los hechos.

- Se ha analizado tanto el contenido textual y gráfico de los mensajes elegidos, para generar conocimientos que aumentan la comprensión del tema en estudio, con el potencial de proporcionar guías para la acción, tanto la réplica que pudiese darse con el propio alumnado o profesorado, para obtener un mayor alcance en la difusión de contenidos educativos.

La **población** de estudio ha sido los alumnos de la Escuela de Arte, en diferentes niveles educativos de Bachillerato y Estudios Superiores. No se ha pormenorizado el estudio por género debido a la gran casuística intrínseca del alumnado de una escuela de arte.

- Se ha realizado la validación externa del proceso por parte de investigadoras de la Universidad de Sevilla, de la Facultad de Educación, que llevan varios años con investigación similar.

- Se establece un mínimo de 10.000/15.000 o más seguidores, para considerar que son verdaderos influencers, según http://www.makegoodartagency.com/ para buscar contacto con algún influencer recogido por el alumnado. Se ha realizado una *experiencia piloto* con una influencer ARTISTA VISUAL de entre los mencionados, que nos ha visitado en la Escuela y explicado lo que hace y cómo lo plasma en sus redes, conversando con sus seguidores. Como última actividad del alumnado, se ha visitado un TALLER DE UN ARTISTA PLÁSTICO, que nos ha mostrado en vivo sus creaciones de diseño y cómo comenzó en este mundo de redes.

- Ya sólo queda la fase de análisis final y conclusiones o recomendaciones que podamos dar el profesorado para mejorar nuestra labor como docentes en los próximos años.

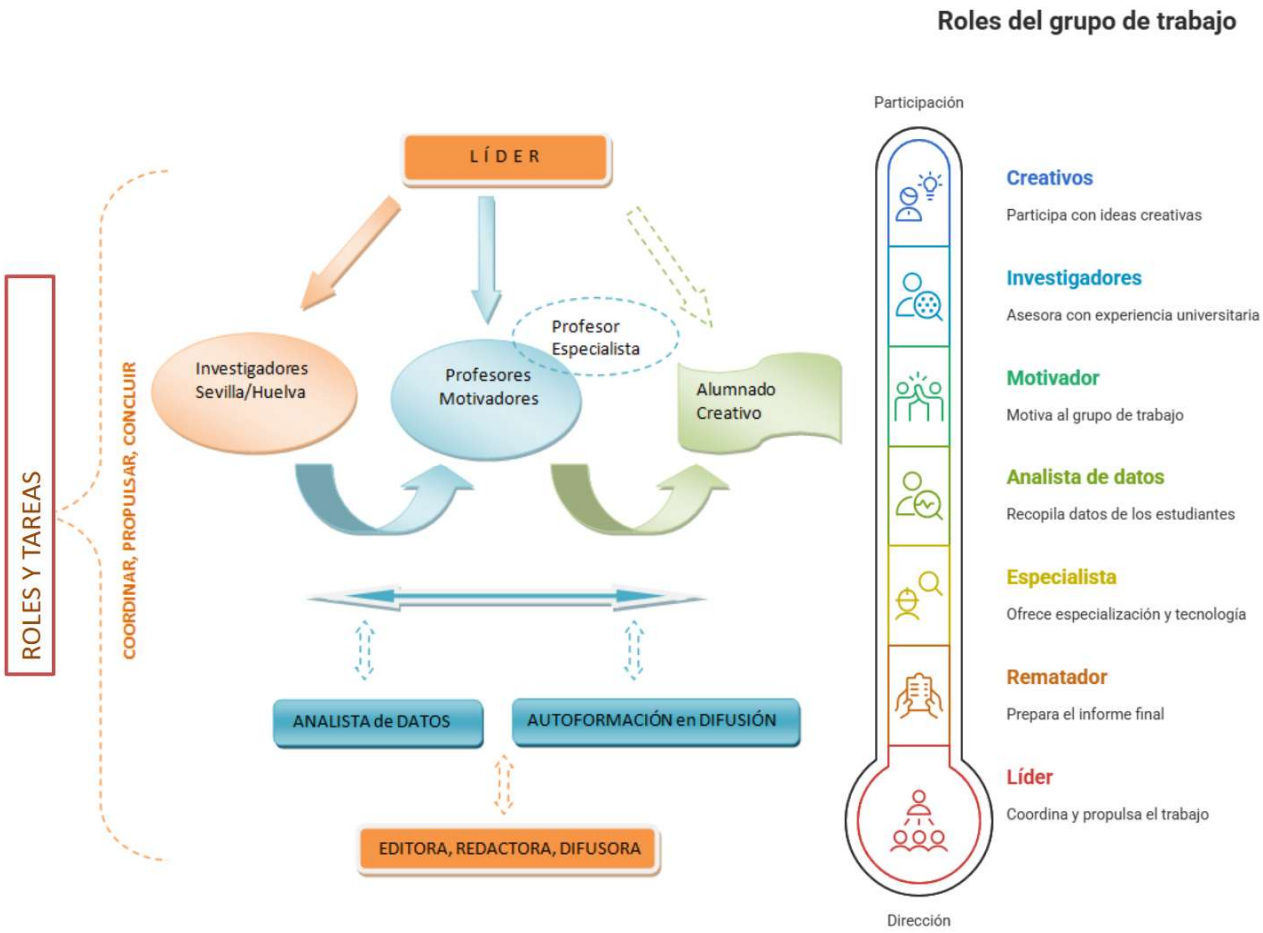


Gráfico 1: Roles de trabajo. Elaboración propia.

