



MEMORIA

Proyecto de Innovación y Mejora Docente 2022/2023

VER PARA APRENDER: INSTAGRAM, FACEBOOK Y YOUTUBE COMO NUEVAS PLATAFORMAS DE APRENDIZAJE PARA LA HISTORIA DEL ARTE Y EL PATRIMONIO CULTURAL EN LA DOCENCIA UNIVERSITARIA (ID2022/067).

COORDINADOR DEL PROYECTO

Eduardo Azofra Agustín

Departamento de Historia Del Arte/Bellas Artes

Facultad de Geografía e Historia

Universidad de Salamanca

ÍNDICE

1. Introducción
2. Descripción de actuación y metodología de trabajo
3. Resultados
4. Limitaciones y futuras propuestas de innovación

1. INTRODUCCIÓN

La incorporación de las tecnologías basadas en el desarrollo de las nuevas plataformas digitales ha modificado de manera sustancial nuestra manera de relacionarnos con el entorno. Por eso debemos utilizar y aplicar estos avances como una herramienta más en el ámbito de la enseñanza, con fines de **innovación docente**, a todos los niveles académicos, también, por supuesto, en el ámbito universitario.

En este sentido, la implantación del **Espacio Europeo de Educación Superior (EEES)**, que es ya una realidad en nuestras universidades, ha supuesto un desafío para el profesorado universitario al promover la innovación en la metodología docente y abrir el camino hacia una metodología orientada a generar el **aprendizaje significativo y relevante del estudiante**, con la pretensión de que, en todo momento, éste conozca su propio proceso de aprendizaje y comprenda lo que aprende, por lo que se impone un análisis crítico de su ejecución y una mejora en busca de la innovación. Ahondando en esta idea, una de las señas de identidad del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) es el aprendizaje constructivista y colaborativo promoviendo una enseñanza más participativa con una mayor implicación por parte de los dos actores involucrados en este proceso: el profesor y el alumno. Este marco fomenta la innovación en la metodología docente, por lo que el uso de redes sociales (RRSS) encaja a la perfección con estos objetivos.

Por otra parte, entendemos que **Instagram** y **Facebook** (que se han convertido en dos de las aplicaciones con más usuarios en todo el mundo y que tienen una gran popularidad entre los jóvenes, con millones de usuarios en todo el mundo) y **YouTube** (una plataforma en constante movimiento, con gran cantidad de información disponible para todo el mundo de manera inmediata, pero muchas veces con contenido no contrastado por profesionales) pueden convertirse debido a su uso generalizado y cada vez más frecuente también en el mundo académico, en unas fabulosas herramientas para que todos los alumnos aprendan, participen y asimilen parte de los contenidos de las asignaturas de una manera diferente. Sin embargo, hemos observado que apenas existen cuentas en estas plataformas con información contrastada y finalidad educativa en las que se combinen ambas RRSS con información y contenidos relacionados con la educación universitaria en Historia del Arte y Patrimonio Cultural. Las RRSS permiten presentar los contenidos educativos en pequeñas “píldoras”. Este proyecto pretende aunar ambas, con la perspectiva puesta en los modelos de aprendizaje dinámicos y desarrollando una idea novedosa enfocada a la didáctica de una manera amplia y fácil de manejar, insertándola además en el aprendizaje del alumno, incluso en el caso de que carezcan de RRSS o no deseen compartir sus perfiles, al incorporar un canal de YouTube, que permitirá a los participantes/seguidores del proyecto el acceso a los vídeos sin necesidad de tener un perfil en las RRSS. Así, con este fin, mantendremos en Instagram el entorno puesto en marcha a través de los Proyectos de Innovación y Mejora

Docente de los cursos académicos pasados (ID2020/038 e ID2021/055), incorporando como novedades la creación de una cuenta activa en Facebook y un canal en YouTube, que favorecerá el acceso a los materiales creados.

Por otra parte, y quizás ya va siendo momento de ir superando ese escenario, la situación que se generó como consecuencia de la **pandemia** desencadenada por el **coronavirus SARS-CoV-2 (COVID-19)** motivó una evidente modificación sobre cómo impartir las clases presenciales durante el confinamiento, demostrándonos de manera evidente a todos, docentes y alumnado, que las RRSS pueden servir como un eficaz modelo de aprendizaje para el desarrollo de las asignaturas universitarias. En definitiva, la situación desencadenada en los cuatro últimos cursos a causa de la pandemia que aún estamos viviendo, ha acelerado la transición hacia un modelo educativo que integra el entorno presencial y digital. En definitiva, consideramos que los docentes tenemos la obligación de buscar **herramientas docentes** útiles y atractivas para nuestro alumnado con el objetivo, en muchas ocasiones muy difícil, de fomentar su motivación y aprendizaje (autoaprendizaje).

