

Instagram como herramienta para nuevos procesos de enseñanza-aprendizaje de las teorías de la comunicación en la educación superior

María Catalina Cruz-González^(*)

Resumen: El presente artículo de investigación propone un nuevo proceso de enseñanza-aprendizaje para el entendimiento de las Teorías de la Comunicación en la Educación Superior a través de la red social Instagram, donde los estudiantes se convierten en creadores de contenido y ponen sus aprendizajes al servicio de la comunidad digital, mediante las lógicas, herramientas e hipermediaciones propias del ecosistema digital. De esta forma se construyó un nuevo espacio dentro del aula de clase a través del aprendizaje colaborativo y el aula invertida. Para la recolección de datos se utilizó una metodología mixta: en primera instancia, hubo un acercamiento cuantitativo a través del CrowTangle Intelligence Report, entre el 24 de enero de 2021 y el 24 de noviembre de 2021. Allí se observó el número de interacciones que tuvo la cuenta dependiendo del tipo de post que se publicaba, los datos de los vídeos publicados, sus visualizaciones y la tasa de interacción, la cuantificación por tipo de post y el crecimiento de la audiencia. Esos resultados tienen relación con los formatos utilizados y creados por la docente y los estudiantes, tales como la creación de Tik Toks, infografías, Giveaways, piezas artísticas, etc. Por otro lado, se realizaron una serie de entrevistas semiestructuradas a los estudiantes de la asignatura Teorías de la Comunicación I de la Universidad de La Sabana, para comprender su percepción y sentir frente al nuevo proceso de enseñanza-aprendizaje que se llevó dentro del aula de clase. Uno de los hallazgos más importantes fue la rápida conexión con las temáticas de la asignatura y su recordación, la solución de dudas y las ventajas sobre la generación de un espacio que también permitía alcanzar los resultados previstos de aprendizaje de la asignatura.

Palabras Clave: Método de enseñanza - innovación pedagógica - medios sociales - aprendizaje - enseñanza superior - contenido de programa - Instagram.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 220]

^(*) Universidad Externado de Colombia, Facultad de Comunicación. Magíster en Humanidades: Arte, Literatura y Cultura Contemporáneas de la Universitat Oberta de Catalunya. Correo electrónico: maria.cruz19@uexternado.edu.co - <https://orcid.org/0000-0002-8493-1683>

Introducción

La llegada de la pandemia en el año 2020 en Colombia, al igual que en otros países, hizo que las lógicas educativas cambiaran, lo cual provocó la migración la educación a contextos digitales y a aulas virtuales, a través del uso de plataformas como Teams, Google Meet, Blackboard, Zoom, etc. De esta forma, se obligó tanto al profesorado como al estudiantado, a comprender nuevas dinámicas digitales y a lograr captar la atención del otro a través de una pantalla.

El presente artículo de investigación busca consolidar la implementación de la red social Instagram en la asignatura Teorías de la Comunicación I durante la pandemia. Es importante esclarecer que la materia en cuestión buscaba introducir a los estudiantes en los modos en que se estructura la idea de la comunicación humana en sus variadas vertientes. Partiendo de la idea según cual la significación de la realidad es construida por el individuo sobre la base de su propia experiencia y en la que la interacción que este individuo tiene con otros actores de la vida social juega un papel fundamental. Asimismo, esas significaciones son reutilizadas en el proceso de interpretación que el individuo realiza de la realidad, modificándolo una y otra vez de acuerdo con esa experiencia de interacción en el proceso. Esto implica pensar que todas las acciones humanas comunican algo. En este sentido, el curso buscaba dar al estudiante las herramientas básicas para acercarse a las teorías de la comunicación humana y grupal que han surgido en la segunda mitad del siglo XX. Así, el estudiante podría comprender la riqueza y complejidad de los usos cotidianos del lenguaje mientras se acercaba a una fenomenología de la interacción humana.

En esa línea, autores como Rohini Ganjoo Lisa Schwartz, Yousif Barzani y Marcia Firmani (2021) reconocen ampliamente que la participación de los estudiantes es fundamental para lograr resultados de aprendizaje de alta calidad y retención en la red social de Instagram. La sensación de pertenencia entre los estudiantes, especialmente en un entorno en línea que puede sentirse aislante, desempeña un papel importante en mejorar la participación y el rendimiento estudiantil. Asimismo, Bjorsen (2018) indica que “Instagram y Snapchat permiten principalmente a los usuarios compartir fotos y mensajes cortos para el entretenimiento y mantener conexiones sociales de manera más informal” (p. 223). Esto es fundamental porque es necesario crear nuevas relaciones sociales en los ambientes educativos —sobre todo en ecosistemas digitales— sin dejar a un lado el rigor y la excelencia académica, creando nuevos espacios más cercanos al estudiantado y utilizando un lenguaje más próximo a ellos.