5-TEMPORALIZACIÓN

TEMPORALIZACIÓN	**CURSO 2024/25**
Septiembre	Captación firme del profesorado participante y alumnado
Octubre	Realización de Cuestionarios y preguntas para la Entrevista al alumnado Reunión inicial personal investigador
Noviembre	Toma datos alumnado Reunión progreso
Diciembre	Recopilación y síntesis de datos Reunión valoración primera fase
Enero	Análisis de datos y diagnóstico Reunión personal investigador
Febrero/Marzo	Siguiente fase de elegir publicaciones y perfiles con mensajes educativos, y descartes de otros Análisis contenido educativo
Abril	Experiencia con el influencer y participación en vivo del alumnado Puesta en común de resultados con participante externos
Mayo	Recopilación final de datos, resumen, informe final de difusión de la investigación Conclusiones globales
Junio	Difusión de resultados al Claustro

6-DESARROLLO Y RESULTADOS

❖ El **PRIMER CUESTIONARIO**, dividido en 4 secciones de "Preguntas Iniciales-Móviles e Internet-Contenido didáctico. Influencers-Tu actitud y Emociones", ha sido respondido por 99 participantes de los 351 matriculados este curso. Las preguntas han sido tan directas como:

14-¿Sigues en redes a algún Influencer? *

- ○ Sí
- ○ No

25-¿Qué aspectos consideras más importantes en un influencer educativo? *

- ☐ Carisma
- ☐ Credibilidad
- ☐ Calidad del contenido
- ☐ Actualización constante
- ☐ Interacción con la audiencia
- ☐ Otro

37- ¿Qué emociones sientes cuando ves a un influencer educativo compartir sus logros académicos? *

- ○ Inspiración
- ○ Alegría
- ○ Incertidumbre
- ○ Envidia
- ○ Otros

Otras preguntas han sido respondidas de forma más abierta y personal para obtener mayor información , como:

35- ¿Crees que las redes sociales influyen en tu forma de ver el aprendizaje de tus materias? ¿Por qué sí o por qué no? *

Texto de respuesta larga

39- ¿Qué habilidades o conocimientos te gustaría aprender a través de las plataformas digitales? *

Texto de respuesta corta

*Ver cuestionario completo en Anexo

❖ Después del Análisis de estos datos, pasamos a un **SEGUNDO CUESTIONARIO**, en el que vamos a decidir que dos redes sociales entre las mencionadas, son las mayoritarias en su uso:

1- De estas cuatro redes, ¿Qué DOS utilizáis más cada día? Puedes comprobar el tiempo en tu dispositivo. *

- [ ] Whatsapp
- [ ] Youtube
- [ ] Tik-tok
- [ ] Instagram

2- ¿Para qué usáis las redes? *

- ○ Entretenimiento Personal
- ○ Adquirir conocimientos educativos
- ○ 50%-50% Ambos anteriores por igual
- ○ Para comunicarme con mis amigos

Quedando como predominantes el **Tik-Tok e Instagram**, nos centramos en crear una LISTA por parte del alumnado, con sus CUENTAS SEGUIDAS Y FOLLOWERS, y tipo de contenido.

*Ver Listado en el Anexo

Nano influencer	entre 1.000 y 10.000 seguidores
Microinfluencer	menos de 10.000 seguidores en cualquiera de sus plataformas.
Influencer medio	entre 10.000 y 100.000 seguidores
Macroinfluencer	entre 100.000 y 500.000 seguidores
Megainfluencer	entre 500.000 y 1.500.000 seguidores
Famosos	las cuentas con más de 1.500.000 seguidores

Tabla 1. Clasificación influencers según número de seguidores. Elaboración propia

❖ Según esta Clasificación, y las cuentas categorizadas por temáticas y número de seguidores, entre las que hemos intentado hacer contacto con Influencers Medios o Macro, sólo ha sido posible en esta temporización del proyecto con:

- VISITA A LA ESCUELA de artista visual María JL Hierro (@mariajlhierro)

  Instagram · mariajlhierro

  Más de 14,2 mil seguidores

- VISITA AL TALLER de artista plástico gaditano · @arsenico2000

  Instagram Más de 3,6 mil seguidores

<u>FOTOS DEL TALLER DE MARIA: 25 Febrero2025</u>

Fotos de la autora

FOTOS DE LA VISITA A TALLER DE ARSENIO: 14 Mayo 2025

Fotos de la autora

(prevista una actividad en el Aula a principios de curso 25-26 con un instagramer macro)

❖ Después de estos interesantes talleres, se interrogó al alumnado con una **PREGUNTA FINAL**:

→ ¿Se puede complementar la educación de la escuela con información por redes sociales?

