

**IMPACTO EDUCATIVO EN UN PROYECTO DE INNOVACIÓN  
DOCENTE CON INSTAGRAM: @GUIAPORUNDIA**

**EDUCATIONAL IMPACT IN A TEACHING INNOVATION  
PROJECT WITH INSTAGRAM: @GUIAPORUNDIA**

**Sonia Ríos Moyano<sup>(1)</sup>; Marta Aleksandra Neroj; Claudia Campos Colino; Inmaculada Espinosa Trigo; María Peláez Piédrola; Pablo Miguel Salazar Jiménez; María del Rocío Soto Delgado; Pedro Pablo Vicario Lupiáñez**

*<sup>(1)</sup>Universidad de Málaga (España)*

**E-mail:** [srios@uma.es](mailto:srios@uma.es)<sup>(1)</sup>

**ID. ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-5727-3507>

---

**Recibido:** 30/07/2021

**Aceptado:** 14/09/2021

**Publicado:** 17/09/2021

**RESUMEN**

Este artículo recoge el diseño y los resultados de una actividad desarrollada por el alumnado del título de Máster en Desarrollos Sociales de la Cultura Artística de la Universidad de Málaga durante el curso 2019-2020. El objetivo del proyecto era el diseño de una práctica en innovación educativa cuyo fin era mejorar la adquisición de competencias y habilidades del alumno tomando como eje vertebrador el patrimonio cultural, una breve nota o comentario crítico como prueba de adquisición de competencias relacionadas con la expresión escrita y el uso de la red social Instagram como demostración de adquisición de habilidades y competencias digitales. Se muestra la idea inicial, la metodología empleada, los resultados y la evaluación. Extraemos conclusiones a través de una encuesta, además de

*Ríos Moyano, Sonia; Neroj, Marta Aleksandra; Campos Colino, Claudia; Espinosa Trigo, Inmaculada; Peláez Piédrola, María; Salazar Jiménez, Pablo Miguel; Soto Delgado, María del Rocío; Vicario Lupiáñez, Pedro Pablo (2021). Impacto educativo en un Proyecto de Innovación Docente con Instagram: @Guiaporundia. DEDiCA. REVISTA DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES, N.º 19, 2021, 353-381. ISSN: 2182-018X. DOI: <http://doi.org/10.30827/dreh.vi19.21924>*

mostrar los elementos clave que nos han llevado a seguir implementando actividades en redes sociales en otras asignaturas durante el curso 2020-2021.

**Palabras clave:**

actividad cultural; Historia del Arte; medios de comunicación de masas; experimento educacional

**ABSTRACT**

This paper reports the design and results of an activity implemented by the students of the master's degree in Social Developments in Artistic Culture at the University of Málaga during the 2019-2020 academic year. The objective of the project was to design an educational innovation practice, whose purpose was to improve the acquisition of skills and abilities of the students, taking cultural heritage as the focus, a brief note or critical commentary as proof of the acquisition of skills related to written expression, and the use of the social network Instagram as a demonstration of the acquisition of digital skills and competences. We show the initial idea, the methodology used, the results, and the evaluation. We draw conclusions through a survey, as well as showing the key elements that have led us to continue implementing activities on social networks in other subjects during the 2020-2021 academic year.

**Keywords:**

Art History; cultural activities; educational experiments; mass media

**Introducción**

Cada vez hay más artículos académicos sobre el uso de las redes sociales en el sistema educativo, tanto en el propio proceso de enseñanza aprendizaje, como en el diseño de actividades formativas concretas (Cascales, Real, & Marcos, 2011; Araujo, 2014; Matosas-López, Luzardo-Briceño & Aguilar-Jiménez et al., 2021; Ballesta Pagán, Lozano Martínez, Cerezo Máiquez, & Castillo Reche, 2021). Este hecho se debe a que son un medio rápido y fácil

*Ríos Moyano, Sonia; Neroj, Marta Aleksandra; Campos Colino, Claudia; Espinosa Trigo, Inmaculada; Peláez Piédrola, María; Salazar Jiménez, Pablo Miguel; Soto Delgado, María del Rocío; Vicario Lupiáñez, Pedro Pablo (2021). Impacto educativo en un Proyecto de Innovación Docente con Instagram: @Guíaporundía. DEDiCA. REVISTA DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES, N.º 19, 2021, 353-381. ISSN: 2182-018X. DOI: <http://doi.org/10.30827/dreh.vi19.21924>*

de motivar al alumnado, además de generar una pronta difusión online (Maloney, Moss & Ilic, 2014). En nuestra vida cotidiana, es habitual el uso personal y diario de redes como *Twitter*, *Instagram*, *Facebook* o *Flickr* entre otras, sin embargo, no es tanto su uso como herramienta de aprendizaje o de desarrollo de competencias vinculadas a contenidos (Marcelo & Marcelo, 2021). Por este motivo, desde hace años estamos experimentando con la introducción en el aula de distintas herramientas digitales dando resultados óptimos en distintos campos del saber (Andrade-Vargas, Iriarte-Solano, Rivera-Rogel, & Yunga-Godoy, 2021). Con esta propuesta, queremos dar un paso más al introducir el uso de las redes sociales en el ámbito concreto de la asignatura, aquellas que habitualmente emplean los alumnos diariamente, y en este caso concreto, apostamos por la integración de Instagram a la práctica didáctica. Nuestro objetivo es ir más allá de las plataformas educativas virtuales como Moodle (empleada en nuestra universidad) que, aunque sean útiles y necesarias, están muy limitadas para aprovechar la multiplicidad de recursos de comunicación, difusión y conocimiento que permite el libre uso de internet. Son varios los proyectos de innovación educativa que preceden esta propuesta y como tal, lo que presentamos forma parte de sus resultados. La propuesta se enmarca en proyectos de innovación educativa promovidos y financiados por la Universidad de Málaga - PIE13-145 y PIE15-060, PIE17-055 y PIE19-102.

Bien es cierto, que en nuestro caso concreto y desde hace algunos años, en la asignatura *Industria Editorial, Crítica de Arte y Cultura Artística*, impartida en el Máster en Desarrollos Sociales de la Cultura Artística de la Universidad de Málaga, se vienen poniendo en marcha distintas iniciativas que han servido para que el alumno, año a año, pudiese adquirir competencias profesionales y otras destrezas hacia la empleabilidad y el emprendimiento, enmarcadas siempre en actividades formativas que le otorgaban un sentido práctico a los contenidos que se iban adquiriendo. Entre las

actividades realizadas podemos destacar desde distintos tipos de concursos a juegos de rol. Las prácticas didácticas desarrolladas en los últimos años han sido explicadas, implantadas, evaluadas y difundidos sus resultados a través de distintas aportaciones a congresos y publicaciones, sin olvidar que este proceso ha permitido establecer acciones de mejora fruto de su análisis y que se han ido incorporando en cursos sucesivos.