De esta forma, se debe indicar que, dentro del sistema educativo de la Universidad de La Sabana, los estudiantes deben alcanzar unos Resultados Previstos de Aprendizaje (RPA) por asignatura. Los RPA son una declaración específica que describe lo que se espera que los estudiantes hayan logrado al final de un proceso de aprendizaje o una actividad educativa. Estos resultados se utilizan para comunicar de manera efectiva lo que los estudiantes deberían haber adquirido, comprendido o demostrado después de haber participado en un curso, un módulo, una lección o un programa educativo en general, en este caso, una asignatura.

Los RPA son esenciales para la planificación y evaluación del proceso educativo. Ayudan a los educadores a definir sus objetivos de enseñanza, diseñar actividades de aprendizaje relevantes y evaluar si los estudiantes han alcanzado los resultados deseados. Estos resulta-

dos pueden ser de naturaleza diversa e incluir habilidades, conocimientos, competencias, actitudes o comportamientos específicos que los estudiantes deben haber desarrollado o adquirido. Teniendo en consideración lo anterior, los RPA de Teorías de la Comunicación I son:

- Contextualiza histórica, social y geográficamente el desarrollo de las diferentes teorías abordadas en desarrollo del curso.
 - Reconoce la construcción de la comunicación en la vida cotidiana y los procesos de comunicación humana y grupal, identificando sus componentes, problemas y complejidades
 - Comprende el papel del lenguaje como estructurante del sujeto y de la realidad.
- Apropia los conceptos de significante, significado, sentido, referencia y signo.

Marco Teórico

La creación de la cuenta de Instagram @teoriasdelacomunicacion_1¹ es una iniciativa que surge en el marco de la evolución de la didáctica, particularmente en el ámbito universitario. Esta evolución se caracteriza por la implementación de conceptos educativos innovadores que van más allá de las tradicionales clases magistrales. En este contexto, se puede destacar el papel fundamental que desempeña el concepto de aula invertida o *flipped learning* en la concepción y desarrollo de esta cuenta de Instagram.

El *flipped learning* representa un cambio significativo en la dinámica de la enseñanza y el aprendizaje, transformando los roles tradicionales de profesor y estudiantes. Este enfoque se basa en la creación de un entorno de interacción en el cual los estudiantes asumen un papel más activo en su proceso. Los docentes actúan como guías que orientan a los estudiantes mientras estos aplican los conceptos y construyen su propio conocimiento de manera participativa (Bergmann & Sams, 2014).

Uno de los aspectos más relevantes del *flipped learning* es la promoción de la autonomía de los estudiantes, quienes deben trabajar de forma independiente para adquirir una comprensión inicial de los contenidos. Los profesores, por su parte, utilizan actividades de seguimiento y comprobación para identificar las verdaderas dificultades que enfrentan los estudiantes al comprender nuevos conceptos y aplicarlos en situaciones prácticas (Hamdan, McKnight, McKnight, & Arfstrom, 2013).

Este modelo de aprendizaje también se presta para profundizar en la evaluación formativa, ya que los docentes pueden comprender con mayor precisión los logros y limitaciones de cada estudiante en función de la retroalimentación constante que estos proporcionan. A partir de esta información (feedforward) sobre las dificultades de los estudiantes, los profesores pueden adaptar sus métodos y rediseñar sus clases para abordar las necesidades individuales de los alumnos y ayudarles a superar sus desafíos de comprensión (Observatorio de Innovación Educativa, 2014; Prieto Martín, 2017).

El aprendizaje colaborativo, por su parte, es otro elemento crucial en la filosofía de la cuenta de Instagram @teoriasdelacomunicacion_1. Este enfoque se encuentra enraizado en las teorías socioculturales de Vygotsky (1987) y Wertsch (1985), quienes enfatizan la

importancia de las relaciones sociales en el desarrollo cognitivo y la construcción del conocimiento. El aprendizaje colaborativo se basa en la cooperación entre los miembros de un grupo para alcanzar objetivos compartidos, de manera que el éxito grupal se traduzca en beneficio individual (D.W. Johnson & Johnson, 1998).