❖ Para poder conocer mejor el mundo de las Redes Sociales, la comunicación y difusión, el Equipo de investigación ha realizado unos CURSOS DE FORMACIÓN impartidos por la Universidad de Huelva, por expertos en temas tales como:

❖

ENERO. MÓDULO 1: El uso de la Inteligencia Artificial en acciones de divulgación científica

Raúl Ordóñez, Digital Coach.

- 9/01: Fundamentos de IA Generativa, Técnicas de Prompting y ChatBots de IA. 10 a 12.30 h.
- 23/01: Herramientas de edición y generación multimedia con IA. 10 a 12.30 h.

FEBRERO. MÓDULO 2: Divulgación científica en TIK TOK y otras redes sociales

Luis Zurano Conches y Celia Marín Benito. Área de Comunicación. Universidad Politécnica de Valencia

- 13/02: Ciencia entre redes: de IG, Blue Sky y mucho más. 10 a 12.30 h.
- 27/02: TikTokciénciame: así divulgamos ciencia a través de TikTok en la UPV. 9 a 11.30 h.

MARZO. MÓDULO 3: Inclusión y otras formas de llegar a todos

Laniakea Communication

- 12/03: Prácticas sobre divulgación en medios, como en prensa, radio o redes. 10 a 12.30 h.
- 27/03: Inclusión en divulgación científica. 10 a 12.30 h.

ABRIL. MÓDULO 4: Divulgación Científica a través del Documental

Óscar Toro

- 10/04: ¿Cómo hacer comunicación y divulgación de la Ciencia con formatos atractivos?. 10 a 12.30 h.
- 24/04: Producción y creación de piezas audiovisuales divulgativas para tus charlas, presentaciones, congresos y redes sociales. 10 a 12.30 h.

MAYO. MÓDULO 5: Desarrollo de herramientas y habilidades para la escritura y puesta en escena de monólogos científicos

Ricardo Moure

- 8/05: Continuidad de pensamiento e identidad artística en el monólogo científico. 10 a 12.30 h.
- 22/05: Estructuras narrativas y técnicas de las artes escénicas aplicadas a los monólogos. 10 a 12.30 h.

❖ La **FASE FINAL** de este estudio ha sido poner en criterio todos los datos obtenidos, hasta llegar a la Valoración Global y propuesta de nuevas herramientas para la enseñanza.

❖

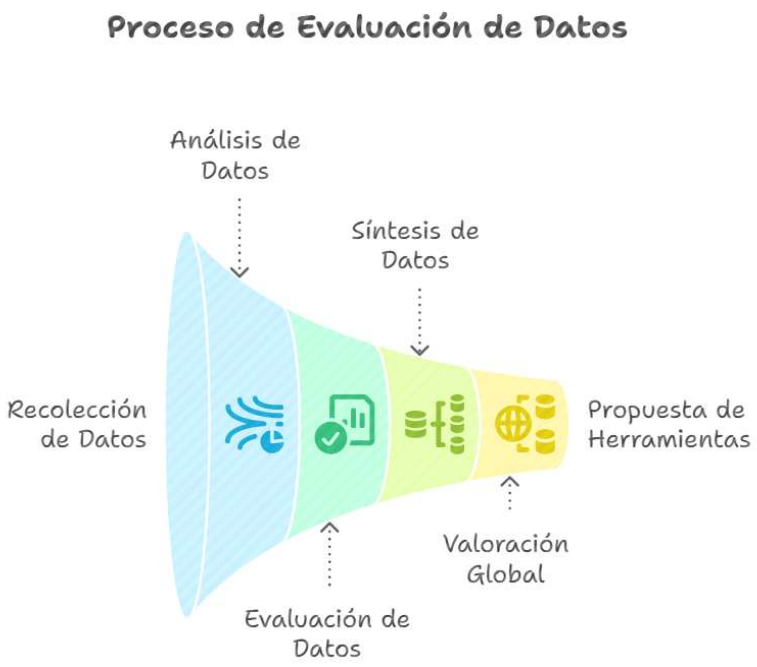


Gráfico 2: Proceso de evaluación. Elaborado con IA

7-ANÁLISIS

Del Primer Cuestionario podemos extraer estas afirmaciones:

- ➔ La totalidad de los participantes tiene móvil y consume más de 2 horas al día en redes sociales, incluso un 33% consume más de 4 horas diarias.
- ➔ Todos tienen redes sociales, siendo Tik Tok, instagram, Youtube y Whatsapp las más usadas, siendo altamente mencionada Pinterest para temas creativos.
- ➔ El 86% las usa como recurso didáctico alguna vez. Pero la mayor parte las utiliza como entretenimiento.
- ➔ Admiran el lenguaje cercano y poco técnico de los influencers en comparación con el profesorado, pero también buscan credibilidad y calidad en el contenido.
- ➔ La mayoría se sienten bien usando las redes, pero no les condiciona en su comportamiento diario.
- ➔ Sin embargo, el 79% no le gustaría ser influencer porque no lo ven como salida profesional.