## **Método**

La diferencia más significativa frente a las actividades formativas en el marco de la innovación docente y los proyectos de innovación educativa anteriormente mencionados, es que la asignatura se impartió íntegramente en una modalidad virtual. Desde mediados de marzo a principios de mayo de 2020, la pandemia del nuevo coronavirus COVID-19, -SARS-CoV-2-, obligó a la suspensión de la docencia presencial. De forma ágil y, en un pequeño periodo de tiempo, se migró toda la docencia, y el proceso de enseñanza-aprendizaje a un formato online síncrono y asíncrono. Este hecho supuso un gran desafío para las instituciones educativas en general y en la asignatura que nos ocupa en particular. El cambio recayó principalmente en alumnos y profesores, quienes en tiempo récord tuvieron que adaptarse a unas metodologías y actividades formativas no previstas, a priori, en las guías docentes de las asignaturas. Se intentó adaptar todo al modo online, incluyendo las actividades diseñadas en el marco del proyecto de innovación educativa. Optamos por las metodologías activas porque en esos momentos resultaban ser estimulantes y atractivos para los alumnos, combinamos algunas, desde aprendizaje basado en retos, proyectos, *visual thinking* o aprendizaje colaborativo. Las metodologías escogidas fueron bien acogidas en un momento inicial de la pandemia y permitieron el uso de las TIC como recurso didáctico y fuente de aprendizaje, además de la flexibilidad y

versatilidad en su adaptación e interacción a través de las plataformas Moodle y la red social escogida. Eran proactivas con el aprendizaje autónomo del estudiante a la par que permitía la adquisición de competencias transversales.

#### *A. Contexto y grupo de la experiencia*

La asignatura *Industria Editorial, Crítica de Arte y Cultura Artística* procura que el alumno se aproxime a la metodología de la crítica de arte y a la cultura artística en general, en la emisión de juicios y la creación de una opinión fundamentada. También se ahonda en las múltiples relaciones de lo artístico con el sector editorial, insistiendo en la complejidad del libro, en su historia, su adaptación a los nuevos formatos que aparecieron con el advenimiento de lo digital y las tecnologías aplicadas al sector, además de insistir en la relevancia de las revistas específicas en humanidades. El grupo, formado por 12 alumnos, contestó a una breve encuesta previa (contestada por todos) para conocer sus expectativas y su situación anímica en los primeros días de confinamiento en España, coincidiendo con el inicio de la asignatura. Entre las respuestas puede verse que un 80% era receptivo a participar en prácticas de innovación educativa y en el resto de las preguntas, un 100% contestaron afirmativamente al uso de redes sociales y al no uso de las mismas en el ámbito académico del máster y a que su máxima preocupación en ese momento era la nueva enfermedad. En observaciones hemos incorporado algunas de sus opiniones y respuestas que refrendaban su uso de redes sociales su interés por lo nuevo que pudiese proponerse en la asignatura y el miedo vivido en esos momentos.

*Tabla 1. Título: Encuesta inicial (20 de marzo de 2020)*

PREGUNTA	Valoración 1-5	Observaciones
¿Estarías dispuesto/a a participar en una práctica de innovación educativa?	4	Me parece una idea muy motivadora Creo que puede ser interesante
¿Utilizas redes sociales a diario?	Si: 5	<i>Twitter y Facebook</i> Estoy muy conectado a todas las redes sociales.
	No: 0	
¿Utilizas redes sociales desde el punto de vista académico en el Máster?	Si: 0	Nunca las he usado
	No: 5	
¿Cuál es tu mayor preocupación en estos momentos?	Covid-19: 5	La salud. Miedo
	Máster: 0	La salud de mi familia
	Otras: 0	Incertidumbre

*Fuente: Elaboración propia.*

## **B. Objetivos**

El primero de los objetivos generales fue proponer una actividad en unos momentos en los que el número de infectados y decesos crecía día a día, sin olvidar que el futuro era incierto, y la preocupación y el desasosiego eran los nuevos compañeros de un proceso de aprendizaje inusual. Encontrar y fomentar la motivación en el grupo, y dirigirlo hacia una actividad concreta, fue el segundo de los objetivos trazados (Ávila Muñoz, Santos Díaz & Trigo Ibáñez, 2020, p. 85). Moreno-Correa (2020, p. 17) se pregunta, “¿Es posible enseñar y que los estudiantes aprendan sin utilizar la metodología presencial tradicional de la clase magistral?, ¿qué metodologías diferentes a la clase magistral favorecen el proceso de enseñanza-aprendizaje?” Estas cuestiones se contestarían con un sí en condiciones normales de enseñanza presencial, puesto que se

podrían adaptar tanto las metodologías como las actividades formativas durante varios cursos académicos. Ante una situación de emergencia, los procesos se acortaron y cambiaron. No hubo tiempo para testear actividades o metodologías. Se adaptó toda una asignatura, en poco más de 48 horas, a una docencia síncrona online incluyendo las actividades prácticas y actividades didácticas. Este hecho produjo una situación no menos que de auténtico pavor en todos los agentes implicados, que debió resolverse con garantías de calidad eliminando el testeo, basándonos principalmente en la experiencia docente y discente acumulada, además del *feedback* constante con unos alumnos de Máster con considerable experiencia en actividades formativas, plataformas educativas y redes sociales (Trujillo-Sáez, 2020).

El siguiente objetivo fue reforzar la motivación del alumnado por la materia en cuestión para que se produjese un clima idóneo donde apoyar el proceso de enseñanza-aprendizaje. El tercer objetivo fue equilibrar las sesiones teóricas y prácticas, teniendo en cuenta que las horas docentes asignadas se correspondían con una docencia presencial, teniendo que hacer más práctica aún, incluso la parte teórica de la misma para ayudar a la motivación y fomentar la participación. Una segunda distinción de objetivos específicos, los enfocados en el docente y los enfocados en el alumno nos ayudó a encontrar el equilibrio entre esos dos agentes implicados en el proceso de enseñanza-aprendizaje. De una parte, se mantuvo la sesión teórica, los debates y las lecturas, pero pasaron a un formato online a través de videoconferencia (*Skype*). De otra parte, se eliminaron algunas metodologías y actividades programadas y realizadas en cursos anteriores, como un juego de rol sobre crítica de arte. También se modificaron otras actividades previstas, puesto que pasaron a realizarse completamente *online* como, por ejemplo, la actividad con motivo del *Día del Libro* o el taller de libros y ediciones especiales. Se mantuvieron algunas actividades que ya se realizaban íntegramente en la web, basadas en estrategias de

*crowdsourcing* para generar conocimiento a través de la “sabiduría de las masas” y el conocimiento colectivo (Rojas Castro, 2012, p. 18). En último lugar, se incorporó la realización de un cadáver exquisito/*cadavre exquis*, utilizando *WhatsApp*. Se construyó un pequeño texto, frase a frase, que sirvió como cierre de la sesión del propio día 23 de abril, *Día Internacional del Libro*.

## Resultados

### A. De la explicación del docente a la percepción del discente.

Volviendo a los objetivos enfocados en el aprendizaje del alumno, y para el desarrollo de competencias procedimentales, se pensó en una actividad grupal fijada en potenciar la capacidad del saber hacer.

Figura 1. @ARTENCABEZA (2018).



Diseño: elaboración propia.