El objetivo principal de este proyecto ha sido el de **innovar** en el desarrollo de contenidos específicos de las asignaturas *Conservación de Bienes Culturales e Historia del Arte en España II (Moderno y Contemporáneo)*, impartida la primera en primero del Grado de Historia del Arte y en tercero de Humanidades y la segunda en tercero de los Grados de Historia del Arte, Humanidades y Geografía y en cuarto de Historia, a través de Instagram, Facebook y YouTube, con el fin de estimular el aprendizaje de los contenidos educativos y fomentar el interés e implicación de los estudiantes en las citadas asignaturas.

Objetivos específicos:

1. Continuar activamente en Instagram (@culturetasporespana), y crear una cuenta activa en Facebook (@culturetasporespana) y un canal en YouTube para la distribución de los capítulos que se generen vinculados a las asignaturas propuestas para fomentar el interés de los alumnos.
2. Diseñar y desarrollar una serie de capítulos o vídeos, en realidad, píldoras formativas o docentes de aprendizaje, mediante los cuales los alumnos puedan fijar y aprender a interpretar los conocimientos impartidos en clase; además, publicándolos en las cuentas de Instagram y Facebook y el canal de YouTube del proyecto, como medios de distribución de estos vídeos con el fin de fomentar el interés de la comunidad educativa. Lo ideal sería realizar de 8 a 10 capítulos para cada asignatura.
3. Proponer a los alumnos la realización de capítulos bajo la supervisión de los miembros del proyecto, favoreciendo el trabajo en equipo, su capacidad de análisis y síntesis de la información a partir de la bibliografía manejada e incentivándoles a hablar en público.

4. Difundir nociones y conceptos básicos relacionados con los materiales de las asignaturas dados en clase utilizando un lenguaje divulgativo que favorezca el aprendizaje de los alumnos fuera de las aulas de la Universidad.
5. Implementar la evaluación continua mediante la participación semanal de los alumnos contestando a las preguntas planteadas tras la emisión de cada uno de los capítulos (vídeos).
6. Revalorizar la imagen innovadora y docente de la Universidad de Salamanca y del Departamento de Historia del Arte-Bellas Artes en la creación de herramientas docentes *online* para la enseñanza de la Historia del Arte y del Patrimonio Cultural.

En los cursos 2010-11 y 2011-2012 el coordinador de este proyecto participó en dos proyectos de Innovación Docente que tuvieron Radio Usal como instrumento complementario de aprendizaje de los alumnos de varios grados de la Universidad de Salamanca. Tras aquella experiencia, que fue muy bien acogida entre los alumnos, y cuyos integrantes dimos a conocer a partir de varias participaciones en congresos, consideramos que ha llegado el momento de dar el salto a otro medio de comunicación, de difusión, que entendemos resulta hoy en día mucho más cercano a los alumnos universitarios. Ese fue nuestro objetivo en el curso 2020-2021 cuando a tres de los miembros integrantes de este Proyecto (Eduardo Azofra, Elena García y Ana E. Rodríguez) se nos concedió el Proyecto de Innovación Docente titulado *El mundo de la conservación en el punto de mira: el uso de Instagram como herramienta educativa (ID2020/038)*, continuado en el curso pasado 2021-2022 con el Proyecto de Innovación Docente titulado *Instagram como espacio de debate sobre el arte español y su conservación (ID2021/055)*, del que también formó parte otro de los miembros integrantes del actual proyecto, Alexandra M. Gutiérrez Hernández. Ambos proyectos comparten objetivos e ideas con el presente, convirtiéndose en unas buenas experiencias previas. En definitiva, estos proyectos fueron desarrollados por un **equipo multidisciplinar** coordinado por Eduardo Azofra Agustín (Profesor Titular del Área de Historia del Arte, Facultad de Geografía e Historia), e integrado además por Alexandra M. Gutiérrez Hernández (Personal Investigador en Formación, Departamento de Historia del Arte-Bellas Artes), Ana Eugenia Rodríguez Vicente (Personal Investigador, Facultad de Medicina) y Elena García Mateos (Licenciada en Historia del Arte). Así, en este proyecto (nuestra tercera participación como equipo en las convocatorias de los Proyectos de Innovación y Mejora Docente ofertados por la USAL) volvemos a centrarnos en el uso, que no abuso, de las RRSS como un magnífico instrumento complementario de aprendizaje para los alumnos de varios grados de la USAL. Nuestro deseo es seguir trabajando en la construcción (desarrollo e implementación) de este proyecto de innovación y mejora docente, al que aún le quedan algunos episodios por escribir.