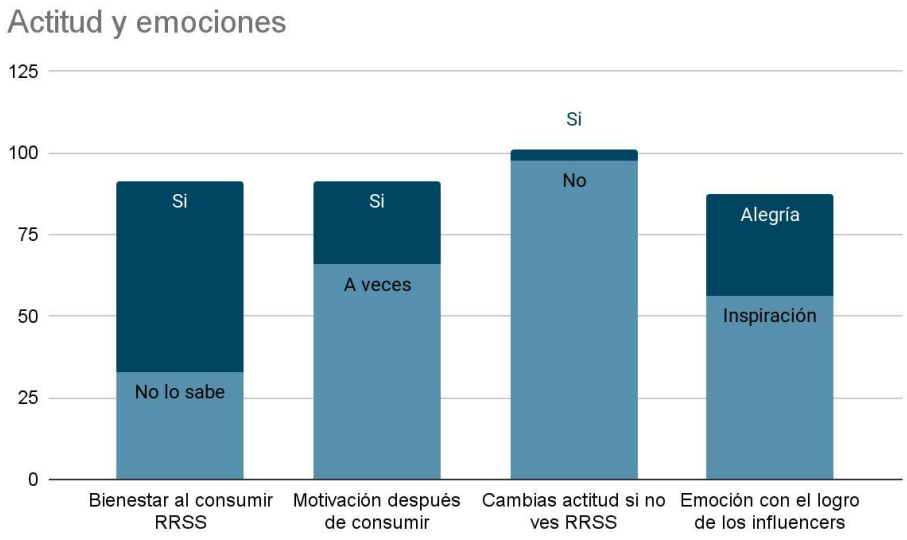
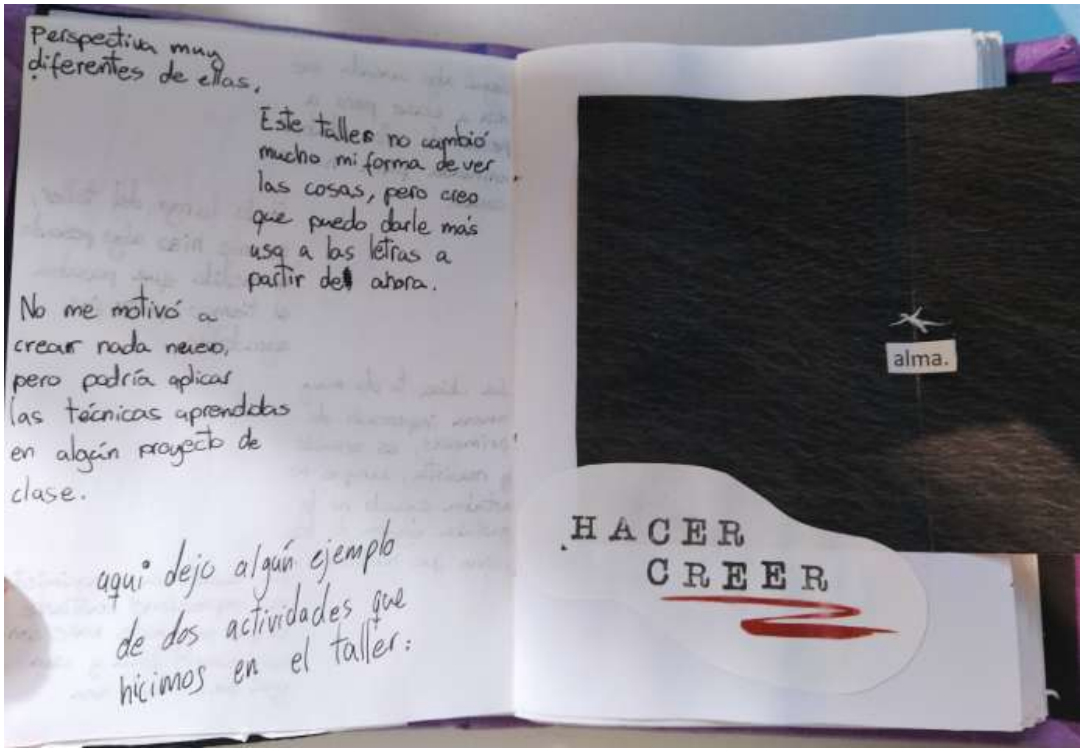