Ríos Moyano, Sonia; Neroj, Marta Aleksandra; Campos Colino, Claudia; Espinosa Trigo, Inmaculada; Peláez Piédrola, María; Salazar Jiménez, Pablo Miguel; Soto Delgado, María del Rocío; Vicario Lupiáñez, Pedro Pablo (2021). Impacto educativo en un Proyecto de Innovación Docente en Instagram: @Guíaporundía. DEDiCA. REVISTA DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES, N.º 19, 2021, 353-381. ISSN: 2182-018X. DOI: <http://doi.org/10.30827/dreh.vi19.21924>



La actividad que da origen a este texto, Guía por un día, plantea un problema conjunto, una actividad grupal que debía fomentar la interacción con la gente en red. Es en ese momento, cuando además de saber hacer, se encontraron con el problema del saber cómo hacer. Para iniciar la actividad se tuvo en cuenta las actividades desarrolladas por los alumnos de la misma asignatura en años anteriores, tales como los descritos en la siguiente comunicación que describe la actividad #artencabeza [Fig. 1], llevada a cabo en el año 2018 #ARTENCABEZA. En esta ocasión el reto era realizar una actividad relacionada con el fomento de la lectura, y el fomento también del libro de arte ideado para su proyección, sobre todo, de las redes sociales, tanto *Twitter* como *Instagram*. Entre las indicaciones dadas, se fueron planteando preguntas de manera grupal, algunas de las cuales encontraron respuestas de forma inmediata, otras, tuvieron que debatirse y acordarse por los propios alumnos de forma colaborativa fuera del aula.

Tabla II. Título: Tormenta de ideas. Preguntas y respuestas

PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿Cómo llegar a un público masivo?	A través de una red social.
¿Qué red social utilizar?	¿Facebook o Instagram? (finalmente se desarrolló en la segunda)
¿Cómo motivar a la gente?	A través de un concurso.
¿Podemos enseñar a través de una imagen?	Sí, con una imagen patrimonial o monumental y un breve texto.
¿Cómo solventamos el problema de los derechos de imagen y de propiedad intelectual?	Con imágenes personales e imágenes de nuestra propia experiencia vital, viajes, etc.
¿Cuándo anunciaremos el fin del concurso?	Cuando decaigan las visitas y la participación.
¿Qué ofrecemos?	Libros.

Fuente: elaboración propia.

Ríos Moyano, Sonia; Neroj, Marta Aleksandra; Campos Colino, Claudia; Espinosa Trigo, Inmaculada; Peláez Piédrola, María; Salazar Jiménez, Pablo Miguel; Soto Delgado, María del Rocío; Vicario Lupiáñez, Pedro Pablo (2021). Impacto educativo en un Proyecto de Innovación Docente en Instagram: @Guíaporundía. DEDiCA. REVISTA DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES, N.º 19, 2021, 353-381. ISSN: 2182-018X. DOI: <http://doi.org/10.30827/dreh.vi19.21924>

La idea inicial fue tomando forma basándonos en los objetivos propuestos. Se mostraron ejemplos de años anteriores y se apeló a la motivación del alumno para su realización. Este tipo de actividad suele tener buena acogida cuando se explica, pero en la segunda fase de su diseño, que es de manera grupal fuera del aula, suelen darse nuevos inconvenientes porque deben encontrar las soluciones más idóneas al problema planteado y a los propios que surgen en un trabajo en grupo, como:

- Encontrar una motivación general que les permitan seguir creyendo en la viabilidad de la propuesta.
- Encontrar distintos líderes que asuman responsabilidades.
- Encontrar una buena distribución del trabajo, aun sabiendo que no será equitativa entre los miembros.
- Solventar los problemas que van surgiendo, incluido cuando en alguna ocasión algún alumno o el grupo piense en abandonar la actividad sin terminar.

Se les explica que a pesar de las posibles referencias en cursos anteriores o aquellas otras que puedan encontrar en la red, la actividad es nueva, no hay referentes fiables al 100 %, y tendrán que ser ellos los que tomen decisiones, las cuales, a su vez serán evaluadas y tenidas en cuenta de forma global para ver el éxito o fracaso del diseño de la actividad, así como para detectar acciones de mejora que puedan servir para implementar nuevas variaciones en cursos sucesivos. Ellos entienden que el éxito o fracaso no es el objetivo, sino el proceso, y que la adquisición de competencias es gradual, además de aprender a formular una pregunta y encontrar soluciones a la misma.

#### *B. De idea a proyecto. La visión del discente*

Desde el punto de vista del discente, es claramente perceptible que la asignatura sigue criterios de evaluación continua, promoviendo actividades de aprendizaje vinculadas con los bloques

temáticos que la componen. Este proyecto se vinculó con el bloque temático de crítica de arte y cultura artística, donde el objetivo era promover la difusión del patrimonio mediante un ejercicio de reseña cultural breve. Concretamos el tema inicial y nos cuestionamos de que manera podíamos enfocar el proyecto para paliar nuestro estado anímico por estar en casa. Observando las redes los primeros días del estado de alarma, apreciamos la elevada actividad, principalmente en Instagram, de encuestas y concursos sobre temática variada. Uno de ellos nos llamó la atención, consistía en subir a las *stories* de la red social una obra de arte y etiquetar a otras personas para que participasen también, llegando a tener una gran repercusión. Esta idea nos pareció muy atractiva y vimos viable poner en marcha una iniciativa relacionada con los contenidos de la asignatura.

En un primer momento empezamos creando cuentas de *Facebook* e *Instagram*, ya que ambas redes sociales ofrecen la posibilidad de compartir contenido diario gracias al uso de las *stories*, generando con esta función un mayor impacto y participación al ser una publicación temporal. Titulamos al proyecto Guía por un día. La premisa fundamental era que el/la usuario/a compartiese una foto con el *hashtag* #UMAguiaporundia, bien añadiendo el contenido a sus *stories* o bien compartiéndolo en una publicación. Además, debía añadir un *post-it* a modo de nota breve con alguna curiosidad sobre la obra artística que apareciese en la foto. Con ello se pretendía divulgar el conocimiento artístico, ofrecer un viaje por el mundo a través de nuestro perfil, desempolvar nuestros recuerdos de cuando se podía viajar y salir de casa, todo ello pensado para hacer el confinamiento más llevadero.

Enfocamos el proyecto como un concurso para hacerlo más atractivo. Ofrecimos un premio que siguiese esta línea divulgativa de la disciplina histórico-artística. Para ello contamos con la colaboración del Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Málaga, que ofreció varios lotes de libros para los

ganadores. Se establecieron cinco categorías: premio al mensaje *post-it* más original; premio al lugar más recóndito del mundo; premio a la fotografía más impactante; premio a la mejor composición (collage); y premio al mensaje más esperanzador. El concurso concluyó coincidiendo con el inicio de la desescalada en España, cerrando las participaciones el domingo 10 de mayo de 2020, con un total de cuarenta y siete participantes.