2. DESCRIPCIÓN DE ACTUACIÓN Y METODOLOGÍA DE TRABAJO

El proyecto se ha desarrollado en el Área de Historia del Arte, del Departamento de Historia del Arte-Bellas Artes, de la Facultad de Geografía e Historia, con el objetivo de desarrollar una herramienta docente que facilitara la enseñanza de las asignaturas *Conservación de Bienes Culturales* e *Historia del Arte en España II (Moderno y Contemporáneo)* fuera de las aulas de la Universidad, mediante la difusión a través de Instagram, a modo de aula virtual, de los vídeos grabados con antelación y cuya duración osciló entre los 5 y 8 minutos, y de Facebook, de las “píldoras” de información elaboradas previamente.

Acciones y etapas que se llevaron a cabo en el transcurso del proyecto

1ª. Activación (creación) de las cuentas específicas en el entorno de Instagram, Facebook y YouTube.

2ª. Preparación de las publicaciones en las cuentas. Recopilación de imágenes y vídeos de los diferentes aspectos a desarrollar de los contenidos y bloques de las asignaturas seleccionadas. Cada publicación en el caso de Instagram se basó en un vídeo mientras que en Facebook consistió en un texto explicativo de un máximo de palabras acompañado de varias imágenes.

3ª. Preparación y maquetación de imágenes con Photoshop y programas de edición de vídeo como Openshot: protección de imágenes e indicación de la procedencia (marca de agua).

4ª. Incorporación de los vídeos a la cuenta de Instagram y YouTube y de las “píldoras” a la de Facebook para que pudieran ser consultados públicamente a través de internet y gestión del contenido mediante hashtags. De esta forma además se superaba el ámbito del aula, buscando la relación de la Universidad con la sociedad.

Se decidió emitir las publicaciones (vídeos) realizados por los integrantes del proyecto, un total de siete -cuatro relacionados con la asignatura de *Historia del Arte en España II (Moderno y Contemporáneo)* y tres con la de *Conservación de Bienes Culturales*-, previo aviso a los alumnos, los domingos a las 10:00 los días 19 y 26 de febrero, 5, 12 y 19 marzo, 16 y 30 de abril en Instagram (<https://www.instagram.com/culturetaspoespana/@culturetaspoespana>). Al final de cada publicación se realizaban tres preguntas relacionadas con el tema con el fin de que fueran contestadas por los alumnos, quienes, para dar su respuesta, debían identificarse previamente con nombre y apellido, obteniendo 0,25 puntos en términos de mejora de nota el que contestara correctamente en primer lugar, y 0,15 los restantes, pudiendo obtener hasta 1 punto de mejora en la nota final de la asignatura, siempre y cuando ésta estuviera aprobada. Las respuestas fueron evaluadas por Eduardo Azofra Agustín y Alexandra M. Gutiérrez Hernández. A los alumnos se les facilitó con posterioridad, acabado

el plazo de repuesta, establecido hasta las 24:00 horas del día de emisión, las calificaciones que habían obtenido través del Foro de las asignaturas habilitadas con esa finalidad en Studium.

5ª. Para fomentar el aprendizaje activo de los alumnos se les planteó la opción de elaborar una publicación o vídeo de manera voluntaria, en grupos de 2 a 4 personas, presentando una propuesta de capítulo (texto de aproximadamente 500 palabras) antes del 19 de marzo, que, tras ser revisada y supervisada por los responsables de las asignaturas, fue posteriormente grabada y emitida en @culturetaspoespana. A la hora de abordar la realización del capítulo todos los equipos contaron con la orientación de los profesores y con la de las integrantes de culturetaspoespana en el momento de realizar la grabación. En este caso, todos los alumnos que participaran en la materialización de un capítulo sumarían entre medio punto y un punto en términos de mejora de nota, siempre y cuando se aprobara la asignatura. Nos llegaron ocho propuestas, de las cuales seis fueron admitidas -tres por cada una de las asignaturas- y dos rechazadas por no adaptarse a los requisitos solicitados. Las seis propuestas fueron emitidas, previo aviso a los alumnos, a las 10:00 horas los domingos 26 de marzo, 23 de abril, 7 y 14 de mayo y los sábados 6 y 13 de mayo en Instagram (<https://www.instagram.com/culturetaspoespana/@culturetaspoespana>). Al igual que en las otras publicaciones, al final de cada publicación se realizaban tres preguntas relacionadas con el tema con el fin de que fueran contestadas por los alumnos, quienes previamente debían identificarse con su nombre y apellido, obteniendo 0,25 puntos en términos de mejora de nota el que contestara correctamente en primer lugar, y 0,15 los restantes, pudiendo obtener hasta 1 punto de mejora en la nota final de la asignatura, siempre y cuando ésta estuviera aprobada. Las respuestas fueron evaluadas por Eduardo Azofra Agustín y Alexandra M. Gutiérrez Hernández. A los alumnos se les facilitó con posterioridad, acabado el plazo de repuesta, establecido hasta las 24:00 horas del día de emisión, las calificaciones que habían obtenido través del Foro de las asignaturas habilitadas con esa finalidad en Studium.