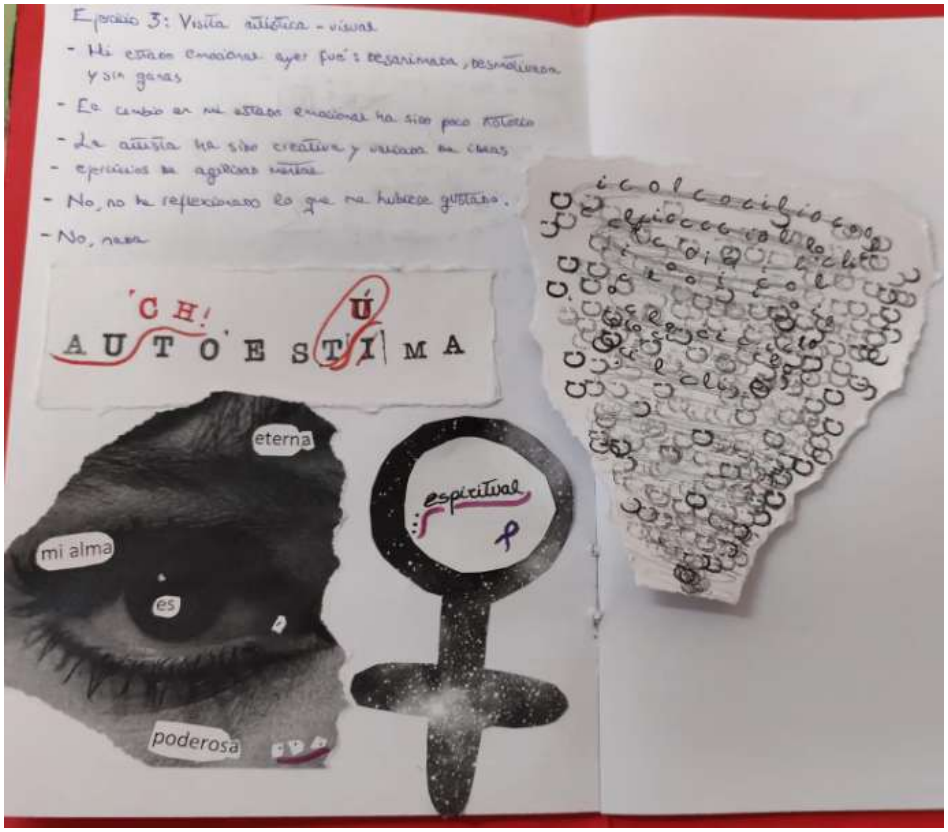
Gráfico 3: Información del cuestionario

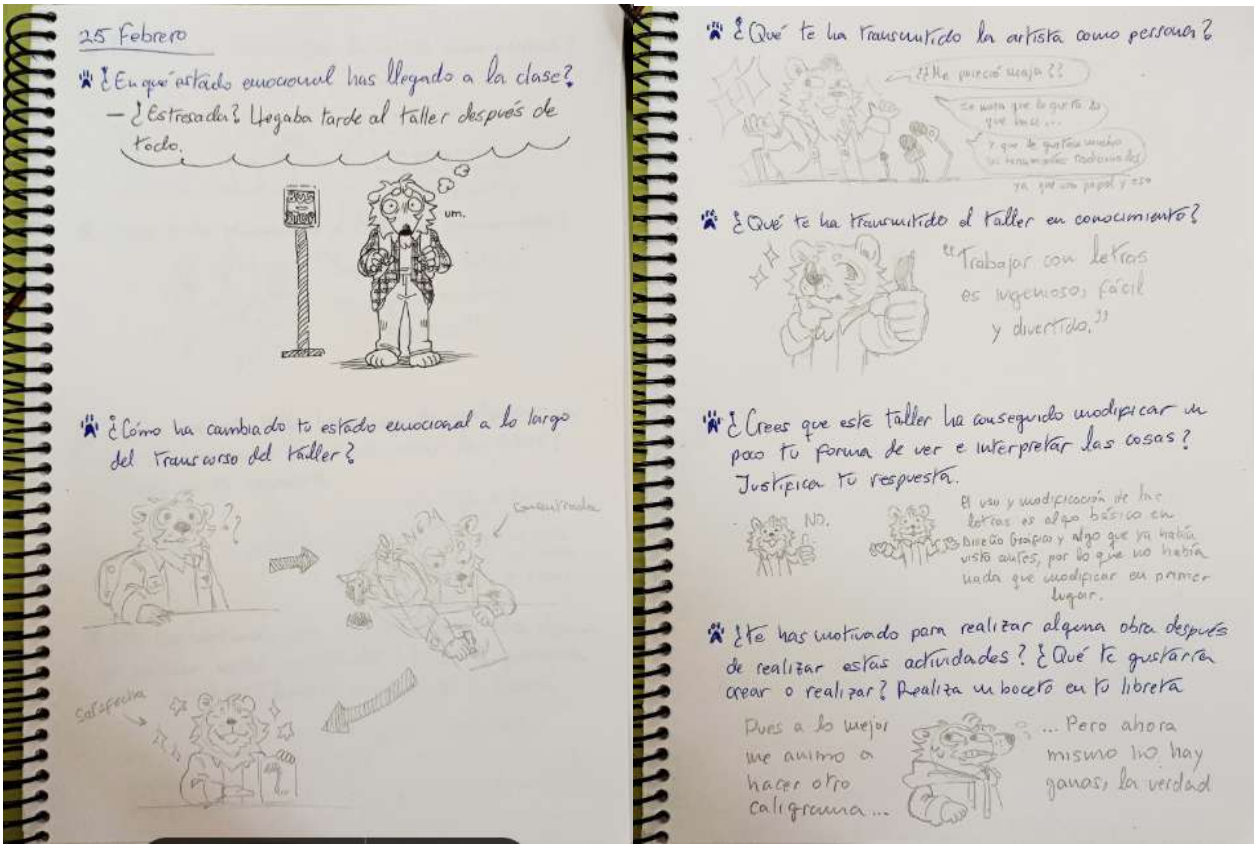
Conforme al Segundo Cuestionario:

- ➔ Whatsapp es la App más usada para comunicación y dentro de las redes de contenidos, son Tik-Tok e Instagram las que consumen más tiempo para los encuestados, para casi el 50% del alumnado.
- ➔ El 47% del personal encuestado usa las redes tanto para entretenimiento como para adquirir conocimiento.
- ➔ El 67,3% contesta afirmativamente que le gustaría ponerse en contacto con alguno de los divulgadores que siguen.

Respecto al Taller en Vivo realizado con la artista visual, el grupo de alumnado tuvo la oportunidad de preguntarle directamente qué hace, cómo y a quién va dirigido sus vídeos. Después de la Sesión, se les pregunta por sus emociones y conocimiento adquirido. Algunas de las respuestas han sido:







Fotos de trabajos del alumnado (previa autorización)

De la visita al Taller en Cádiz, el artista les llena de Creatividad y de Emoción para expresarse en el Arte y Diseño, y manifestarlo ante el mundo. El alumnado viene convencido de la importancia de la difusión de contenidos para que llegue al mayor número posible de la comunidad educativa y ciudadanos en general.

Fotos de la autora

En la Fase Final de participación activa del alumnado, la pregunta a la que se les somete, tiene una respuesta contundente de un casi 86%:

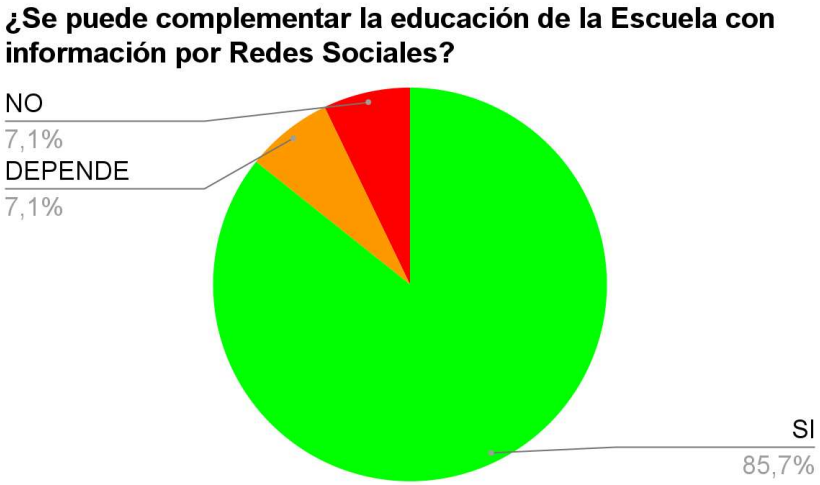


Gráfico 4: información del cuestionario

¿Qué importancia tienen las redes sociales y los perfiles influencers en nuestro contexto educativo? (Información recabada de los cursos de formación)

- **Acceso a la información**: Las redes sociales permiten a los estudiantes acceder a una gran cantidad de información de manera **rápida y fácil**. Pueden encontrar recursos educativos, noticias relevantes, y conectarse con expertos en diferentes campos.

- **Interacción y colaboración:** Las redes sociales facilitan la interacción entre estudiantes, profesores y expertos de todo el mundo. Esto puede **promover** la colaboración en proyectos, debates académicos y el intercambio de ideas.

- **Aprendizaje informal:** Los perfiles de influencers en redes sociales pueden proporcionar contenido educativo de una manera más **informal y atractiva**. Los influencers pueden utilizar su influencia para promover temas educativos, recomendar libros, cursos en línea y recursos útiles para el aprendizaje.