### *C. Haciendo equipo: retos y dificultades*

El mayor reto al que se enfrentan este tipo de proyectos es la falta de coordinación inicial y el proceso de toma de decisiones previas que, generalmente, suele ser caótico pero fundamental para dar rienda suelta a la imaginación y propiciar una fructífera lluvia de ideas. El procedimiento desde que surge la idea hasta que toma forma puede convertirse en toda una odisea que solo con voluntad cooperativa puede llevarse a cabo sin que el proyecto muera antes de nacer. Todas las ideas deben ser escuchadas y valoradas con respeto, ya que nunca se sabe que camino será el que nos lleve hasta la idea final. Los miembros del equipo deben sentirse partícipes del proyecto para que su interés colaborativo no decaiga. Otro punto interesante para salvar estos proyectos colaborativos es la división del trabajo. En Guía por un día, se realizó un cuadrante para que, una vez estuviese en marcha la actividad, el trabajo fuese lo más equilibrado posible para los componentes. Tener una programación previa generaba confianza en el otro, puesto que así no había que estar conectados constantemente a la red social y se podía generar un contenido equilibrado y coherente.

A todas estas dificultades organizativas había que añadir la técnica del medio. Dentro del equipo, había diferencias de conocimiento de la red social, así como de intereses. Esto también propició la diversificación del trabajo en función a cada perfil, de manera que cada integrante del grupo tuviese la oportunidad de trabajar en el aspecto que más le interesaba o del que era

especialista, creando un perfil profesional muy completo, formando pues, un equipo fuerte donde lo importante fue dejar ser a los demás y aprender todos de todos. Por último, el reto más importante era decidir el contenido, ¿Todo vale?, si algo teníamos claro era que el objetivo sería la difusión del patrimonio y el conocimiento artístico, pero ¿De qué manera rápida, sencilla y efectiva podíamos hacerlo? ¿Que queríamos transmitir? Al final, estos datos fueron aportados por los usuarios, si bien no constituían una crítica como tal, sí ofrecían datos generales del monumento en cuestión.

#### D. Identidad gráfica y visual

Un paso esencial para el desarrollo de la actividad residía en la configuración de la imagen visual del proyecto. Esto era importante porque le conferiría una entidad distinguible. Para lograrlo, se aplicó un código similar de color, tipografía [Fig. 2] y línea de diseño en todas las imágenes generadas. Esto incluía publicaciones, anuncios, fotografía para el perfil de usuario [Fig. 4], carteles informativos [Fig. 3], etc. Por el formato digital, además tuvimos de adecuar este diseño a las diferentes escalas de medida estandarizadas para conseguir una imagen coherente en el total de visuales (Dondis, 1995, pp. 123-143).

Fig.2 Paleta, tipografías, iconos y logo de Guía por un día.



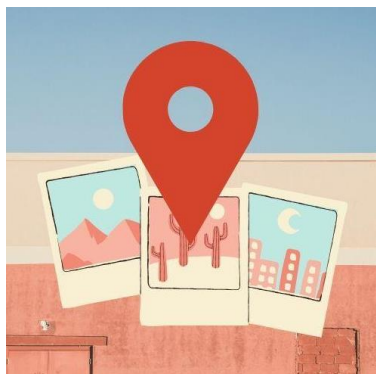
Diseño: María Peláez Piédrola.

Ríos Moyano, Sonia; Neroj, Marta Aleksandra; Campos Colino, Claudia; Espinosa Trigo, Inmaculada; Peláez Piédrola, María; Salazar Jiménez, Pablo Miguel; Soto Delgado, María del Rocío; Vicario Lupiáñez, Pedro Pablo (2021). Impacto educativo en un Proyecto de Innovación Docente con Instagram: @Guíaporundía. DEDiCA. REVISTA DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES, N.º 19, 2021, 353-381. ISSN: 2182-018X. DOI: <http://doi.org/10.30827/dreh.vi19.21924>

Fig. 3 Cartel del proyecto.



Fig. 4 Diseño aplicado en los perfiles de redes sociales



Diseño: María Peláez Piédrola.

Para crear la imagen de Guía por un día aprovechamos dos elementos conocidos y fácilmente identificables para transformarlos en icono y convertirlos en su seña de identidad: se trata del *post-it* adhesivo y el icono de ubicación en mapa. Con ello se buscaba una estética similar a la de un escritorio al regreso de un viaje sobre el que se apilan mapas, folletos, notas, recuerdos y fotografías, que esperan para ser mostrados a familiares y amigos. Siguiendo el espíritu del proyecto, esta imagen identificativa trataba de compartir la ubicación, el lugar y las memorias, elementos recurrentes en las publicaciones de redes sociales y comunes a la experiencia transmitida tras la vuelta de un viaje. Se les anima a participar con un claro y breve texto explicando lo que debían hacer con sus fotos [Fig. 5].

Fig. 5. Explicación de la actividad.



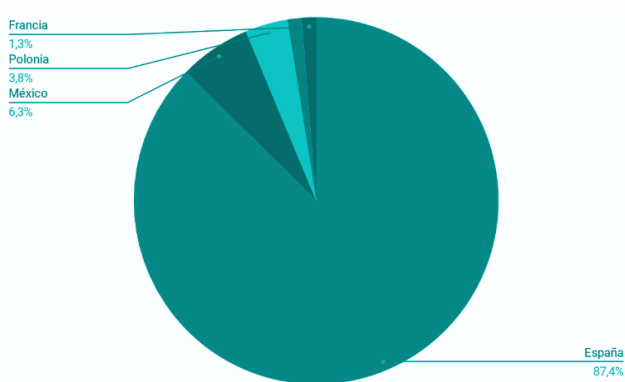
Diseño: María Peláez Piédrola.

#### E. Posicionamiento en web: @GUIAPORUNDIA en Instagram

Después del diseño del logo se abrieron cuentas en *Instagram* y *Facebook*, aunque finalmente decidimos que *Instagram* ofrecía las herramientas idóneas para ello, dado su gran impacto visual, y diseñamos toda una estrategia de difusión. En primer lugar, establecimos los *hashtags* que anclarían las publicaciones, propusimos tres: #UMAguiaporundia, que hacía referencia explícita al proyecto; #UMAdondetúestes, promovido por la Universidad de Málaga y diseñado para mantenerse en contacto con la comunidad durante el confinamiento; y #yomequedoencasa como el *hashtag* general y de mayor impacto en las redes sociales que aludía al momento que estábamos viviendo.

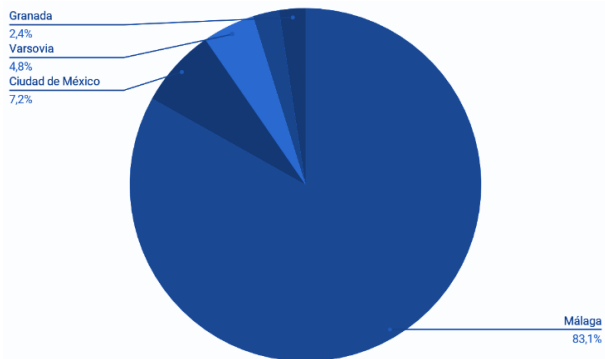
Ríos Moyano, Sonia; Neroj, Marta Aleksandra; Campos Colino, Claudia; Espinosa Trigo, Inmaculada; Peláez Piédrola, María; Salazar Jiménez, Pablo Miguel; Soto Delgado, María del Rocío; Vicario Lupiáñez, Pedro Pablo (2021). Impacto educativo en un Proyecto de Innovación Docente en *Instagram*: @Guiaporundia. DEDiCA. REVISTA DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES, N.º 19, 2021, 353-381. ISSN: 2182-018X. DOI: <http://doi.org/10.30827/dreh.vi19.21924>

Fig. 6. Procedencia de los seguidores.