Del mismo modo, se planteó la posibilidad, para aquellos alumnos que quisieran hacer una propuesta ajena a la ciudad de Salamanca que, en grupos de 3 a 5 personas, presentaran una propuesta de post (un texto de aproximadamente de 200 palabras), antes del 19 de marzo, que debía ser enviada a través del siguiente formulario: <https://forms.gle/ur7XCQL4zDahsh6Y8>, con el fin de subirlo a la plataforma Facebook. Tras la aceptación de la propuesta, los alumnos deberían, además, acompañar el texto de imágenes (máximo 5, libres de derechos de reproducción) que hicieran referencia al texto y de 5 palabras clave en forma de #hashtag. En este caso, recibimos 9 propuestas, de las cuales ocho fueron admitidas -cuatro por cada una de las asignaturas- y una rechazada por no adaptarse a los requisitos solicitados. Las ocho propuestas fueron subidas a la plataforma Facebook, previo aviso a los alumnos, a las 10:00 horas los sábados 15, 22 y 29 de abril y el viernes 5 de mayo. Cada día se optó por subir

un capítulo o píldora de cada una de las asignaturas. Al igual que en las publicaciones de Instragram, también se realizaban tres preguntas relacionadas con el tema con el fin de que fueran contestadas por los alumnos, quienes previamente debían identificarse con su nombre y apellido a la hora de dar su respuesta, obteniendo 0,25 puntos en términos de mejora de nota el que contestara correctamente en primer lugar, y 0,15 los restantes, pudiendo obtener hasta 1 punto de mejora en la nota final de la asignatura, siempre y cuando ésta estuviera aprobada.

Las respuestas fueron evaluadas por Eduardo Azofra Agustín y Alexandra M. Gutiérrez Hernández. A los alumnos se les facilitó con posterioridad, acabado el plazo de repuesta, establecido hasta las 24:00 horas del día de emisión, las calificaciones que habían obtenido través del Foro de las asignaturas habilitadas con esa finalidad en Studium.

Los objetivos fundamentales de esta acción eran: favorecer el trabajo en equipo; fomentar la capacidad de analizar, sintetizar y estructurar la información sobre un tema a partir de la bibliografía manejada e incentivar a hablar en público como forma de ensayo para una futura dedicación con empleos relacionados con la divulgación cultural.

3. RESULTADOS

A lo largo del segundo cuatrimestre del curso académico 2022-2023, en la cuenta de Instragram *Culturetaspoespaña*, se han generado 7 publicaciones con contenido relacionado con el temario de las asignaturas en las que se empleó esta herramienta docente, *Historia del Arte en España II (Moderno y Contemporáneo)* y *Conservación de Bienes Culturales*. Además, se propuso al alumnado que realizase algunos capítulos y participaron generando 6, haciendo un total de 13 publicaciones. El número de seguidores (la mayoría alumnos de las asignaturas) ha aumentado con respecto a los cursos anteriores, pasando de los 878 seguidores del curso 2020-2021 a los 955 actuales (Figura 1).

Por otra parte, en la cuenta de Facebook los alumnos han realizado 8 publicaciones.



Figura 1. Portada de la cuenta CulturetasPorEspaña en Instagram.

A diferencia de lo que ocurría en cursos anteriores, en los que la mayoría de los seguidores eran alumnos de sexo femenino, este año ha aumentado el número de seguidores masculinos y no hemos observado una gran diferencia en los porcentajes (54% vs 45%, respectivamente). Aunque los seguidores jóvenes suponen un porcentaje significativo, nos ha llamado la atención que el segmento de edad más representado sea el de 35 a 44 años (Figura 2), lo que reflejaría el gran alcance de las redes sociales en la actualidad y cómo una cuenta que inicialmente se concibió como apoyo a la docencia universitaria tiene cabida también fuera del ámbito académico, con gran aceptación del público “general”.