- **Innovación educativa:** Los educadores pueden utilizar las redes sociales como herramientas para innovar en sus prácticas pedagógicas. Pueden crear comunidades de aprendizaje en línea, utilizar plataformas de redes sociales para discusiones y debates, e incluso aprovechar la popularidad de ciertos influencers para **promover el aprendizaje en el aula.**

- **Desarrollo de habilidades digitales**: El uso responsable de las redes sociales en un contexto educativo puede ayudar a los estudiantes a **desarrollar habilidades digitales** importantes, como la alfabetización mediática, la comunicación en línea y la gestión de la identidad digital.

¿Cuáles son las características de estas cuentas y el tipo de contenido digital que transmiten?

1. **Contenido visualmente atractivo:** alta **calidad visual** incluso profesional, estilo propio y rapidez de resultados mostrando el **"antes y después"** de proyectos o técnicos en segundos.

2. **Enfoque práctico y aplicado:** técnicas "paso a paso", con aplicaciones inmediatas, que los estudiantes pueden **replicar infinitamente**.

3. **Formato breve y directo:** vídeos cortos, reels, shorts.. que condensan **información útil en pocos segundos**, evitando la sobrecarga teórica yendo al grano.

4. **Comunicación cercana y horizontal**: Utilización de un **lenguaje coloquial, inclusivo**, a menudo **con humor**. Responden a comentarios y preguntas, lo que crea interacción y sensación de comunidad.

5. **Diversidad y acceso global**: Presentan técnicas y estilos de todo el mundo, Permiten a los estudiantes exponerse a múltiples **influencias culturales y artísticas.**

6. **Actualización constante:** con contenidos regularmente, lo que hace al estudiante que perciba "**estar al día**" en ese campo.

7. **Narrativa personal y motivadora:** Muchos cuentan su proceso, errores y evolución, lo que inspira y humaniza el aprendizaje, ofreciendo **credibilidad emocional**, que a veces cobra más peso que la académica.

8-CONCLUSIONES

➢ En relación con el Objetivo General planteado, el fenómeno de los creadores de contenido con medio o gran alcance está teniendo **un impacto cada vez más fuerte** en el entorno educativo, especialmente en campos como el arte y el diseño, donde la visualidad, la experiencia práctica y la inspiración son claves. Todo el estudiantado y profesorado cuenta en sus manos con una herramienta de consulta de estos contenidos.

➢ El **100 %** de los participantes usa el móvil diariamente, entre 2-4 horas para ver contenido en redes sociales, tanto de entretenimiento como recurso didáctico

➢ Más del 85% piensan que **la Educación puede complementarse** con las redes sociales, puesto que le otorgan inspiración, felicidad y no se sienten coartados en ningún momento para replicar lo que no les interese. Muchos de estos perfiles ya educadores en activo o incluso las Universidades o entidades educativas.

➢ La **eficacia en el alcance** de la información es innegable, hay una democratización del conocimiento, gracias a que cualquiera puede aprender sin importar el lugar o institución, ni el momento. Incidiendo en algoritmos y viralidad, los contenidos se optimizan para que llegue a más gente. Esto hace que los estudiantes terminen viendo ese contenido sin buscarlo: el algoritmo lo pone frente a ellos, creando mayor exposición que las clases tradicionales, que requieren asistir de forma activa.

➢ El estudiante siente que "puede **hablar de igual a igual**" con el creador, de forma horizontal y no vertical como en las Clases, donde el principal actor en el proceso educativo es el docente.

➢ Los estudiantes y la sociedad en general, tienen cada vez menos tolerancia a prácticas extensas sin dinamismo, la tendencia es a la **inmediatez y poco esfuerzo** para llegar a solucionar su problema. Los lenguajes cercanos, directos y poco extensos de los creadores de contenidos, llaman la atención del estudiante, y lo prefieren a las farragosas clases de los profesores en el aula.

9-POSIBILIDADES DE GENERALIZACIÓN DEL TRABAJO A OTROS NIVELES Y CONTEXTOS EDUCATIVOS

Universidades como Huelva, Sevilla, Jaén y Málaga ya tienen su propio canal de difusión de noticias y contenidos de interés. En pocos segundos, te puede resumir un trámite o recordarte una fecha importante de un proceso, que puedes ver cómodamente en tu sofá, sin tener que acudir a ninguna oficina en un horario determinado.

Una limitación de este estudio ha sido la baja población estudiada que se podría ampliar en un siguiente curso, sin embargo, en un estudio reciente con estudiantes de Educación Superior de la Universidad de Jaén, extrapolable totalmente a nuestra Escuelas de Arte y Diseño o incluso a otros centros educativos de etapas diferentes, se concluye que:

> *"el alumnado sostiene cómo las redes sociales ofrecen nuevos canales de comunicación, facilitando la organización y planificación del trabajo, a la vez que permiten la socialización, resolución de dudas, establecimiento de contactos, etc., así como también posibilitan el conocimiento de otras culturas y costumbres, a la vez que ayudan a generar nuevas ideas"*

¿Qué implica todas estas novedades para la enseñanza?