Fuente: elaboración propia de los autores.

Fig. 7. Procedencia de los seguidores por ciudades.



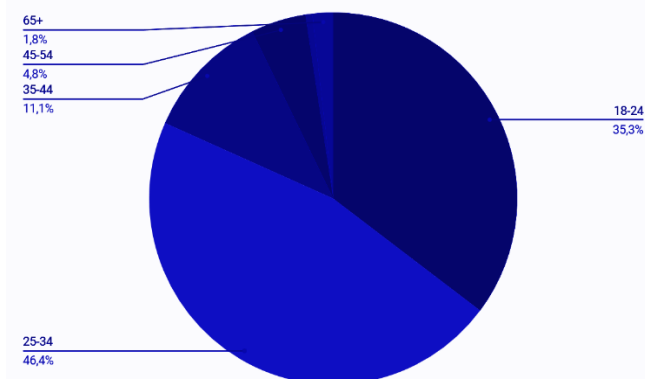
Fuente: elaboración propia de los autores.

Ríos Moyano, Sonia; Neroj, Marta Aleksandra; Campos Colino, Claudia; Espinosa Trigo, Inmaculada; Peláez Piédrola, María; Salazar Jiménez, Pablo Miguel; Soto Delgado, María del Rocío; Vicario Lupiáñez, Pedro Pablo (2021). Impacto educativo en un Proyecto de Innovación Docente con Instagram: @Guíaporundía. DEDiCA. REVISTA DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES, N.º 19, 2021, 353-381. ISSN: 2182-018X. DOI: <http://doi.org/10.30827/dreh.vi19.21924>



En cuanto a los seguidores comenzamos a configurar nuestra comunidad invitando a compañeros de clase, familiares y amigos, para alcanzar, finalmente, un total de doscientos dos. La mayor parte de los seguidores procedían de Málaga y provincia [Figs. 6 y 7], reflejando este parámetro el impacto de los integrantes del proyecto y sus localidades de origen en la difusión de este y el origen de participación. Además, los datos evidencian un mayor seguimiento por parte de mujeres (71%) que de hombres (29%). Por último, otro dato a tener en cuenta a la hora de analizar el alcance del proyecto es la edad de los participantes [Fig. 8].

Fig. 8. Rango de edad de los seguidores.



Fuente: elaboración propia de los autores.

El alcance medio de las publicaciones fue de 130 personas, lo que supuso el 65% de nuestra comunidad. Con lo cual, esto nos lleva a realizar un balance muy positivo de nuestro público, que fue fiel y comprometido con el proyecto como consecuencia del interés que generó. Atendiendo al posicionamiento, las publicaciones que lograron una mayor posición son aquellas que más interacciones

recibieron. La media de las interacciones (*likes* y comentarios) se situó en 15. Si bien este dato aparentemente resulta escaso, constituye una tendencia general en Instagram, que prima las historias temporales a las publicaciones fijas en los perfiles. En este sentido, también el impacto se relaciona con esta cuestión, ya que, a mayor número de interacciones, mejor posicionamiento y, por lo tanto, mayor impacto. Así es como trabaja el algoritmo de Instagram suponiendo una importante constancia por nuestra parte para alcanzar y mantener la posición. En cualquier caso, el proyecto ofrecía la posibilidad de participar tanto a través de una historia temporal que, posteriormente nosotros dejábamos anclada en nuestro *feed* como testimonio de dicha participación, como a partir de la publicación de un *post*. En general, la dinámica fue más ágil y estas interacciones no reflejan la actividad real del perfil durante el periodo de participación, ya que la mayor parte se llevó a cabo por *stories*.

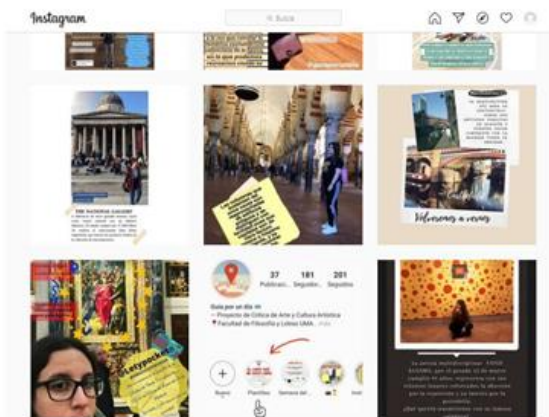
#### *F. Evolución en red y otras actividades derivadas: Semana del Libro (explicación)*

El plazo para participar en el concurso se habilitó desde el día 8 de abril hasta el 10 de mayo (2020). Para dar a conocer y promover el proyecto se añadieron al *feed* varias publicaciones que recogían las instrucciones a seguir en español e inglés, así como las diferentes categorías a las que se podía optar, un email de contacto concebido para solventar posibles dudas entre los participantes y los *hashtags* asociados a la iniciativa. Además, para incentivar las intervenciones por parte del público y ofrecer un modelo del que este pudiera inspirarse, se optó por hacer partícipes a los miembros creadores de la actividad, quienes habrían de compartir desde sus perfiles diferentes montajes y fotografías a lo largo de todo el concurso, de manera escalonada, para prevenir una avalancha inicial e ir dosificando la información a lo largo de todo el periodo establecido. Un día después de haberse inaugurado la cuenta, *Guía*

por un día comenzó a recibir participaciones y a sumar seguidores. Todas las propuestas seguían a la perfección los requisitos y condiciones establecidas, resultando la gran mayoría verdaderos ejemplos de creatividad y divulgación patrimonial mediante una combinación asequible y sugerente de imagen y texto [Fig. 9]. En total, se contabilizaron treinta y siete publicaciones (algunas de la misma persona).

La media de intervenciones diarias fue de 1,5 al día, no obstante, observamos un mayor interés y actividad en los primeros días de vida de la iniciativa, llegando a contabilizar hasta cuatro o cinco. Durante la última semana, coincidente con el inicio de la desescalada, la tendencia se vio disminuida. Dado que la iniciativa de Guía por un día fue concebida para divulgar el conocimiento artístico y patrimonial en redes durante los meses de confinamiento, se decidió dar por concluida la propuesta.

Fig. 9. Muestra de algunas de las publicaciones del proyecto Guía por un día.



Fuente: elaboración propia de los autores.

Ríos Moyano, Sonia; Neroj, Marta Aleksandra; Campos Colino, Claudia; Espinosa Trigo, Inmaculada; Peláez Piédrola, María; Salazar Jiménez, Pablo Miguel; Soto Delgado, María del Rocío; Vicario Lupiáñez, Pedro Pablo (2021). Impacto educativo en un Proyecto de Innovación Docente con Instagram: @Guíaporundía. DEDiCA. REVISTA DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES, N.º 19, 2021, 353-381. ISSN: 2182-018X. DOI: <http://doi.org/10.30827/dreh.vi19.21924>

Sin lugar a duda, el proceso ha estado marcado por un gran entusiasmo y *feedback*, no solo por parte de los participantes sino por el público que visualizaba el contenido tanto en nuestro muro como en las historias temporales, dando a me gusta, realizando comentarios y reaccionando a ellas. Por otro lado, no pocos han sido los mensajes privados de apoyo y halago a la iniciativa, lo que demuestra que el objetivo fundamental del proyecto fue superado con creces. Los *hashtags* elegidos #umadondetúestés y #umaguiaporundia vinculados directamente a la Universidad de Málaga, permitió la difusión del proyecto y de las propuestas más allá de la propia cuenta de Instagram. Asimismo, gracias a la difusión de la cuenta de la Facultad de Filosofía y Letras (@letrasuma) en *Instagram* y *Twitter*, la iniciativa continuó circulando por redes e, indudablemente, captando más seguidores y generando más intervenciones.