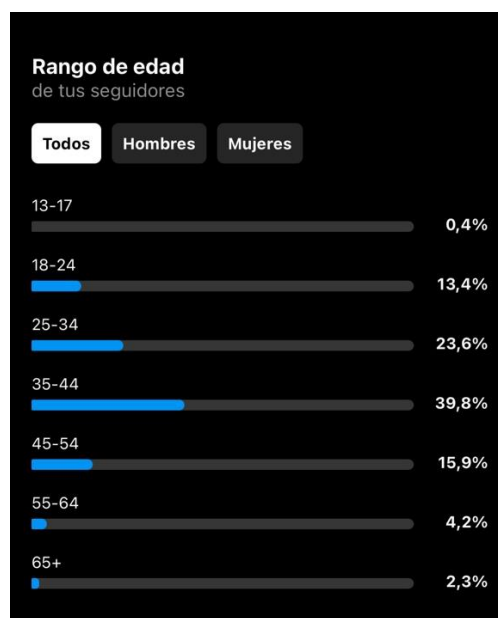


Figura 2. Distribución por edades de los seguidores de CulturetasPorEspaña

En cuanto a la procedencia de los seguidores, la mayoría se localiza en España, sobre todo en Salamanca capital y Madrid (Figura 3A), pero destaca que algunos seguidores proceden de Reino Unido y países latinoamericanos, como Brasil (Figura 3B).

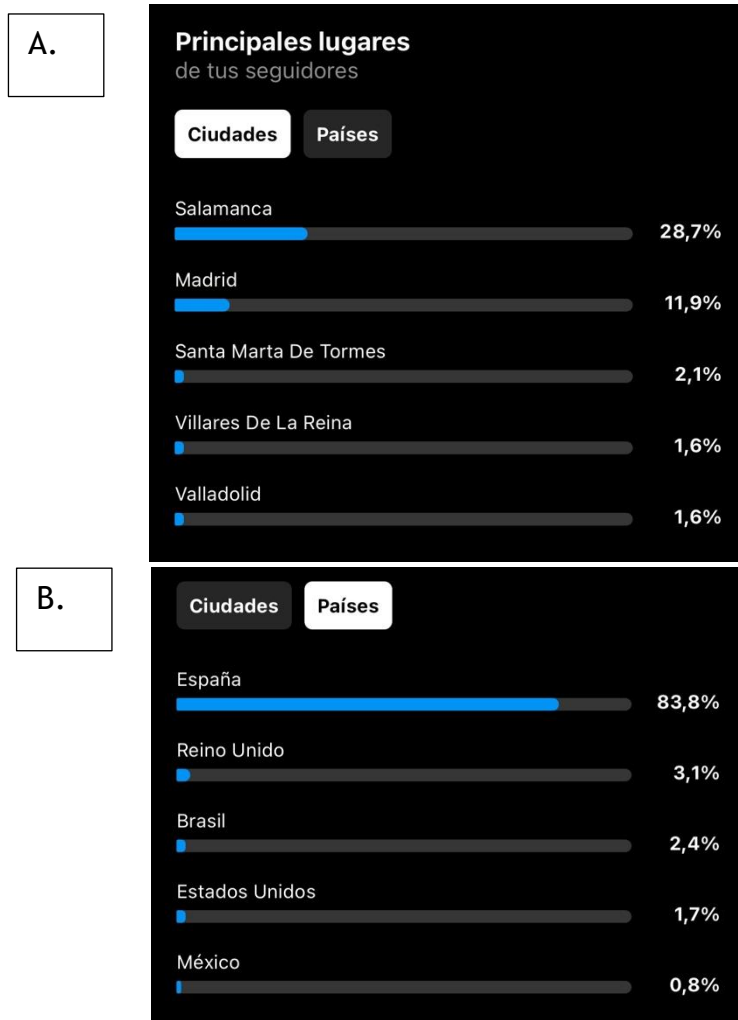


Figura 3. Procedencia de los seguidores de CultuRetasPorEspaña
A.Ciudades; B.Países

Las publicaciones mostraron los contenidos dados en la asignatura, mediante vídeos creados como “píldoras” en apoyo al aprendizaje. Además, las publicaciones fueron subidas a la cuenta de manera progresiva y siguiendo estrictamente el temario de la asignatura. Cada vídeo se presentó acompañado de un texto explicativo de no más de 100 palabras, varias palabras clave (o *hashtags*) y tres preguntas dirigidas a los alumnos de las asignaturas, que se planteaban al final de cada capítulo.