Como afirma el Juez Calatayud: *"Un maestro no puede ser el colega de sus alumnos… ni tampoco su 'tiktoker', tiene que ser su maestro".* Los docentes no necesitan competir con este modelo, sino aprender de sus fortalezas. Algunas **ideas para aplicarlas** son:

- Incorporar contenido breve y visual a las clases.
- Crear espacios más interactivos y colaborativos.
- Reconocer el valor del contenido informal como parte del aprendizaje.
- Enseñar a los estudiantes a evaluar críticamente la información que consumen online.
- Invitar al propio alumnado voluntariamente a crear contenido de sus materias en el canal de la escuela

Sin embargo, también es importante tener en cuenta los RIESGOS asociados con el uso de las redes sociales y los perfiles de influencers en el contexto educativo, como la exposición a información no verificada, la privacidad y la seguridad en línea, y la influencia potencial de contenido no académico en el proceso de aprendizaje. Por lo tanto, es fundamental que los educadores y los estudiantes utilicen estas herramientas de manera crítica y reflexiva, desarrollando habilidades para evaluar la calidad de la información y proteger su privacidad y seguridad en línea.

10-OTROS ASPECTOS DESTACABLES

Este Proyecto de investigación aporta evidencias claras con la posibilidad de ser **continuado**, dentro del mismo centro con la totalidad del alumnado matriculado, o bien, extrapolado a otros centros educativos.

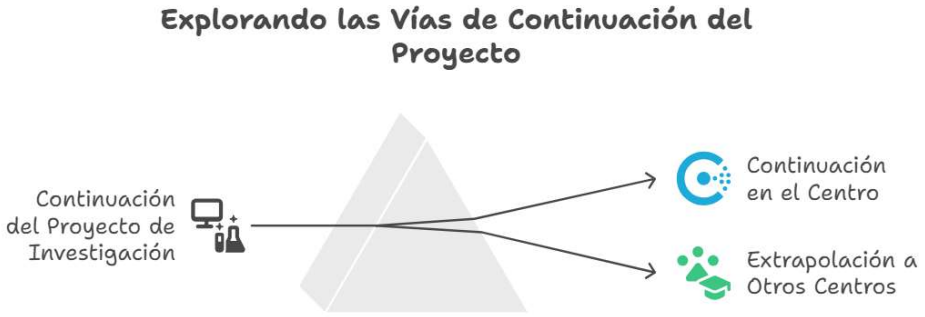


Gráfico 5: Extrapolando las vías de continuación. Elaborado con IA.

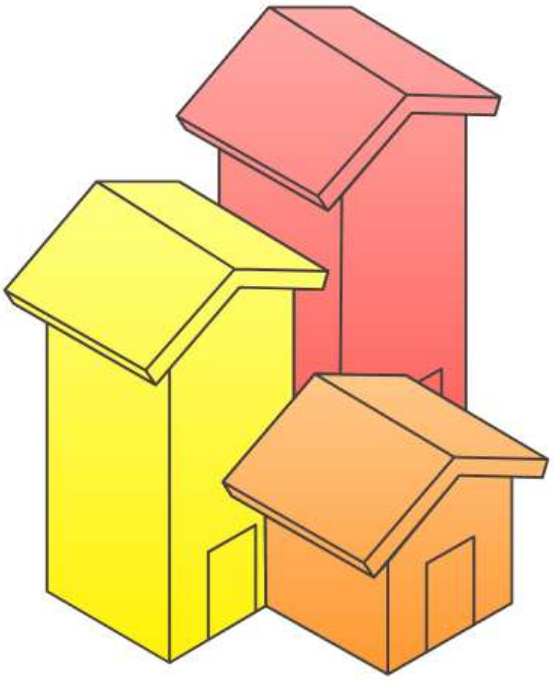
Pero el aspecto más destacable es la **sostenibilidad en el tiempo y la financiación** posible, por una parte con un Plan de Acción e Innovación para ponerlo en práctica en algunas materias, y por otra parte, la creación de un Canal de la Escuela con contenido didáctico y noticias de interés para el alumnado y comunidad educativa en general. Ambos proyectos se pueden plasmar en las Convocatorias anuales de la Consejería como Proyecto de Innovación y Elaboración de Material Curricular, respectivamente. Los resultados que se obtengan permitirán afianzar aún más las teorías emergentes complementarias para la Educación superior.

Gráfico 6: Iniciativas de Innovación. Elaborado con IA.

Para concluir, a los lectores, os lanzo una última pregunta:

→ ¿TE ATREVERÍAS A SER INFLUENCER EDUCATIVO?

Participantes



1

Coordinadora

EULALIA ALVAREZ GALLARDO

2

Investigadoras

MARIA PUIG GUTIERREZ,
MARINA NIETO RAMOS,
FATIMA RODRIGUEZ MARÍN,
LIDIA LÓPEZ LOZANO
ALICIA GUERRERO FERNÁNDEZ

3

Profesores

ALBERTO SOLER MARTIN,
VERONICA MARTIN SANCHEZ,
RAQUEL CAMPOS GARCIA