Fig. 10. Publicación explicativa para la actividad realizada en la semana del libro.

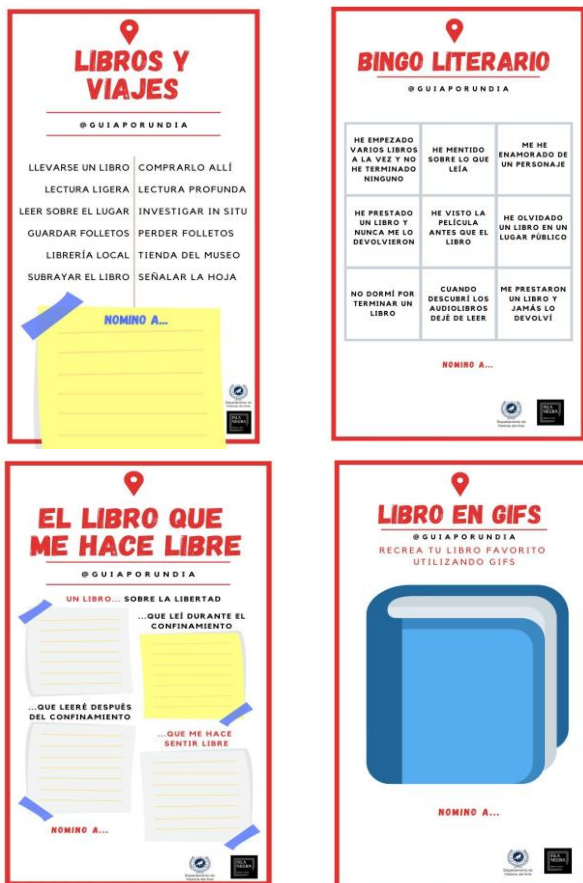


Diseño: María Peláez Piédrola.

Ríos Moyano, Sonia; Neroj, Marta Aleksandra; Campos Colino, Claudia; Espinosa Trigo, Inmaculada; Peláez Piédrola, María; Salazar Jiménez, Pablo Miguel; Soto Delgado, María del Rocío; Vicario Lupiáñez, Pedro Pablo (2021). Impacto educativo en un Proyecto de Innovación Docente en Instagram: @GuiaPorundia. DEDiCA. REVISTA DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES, N.º 19, 2021, 353-381. ISSN: 2182-018X. DOI: <http://doi.org/10.30827/dreh.vi19.21924>

No obstante, Guía por un día no quedó circunscrito únicamente a la divulgación del patrimonio artístico, también literario. Aprovechando la celebración del *Día Internacional del Libro* (23 de abril), llevamos a cabo durante esa semana, desde el 20 hasta el 27 de abril, una nueva actividad didáctica [Fig. 10]. Cada día publicábamos una plantilla de temática literaria, que debía ser completada por los participantes y seguidores y en la que debían mencionar al final a dos amigos y a nuestra cuenta de Guía por un día. Por cada plantilla rellena y subida debidamente, se contabilizaba una participación en el sorteo extraordinario, cuyo premio del sorteo era un libro, gracias a la colaboración desinteresada de la librería Isla Negra en Málaga. El contenido de cada plantilla fue variado. En aras de conectar Guía por un día con esta otra iniciativa, la primera plantilla se tituló Libros y viajes [Fig. 11]. En ella, debían escogerse diferentes acciones o actitudes que cada uno, como viajero y lector al mismo tiempo, realiza en sus viajes. La segunda fue titulada El libro que me hace libre [Fig. 11]. Consistía en rellenar *post-its* con diferentes informaciones alusivas a lecturas durante el confinamiento o a libros que hablasen o inspirasen libertad. Un bingo literario con diferentes casillas a tachar fue la tercera de las elecciones [Fig. 11], mientras que, en la última de ellas, pedíamos ilustrar a través de *GIFs* el título de un libro favorito [Fig. 11]. Esta iniciativa resultó ser un éxito, acumulando casi un total de setenta participaciones. Finalmente, el sorteo se realizó de forma aleatoria a través de la *app* *Sortea2* y fue grabado y publicado en nuestro *feed*.

Fig. 11. Plantillas: libros y viajes, bingo literario, el libro que me hace libre y libro en gifs.



Diseño: María Peláez Piédrola.

## **Discusión**

Para los resultados de la actividad tomaremos los datos que se pueden recoger en las estadísticas tanto en publicaciones como en historias, la actividad y el tipo de audiencia. En cuanto al contenido en referencia a las publicaciones experimentamos el mayor pico con la semana del libro, alcanzando a más de 155 cuentas; no obstante, aunque en las últimas publicaciones disminuyese este número, se ha mantenido por encima de las 100 cuentas alcanzadas. En referencia a las historias la media siempre ha estado entre 70-90 visualizaciones, obteniendo 105 en el anuncio previo a los ganadores. Hay que tener en consideración que estos resultados y el impacto no ha tenido una inversión económica en forma de promoción, sino que surgen de la comunicación y la publicidad a partir de entornos cercanos y no mediante la adquisición de periodos de publicidad que ofrece Instagram como plataforma, lo que pone en valor estas cifras. La actividad de la última semana nos deja con un balance de más de mil quinientas impresiones y una media de sesenta interacciones con la visita a nuestro perfil. Y eso teniendo en cuenta los datos de la última semana, durante la semana del libro estos datos fueron mayores y la media resultante sería superior en el cómputo global. En lo que respecta a la audiencia, hay un 70 % de mujeres frente a un 30 % de hombres, una media entre los 18 años y los 34, con menor medida entre los 35 y los 54, en su mayoría de Málaga, seguido de Ciudad de México, Varsovia y Granada. Otro resultado interesante es que la mayoría de los seguidores han sido obtenidos en una franja horaria de tarde, entre las 15 horas y las 21 horas, horario de España peninsular (Madrid) y que los días de mayor actividad han sido por este orden: domingos, jueves, martes y lunes.

En cuanto a la visión del discente, la publicación, a fecha de fin de la asignatura, 20 de mayo de 2020, contó con 60 publicaciones y 203 seguidores. La tendencia fue a creer que se

podría aumentar el número de seguidores y de electores si se aprovechan circunstancias extraordinarias como la semana del libro. Lo previsible en el futuro sería que, de existir otro tipo de actos o iniciativas fomentadas por la asignatura, se consiguiera crear una audiencia que no tuviera relación con la ciudad de Málaga o el marco específico de la UMA. En ese momento el salto cualitativo sería mayor, sin embargo, ello implicaría una promoción, *marketing* más agresivo y otro tipo de actuaciones diseñadas para este cometido que quedan fuera de los objetivos de la asignatura, pero que ofrecen al alumno la posibilidad de pensar que una idea puede hacerse realidad siguiendo los pasos correctos ya practicados, por tanto, fue una experiencia muy positiva y motivadora.