Los hashtags utilizados variaban según el capítulo, pero algunos estuvieron presentes en todas las publicaciones: #culturetaspoespana #castillayleon #salamanca #universidad #nosgustaelarte #innovación.

Nos gustaría destacar la implicación de los alumnos de este curso, con una alta participación tanto en las preguntas semanales como en la elaboración de los vídeos de Instagram y posts de Facebook.

En Instagram los 13 vídeos publicados (los 7 elaborados por el equipo docente y los 6 de los alumnos) tuvieron una media de 515 visualizaciones, lo que nos da una idea del alcance de la cuenta, que no sólo es seguida por los alumnos de las asignaturas, sino por el público “general” o “no especializado”.

Además, obtuvieron una media de 58 “me gusta” y 46 interacciones (alumnos que respondieron a las preguntas planteadas).

Las publicaciones con más éxito entre los seguidores de la cuenta fueron “La plaza de los Bandos” (Capítulo 2 de la asignatura *Historia del Arte en España II*) con 76 “me gusta” (Figura 4) y el “Museo-Casa Lis” (Capítulo 3 de la asignatura *Historia del Arte en España II*) e “Iglesia de San Miguel Arcángel de Peñaranda de Bracamonte” (Capítulo 3 de la asignatura *Conservación de Bienes Culturales*, realizado por los alumnos), con 61 comentarios (Figura 5).



Figura 4. Capítulo de Instagram con más “me gusta”.



Figura 5. Capítulos de Instagram con más comentarios.

A. Museo-Casa Lis

B. Iglesia de San Miguel Arcángel de Peñaranda de Bracamonte

La implicación de los alumnos ha sido excelente. Más de la mitad de los alumnos matriculados en las asignaturas seleccionadas para llevar a cabo este Proyecto de Innovación y Mejora Docente participaron de manera activa en cada una de las publicaciones, respondiendo de forma pública (como comentario de la publicación) a las preguntas planteadas. Sin embargo, en los últimos capítulos, cercanos al examen final, observamos un ligero descenso de la participación. Las respuestas a las preguntas planteadas fueron en su mayoría correctas y el

tiempo que los alumnos utilizaron para responder nunca sobrepasó el establecido.

En cuanto a la participación en Facebook, donde los alumnos prepararon 8 publicaciones, fue menor que la obtenida en Instagram, con una media de 12 alumnos que respondieron a las preguntas planteadas por sus compañeros, pensamos que puede deberse, por una parte a las fechas de las publicaciones (al final de curso, cerca del examen final) y por otra, a que el formato vídeo o “píldora” resulta más atractivo. La publicación que tuvo una mayor participación, con 25 interacciones, fue la de la Catedral del Burgo de Osma, realizada el 15 de abril de 2023 (Figura 6).

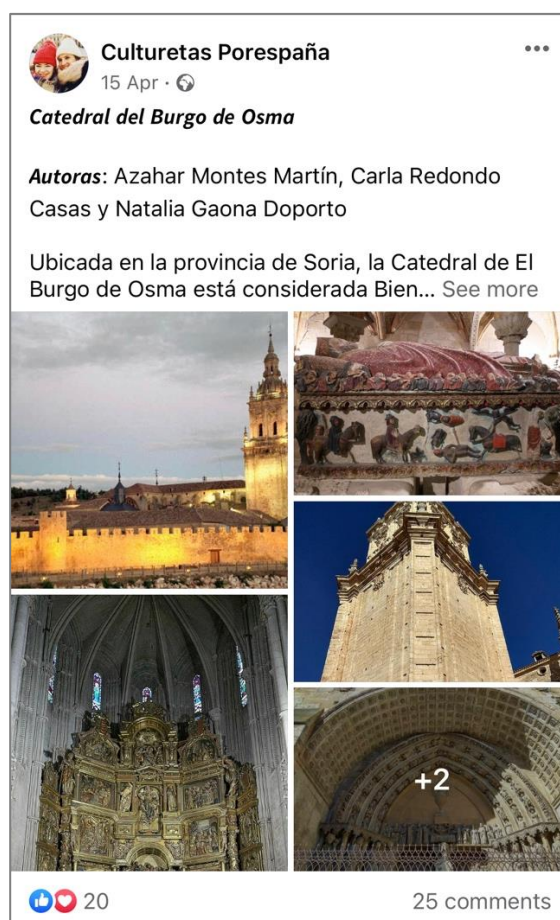


Figura 6. Publicación de Facebook con más interacciones o respuestas de los alumnos.

Además, hemos realizado una encuesta de satisfacción a los alumnos de las asignaturas nuevas herramientas empleadas. Hemos creado dos cuestionarios, uno destinado a todos aquellos que respondían a las preguntas de cada uno de los capítulos emitidos y, el segundo, para los alumnos que decidieron realizar un capítulo para Instagram o un post para Facebook.

En el primero de los casos y, teniendo en cuenta la altísima participación de respuestas en cada capítulo/post, con una media de respuesta de 46 alumnos para Instagram y 12'25 para Facebook, únicamente han respondido al cuestionario, compuesto por 11 preguntas, un total de 24 alumnos, con las siguientes respuestas:

1. ¿Crees que tu aprendizaje ha mejorado gracias al formato utilizado en el PID? 23 respuestas han sido afirmativas y una única negativa.
2. ¿Crees que la duración de las video-píldoras es la adecuada? 21 alumnos consideran que sí, mientras que 3 estiman que es demasiado larga.
3. Ahora que has visto la dinámica del proyecto y a algunos de tus compañeros en los programas ¿te habría gustado realizar uno? 21 respuestas son afirmativas, frente a 3 negativas.
4. ¿La experiencia te ha resultado positiva? Todas, a excepción de una respuesta, es afirmativa.
5. ¿Consideras que el día elegido para la emisión de los capítulos es el adecuado? 7 creen que no, frente a los 17 que sí piensan que el domingo es un día adecuado para la emisión de los capítulos.
6. ¿Cuándo crees que sería mejor emitir?
 - a. Lunes: 2
 - b. Martes: 0
 - c. Miércoles: 1
 - d. Jueves: 1
 - e. Viernes: 3
 - f. Sábado: 3
 - g. Domingo: 14
7. ¿Crees que el tiempo dado para contestar a las preguntas planteadas es el adecuado? 21 alumnos creen que sí, frente a 3 que piensan que no es tiempo suficiente.
8. Tratándose de una actividad optativa, ¿cuál ha sido la motivación que te ha llevado a participar en el PID?
 - a. Por romper con la dinámica del aula: 8
 - b. Por la posibilidad de aumentar mi calificación final: 7
 - c. Adquirir mayores conocimientos de la asignatura: 8
 - d. Por conocer a las chicas de @culturetasporespana: 1
9. ¿Te gustaría que este proyecto se implantase en otras asignaturas? A 23 personas sí les gustaría que se implementase este proyecto en otras asignaturas.
10. ¿Volverías a participar? 23 alumnos estarían dispuestos a repetir.
11. ¿Qué mejoras incluirías en el desarrollo del proyecto? 8 participantes están satisfechos con la dinámica del proyecto y no cambiarían nada. Un par de alumnos preferirían un cambio en el día de emisión, otros consideran que sería interesante añadir información para la visita del

lugar en el que se ha realizado la grabación (horarios de visitas, página web del sitio, etc.), así como añadir más contenido de la provincia de Salamanca, que los comentarios no sean visibles para evitar el “copia/pega”, o que en los clips se incluyan más imágenes sobre el edificio/obra que se está tratando en el vídeo/post.

El segundo cuestionario realizado estaba destinado a aquellos alumnos que han participado de manera activa, realizando alguno de los capítulos de Instagram o con la creación de un post para Facebook. En este sentido, han respondido a esta encuesta un total de 14 alumnos:

1. ¿Qué red social has elegido?
 - a. Instagram: 11
 - b. Facebook: 6
2. ¿Por qué? Las respuestas han sido bastante variadas, relacionadas sobre todo con la posibilidad de difusión y visualización en el caso de Instagram y por la sencillez de redacción en lugar de grabar un vídeo para aquellos que han elegido Facebook.
3. ¿Crees que ha sido beneficioso para tu aprendizaje la preparación del capítulo/post? 12 síes frente a 2 “mucho”
4. ¿Te habías enfrentado alguna vez a un proyecto similar? 12 han respondido no y únicamente 2 alumnos habían realizado algo similar
5. Si volvieras a participar, ¿elegirías el mismo tema? Todos, salvo 3 alumnos mantendrían el tema elegido.
6. ¿Estás satisfecha/ -o con tu participación? El 100% de las respuestas han sido afirmativas.
7. Valora la escala de satisfacción del proceso de grabación de las video-píldoras para Instagram siendo 1 "muy mala" y 5 "excelente" (responder solo aquellos que hayan realizado video).
 - a. 1: 0
 - b. 2: 0
 - c. 3: 0
 - d. 4: 2
 - e. 5: 9
8. Valora la escala de satisfacción del proceso para la creación y posterior subida de los posts en Facebook, siendo 1 "muy mala" y 5 "excelente" (responder solo aquellos que hayan realizado post)
 - a. 1: 0
 - b. 2: 0
 - c. 3: 0
 - d. 4: 2
 - e. 5: 7
9. ¿Volverías a participar en el proyecto? Todos los alumnos repetirían la experiencia.