Como conclusión decir que este trabajo sirve para demostrar la motivación de los estudiantes, el uso de redes sociales en el ámbito educativo y de distintas metodologías activas, además de la predisposición para adaptarse a una situación sobrevenida como fue la COVID-19 en el mes de marzo de 2020, y en este periodo “las TIC emergen como una herramienta vital para dar continuidad a los procesos educativos y permitir la interacción estudiante-docente” (Olivares-Parada, Olivares-Parada & Parada-Rico, 2021, p. 2). Internet y las redes sociales se convirtieron en la vía de escape de millones de personas en el mundo, por tanto, incluir las redes sociales en el ámbito educativo de una forma gráfica y visual, priorizando la imagen, el recuerdo, las vivencias personales y la ilusión por conocer e ir a nuevos destinos cuando todo pase, era una manera más de seguir conectado al mundo cuando físicamente era imposible. Desde el punto de vista de la consecución de los objetivos, hay que afirmar que se obtuvieron, tanto el general como el específico, y que la valoración de diseño del proyecto, implementación y evaluación de los resultados ha cubierto con creces las expectativas planteadas.



## Referencias

- Álvarez, I.; Ajuste, A.; Gros, B.; Guerra, V.; Romañá, T. (2005). Construir conocimiento con soporte tecnológico para un aprendizaje colaborativo. *Revista Iberoamericana de Educación*, 36(1), 1-15. Disponible en: <http://hdl.handle.net/2445/58103>
- Andrade-Vargas, L.; Iriarte-Solano, M.; Rivera-Rogel, D.; Yunga-Godoy, D. (2021). Jóvenes y redes sociales: Entre la democratización del conocimiento y la inequidad digital. *Comunicar*, 69(V. XXIX), 85-95. DOI <https://doi.org/10.3916/C69-2021-07>
- Araujo Portugal, Juan Carlos (2014). Efectos en el desarrollo de la expresión oral con la introducción de un video como elemento de apoyo en las clases de práctica oral de una lengua extranjera. *Anales de la Universidad Metropolitana*, 14(1), 111-134. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4749624>
- Ávila Muñoz, A.; Santos Díaz, I.; Trigo Ibáñez, E. (2020). Análisis léxico-cognitivo de la influencia de los medios de comunicación en las percepciones de universitarios españoles ante la COVID-19. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 84, 85-95. <https://doi.org/10.5209/clac.70701>
- Ballesta Pagán, F. J.; Lozano Martínez, J.; Cerezo Máiquez, M. C.; Castillo Reche, I. S. (2021). Participation in social networks by secondary school students. *Educación XXI*, 24(1), 141-162. <http://doi.org/10.5944/educXX1.26844>
- Bielaczyc, K; Collins, A. (2000). Comunidades de aprendizajes en el aula: una reconceptualización de la práctica de la enseñanza. En Reigeluth, C. M. (ed.). *Diseño de la instrucción. Teorías y modelos* (pp. 279-304). Madrid: Siglo XXI/Santillana.
- Cascales, A.; Real, J.; Marcos, B. (2011). Las redes sociales en internet. *Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, 38, 1-18. Disponible en: [http://edutec.rediris.es/Revelec2/Revelec38/redes\\_sociales\\_internet.html](http://edutec.rediris.es/Revelec2/Revelec38/redes_sociales_internet.html)
- Civilas, A.; Fernández, A. J.; Guerrero, P. (2010). Aprendizaje holístico autónomo y colaborativo mediante un congreso de alumnos. En Ruiz, C. (coord.), *Innovación educativa y nuevos modelos de enseñanza-aprendizaje en el contexto universitario* (pp. 53-98). Málaga: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Málaga.

Ríos Moyano, Sonia; Neroj, Marta Aleksandra; Campos Colino, Claudia; Espinosa Trigo, Inmaculada; Peláez Piédrola, María; Salazar Jiménez, Pablo Miguel; Soto Delgado, María del Rocío; Vicario Lupiáñez, Pedro Pablo (2021). *Impacto educativo en un Proyecto de Innovación Docente con Instagram: @Guíaporundía. DEDiCA. REVISTA DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES*, N.º 19, 2021, 353-381. ISSN: 2182-018X. DOI: <http://doi.org/10.30827/dreh.vi19.21924>

Cortés González, P.; Márquez García, M. J. (2016). *Creatividad, comunicación y educación: Más allá de las fronteras del saber establecido*. Málaga: Servicio de Publicaciones y Divulgación Científica de la Universidad de Málaga.

De Pablos, J. M.; Colás, M. P.; López Gracia, A.; García-Lázaro, I. (2019). Los usos de las plataformas digitales en la enseñanza universitaria. Perspectivas desde la investigación educativa. *REDU. Revista de Docencia Universitaria*, 17(1), 59-72. <https://doi.org/10.4995/redu.2019.11177>

Díaz Barriga, F.; Hernández, R. G. (2000). *Estrategias docentes para un aprendizaje significativo*. México: McGraw-Hill.

Domínguez de la Rosa, L.; Martínez Martínez, S.; Millán Franco, M. (2019). Las TICS al servicio de la innovación educativa en el ámbito universitario: ciencias sociales. *I Congreso Internacional de Tecnologías Emergentes en Educación*. Málaga: Universidad de Málaga.

Dondis, D. A. (1995). *La sintaxis de la imagen*. Barcelona: Gustavo Gili.

Enríquez-Aranda, M.; Varela-Salinas, M. J. (2017). *La Universidad al alcance de todos: contenidos audiovisuales accesibles para la docencia y el autoaprendizaje*. Málaga: Universidad de Málaga.

Espinoza-Núñez, L. A.; Rodríguez-Zamora, R. (2017). Trabajo colaborativo y estrategias de aprendizaje en entornos virtuales en jóvenes universitarios. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 7(14), 86-109. <https://doi.org/10.23913/ride.v7i14.274>

Maloney, S.; Moss, A.; Ilic, D. (2014). Social media in health professional education: a student perspective on user levels and prospective applications. *Adv. Health. Sci. Educ. Theory. Pract.*, 19(5), 687-697. <https://doi.org/10.1007/s10459-014-9495-7>

Marcelo, C.; Marcelo, P. (2021). Influencers educativos en Twitter. Análisis de hashtags y estructura relacional, *Comunicar*, 68(4); <https://doi.org/10.3916/C68-2021-06>

Matosas-López, L.; Luzardo-Briceño, M.; Aguilar-Jiménez, A.-S.; Jaimes-Carrillo, L. (2021). Relaciones entre redes sociales y recursos digitales de instrucción en la universidad: comparativa España – Colombia. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 60, 77-93. <https://doi.org/10.12795/pixelbit.77522>

Ríos Moyano, Sonia; Neroj, Marta Aleksandra; Campos Colino, Claudia; Espinosa Trigo, Inmaculada; Peláez Piédrola, María; Salazar Jiménez, Pablo Miguel; Soto Delgado, María del Rocío; Vicario Lupiáñez, Pedro Pablo (2021). *Impacto educativo en un Proyecto de Innovación Docente con Instagram: @Guíaporundía. DEDiCA. REVISTA DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES*, N.º 19, 2021, 353-381. ISSN: 2182-018X. DOI: <http://doi.org/10.30827/dreh.vi19.21924>

Moreno-Correa, S. M. (2020). La innovación educativa en los tiempos del Coronavirus. *Salutem Scientia Spiritus*, 6(1), 14-26.