10. ¿Recomendarías la participación en este proyecto a tus compañer@s?
Todas las respuestas son afirmativas.
11. ¿Tienes alguna sugerencia de mejora para el futuro del proyecto? ¡Danos tu opinión! Varias respuestas coinciden en señalar que sería mejor que los comentarios no estuviesen visibles para evitar “copia/pega”. Además, proponen la inclusión de otras plataformas al proyecto, como Twitter y que los vídeos de Instagram también se puedan visionar en Facebook. Otras respuestas indican que les ha gustado mucho la experiencia.

También se ha llevado a cabo una discusión sobre el desarrollo del proyecto y los resultados obtenidos entre los miembros del equipo, así como en el Departamento de Historia del Arte-Bellas Artes de la Universidad de Salamanca con la finalidad de analizar posibles mejoras futuras y aplicaciones a otras asignaturas.

4. LIMITACIONES Y FUTURAS PROPUESTAS DE INNOVACIÓN

Las nuevas tecnologías han alterado la manera de cómo los estudiantes socializan y aprenden. Así, cada vez existen más evidencias del potencial que las redes sociales ofrecen a la hora de crear un medio “informal” a través del cual los profesores pueden compartir conocimiento académico.

La popularidad de Instagram hace que, con el proyecto adecuado, esta red social pueda emplearse con éxito como recurso educativo para distintas materias. Quizá una de sus mayores ventajas en la docencia es que permite aumentar la motivación y participación del alumnado.

Sin embargo, también presenta algunas limitaciones, que hemos podido observar en nuestro proyecto. Así, por ejemplo, los comentarios que hace el alumno para responder a las preguntas presentadas en las publicaciones son públicos y, por tanto, pueden verlos otros alumnos. Esto hay que tenerlo en cuenta a la hora de elegir la pregunta que queremos hacer y valorar las respuestas. Si la pregunta es muy cerrada, y el primer alumno contesta correctamente, el resto de los compañeros pueden perder interés por responder ya que esa pregunta está bien contestada. Sin embargo, esto se podría solventar si las preguntas que se plantean son más abiertas y animan al debate para que interaccionen los alumnos entre ellos. Es más, los propios alumnos en los comentarios realizados en los cuestionarios, señalan que lo mejor sería que las respuestas estuviesen ocultas para evitar un “copia-pega” de estas.

Sin duda alguna, nuestra experiencia con el empleo de Instagram para difundir y divulgar los contenidos de las asignaturas seleccionadas ha sido muy positiva, sobre todo teniendo en cuenta la aceptación entre el alumnado. Además, la pandemia ha acelerado la transición hacia un modelo educativo que integra el entorno presencial y digital. Por eso, para el próximo curso nos planteamos:

- Continuar con el uso de esta herramienta docente.
- Esperar que en el próximo curso académico los alumnos vuelvan a participar de una manera tan activa en la realización de los vídeos, sin olvidar la alta participación de respuestas, también totalmente voluntaria, en cada una de las emisiones.

Por último, nos gustaría destacar que con el fin de dar la mayor difusión posible a los proyectos de innovación en los que venimos trabajando, los miembros de este equipo hemos presentado (como ya lo hicimos también el año pasado) una comunicación, fruto del Proyecto de Innovación y Mejora Docente del curso 2022-2023, que, titulada “Ver para aprender: Instagram, Facebook, YouTube como nuevas plataformas de aprendizaje para la Historia del Arte y el Patrimonio Cultural en la docencia universitaria”, ha sido admitida, a la 3ª edición del *Congreso Internacional de Innovación Docente y Tendencias Educativas (INNTED)*, que tendrá lugar los días 13 y 14 de julio de 2023 en modalidad virtual, en la plataforma cinnted.org y organizado por Grupo de Innovación DIME de la Universidad de Sevilla y EGREGIUS. Congresos y Eventos.

En definitiva, este proyecto es una continuación de experiencias previas, yendo un paso más en la innovación y divulgación de la Historia del Arte y del Patrimonio Cultural. Teniendo en cuenta los buenos resultados obtenidos, nos planteamos la inclusión de nuevas asignaturas y profesores, incluso de otros grados, con objetivos comunes buscando una mayor interdisciplinariedad con el fin de dar un paso más en el campo de la docencia.