Olivares-Parada, G.; Olivares-Parada, P.; Parada-Rico, D. (2021). El contexto de la Covid-19 como espacio para repensar la virtualización educativa por parte de docentes universitarios. *Educación y Humanismo*, 23(40), 1-17. <https://doi.org/10.17081/eduhum.23.40.4276>

Onrubia, J. (2016). Aprender y enseñar en entornos virtuales: actitud conjunta, ayuda pedagógica y construcción del conocimiento. *RED. Revista de Educación a Distancia*, 50, 1-14.

Ortega, J. F.; Rodríguez López, J. (2011). *El potlatch digital: Wikipedia y el triunfo del procomún y el conocimiento compartido*, Barcelona: Teorema. Serie Mayor.

Peiró, J. M. (2000). *Las competencias en la sociedad de la información: nuevos modelos formativos*. Centro Virtual Cervantes. Disponible en: <http://espacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:1483/n04peiroVE00.pdf>

Rojas Castro, A. (2012). Las Humanidades Digitales: principios, valores y prácticas, *Janus*, 2, 74-99. Disponible en: <http://www.janusdigital.es/articulo.htm?id=24>

Romeo, M; Yepes, M.; Buset, S.; García, M. A.; González, M. V.; Sánchez, L.; Berger, R. (2012). Desarrollo de la materia Proyectos. Grado de Comunicación Audiovisual. Universitat de Barcelona. *Revista de Formación e Innovación Educativa Universitaria*, 5(2), 122-132. Disponible en: [http://refiedu.webs.uvigo.es/Refiedu/Vol5\\_2/REFIEDU\\_5\\_2\\_6.pdf](http://refiedu.webs.uvigo.es/Refiedu/Vol5_2/REFIEDU_5_2_6.pdf)

Trujillo-Sáez, F. (Coord.) (2020). *Aprender y enseñar en tiempos de confinamiento*. Madrid: Los Libros de la Catarata.

## Para saber más de los/as autores/as...

### Sonia Ríos Moyano

Profesora Titular de Universidad de la Universidad de Málaga (España) desde 2017, Doctora en Historia del Arte por la Universidad de Málaga (2004) y Graduada en Artes Plásticas (Especialidad Dibujo Publicitario, 1995). Profesora de Historia del Arte en la Universidad de Málaga desde el

Ríos Moyano, Sonia; Neroj, Marta Aleksandra; Campos Colino, Claudia; Espinosa Trigo, Inmaculada; Peláez Piédrola, María; Salazar Jiménez, Pablo Miguel; Soto Delgado, María del Rocío; Vicario Lupiáñez, Pedro Pablo (2021). Impacto educativo en un Proyecto de Innovación Docente con Instagram: @Guíaporundía. DEDiCA. REVISTA DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES, N.º 19, 2021, 353-381. ISSN: 2182-018X. DOI: <http://doi.org/10.30827/dreh.vi19.21924>

año 2009, aunque estuvo adscrita al Departamento como Becaria de Formación (2000-2004) y como Ayudante (2006-2009). Imparte docencia en las Facultades de Filosofía y Letras y Escuela Politécnica Superior, donde principalmente se encarga de asignaturas sobre diseño e industria editorial. Desde el año 2009 es docente en el *Dottorato Internazionale in Design e Innovazione* della Seconda Università di Napoli.

Su trayectoria está marcada por la especialización profesional en diseño gráfico, y desde el año 2004 investiga sobre temas que abordan múltiples aspectos del diseño desde la perspectiva y la metodología del historiador del Arte. Entre esos temas destacan: el diseño, -desde el gráfico al industrial-, además de otros temas afines como la fotografía publicitaria, la comunicación visual y la industria editorial, además de insistir en las múltiples relaciones e influencias entre el arte y el diseño. También, por extensión, estudia el arte del siglo XX con el que coexiste las distintas disciplinas mediáticas. Todas estas líneas de investigación se conexionan tanto en las publicaciones como en la docencia, ya sea en Grado o Máster, en dirección de Tesis Doctorales, Proyectos Fin de Carrera, Trabajos Fin de Grado y Trabajos Fin de Máster. Ha participado en proyectos, cursos, seminarios y congresos con difusión nacional e internacional de sus resultados. Tiene numerosas publicaciones.

**Marta Aleksandra Neroj; Claudia Campos Colino; Inmaculada Espinosa Trigo; María Peláez Piédrola; Pablo Miguel Salazar Jiménez; María del Rocío Soto Delgado; Pedro Pablo Vicario Lupiáñez**

Estudiantes de la asignatura Industria editorial, crítica de arte y cultura artística, del título de Máster Universitario en Desarrollos Sociales de la Cultura Artística de la Universidad de Málaga (curso 2019-2020), formando parte del Proyecto de Innovación Educativa titulado “Estrategias canónicas y anticánónicas en la docencia de la Historia de la Cultura: Identidad y pedagogía ciudadana”, con Referencia PIE19-102, financiado por la Universidad de Málaga (2019-2021). Actividad llevada a cabo durante los meses de marzo y abril de 2020.

*Ríos Moyano, Sonia; Neroj, Marta Aleksandra; Campos Colino, Claudia; Espinosa Trigo, Inmaculada; Peláez Piédrola, María; Salazar Jiménez, Pablo Miguel; Soto Delgado, María del Rocío; Vicario Lupiáñez, Pedro Pablo (2021). Impacto educativo en un Proyecto de Innovación Docente en Instagram: @Guíaporundía. DEDiCA. REVISTA DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES, N.º 19, 2021, 353-381. ISSN: 2182-018X. DOI: <http://doi.org/10.30827/dreh.vi19.21924>*

**Como citar este artículo...**

Ríos Moyano, Sonia; Neroj, Marta Aleksandra; Campos Colino, Claudia; Espinosa Trigo, Inmaculada; Peláez Piédrola, María; Salazar Jiménez, Pablo Miguel; Soto Delgado, María del Rocío; Vicario Lupiáñez, Pedro Pablo (2021). Impacto educativo en un Proyecto de Innovación Docente con Instagram: @Guáporundía. *DEDiCA. REVISTA DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES*, 19, 353-381. DOI: <http://doi.org/10.30827/dreh.vi19.21924>

*Ríos Moyano, Sonia; Neroj, Marta Aleksandra; Campos Colino, Claudia; Espinosa Trigo, Inmaculada; Peláez Piédrola, María; Salazar Jiménez, Pablo Miguel; Soto Delgado, María del Rocío; Vicario Lupiáñez, Pedro Pablo (2021). Impacto educativo en un Proyecto de Innovación Docente con Instagram: @Guáporundía. DEDIKA. REVISTA DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES, N.º 19, 2021, 353-381. ISSN: 2182-018X. DOI: <http://doi.org/10.30827/dreh.vi19.21924>*