En el contexto de esta cuenta de Instagram, el aprendizaje colaborativo se traduce en la creación de un espacio digital donde los estudiantes pueden interactuar entre sí y con los contenidos de Teorías de la Comunicación Humana y Grupal. Esta interacción promueve un intercambio de ideas y esfuerzos, lo que enriquece la comprensión y la asimilación de conceptos complejos. Además, fomenta el trabajo conjunto para lograr objetivos educativos comunes, reflejando así la esencia del aprendizaje colaborativo.

La hipermediación, por otro lado, juega un papel fundamental en el contexto de @teoriasdelacomunicacion_1. Este concepto se refiere a los procesos de intercambio, producción y consumo de información que tienen lugar en entornos caracterizados por la interconexión tecnológica de numerosos sujetos, medios y lenguajes. La tecnología digital permite una compleja trama de reenvíos, hibridaciones y contaminaciones, transformando la información en una masa de bits. La hipermediación representa una evolución más allá de la mediación tradicional, ya que implica la creación y circulación de información en un entorno reticular.

En el caso de esta cuenta, la hipermediación se traduce en la posibilidad de involucrar a los estudiantes como productores y consumidores activos de contenido. Los sujetos participan de forma activa en la creación y circulación de información en el ecosistema digital de la cuenta, lo que enriquece su experiencia educativa y ratifica a la herramienta como un canal de comunicación de dos vías. Además, la hipermediación permite la articulación de múltiples formas de expresión, lo que contribuye a la diversidad de enfoques y perspectivas en el aprendizaje de Teorías de la Comunicación Humana y Grupal.

Este espacio de exploración de nuevas aulas de enseñanza que proporciona @teoriasdelacomunicacion_1 representa una oportunidad única para establecer un contacto directo con los estudiantes en un entorno digital. A través de esta plataforma, los estudiantes pueden acceder a contenidos, plantear sus dudas y participar en discusiones relacionadas con las metodologías de la clase, los procesos de evaluación, las entregas de trabajos, entre otros aspectos clave de su educación.

Además, esta cuenta ofrece espacios extracurriculares que van más allá de las aulas tradicionales, proporcionando a los estudiantes una oportunidad adicional para comprender a fondo los conceptos de Teorías de la Comunicación Humana y Grupal. En este sentido, se convierte en un complemento valioso para la educación formal, lo cual permite a los estudiantes explorar de manera más amplia y profunda los contenidos de sus cursos (ver Gráfico 1).

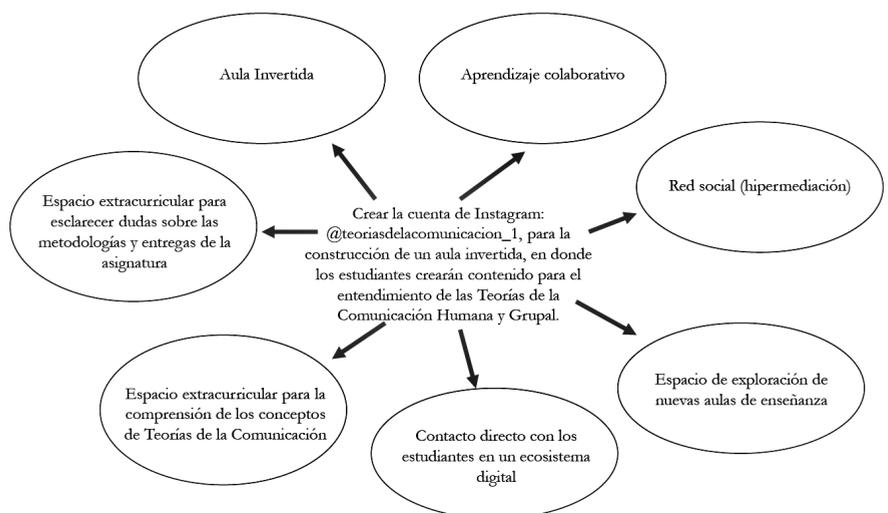


Gráfico 1: Esquema del Marco Teórico. Fuente: elaboración propia

En conclusión, la creación de la cuenta @teoriasdelacomunicacion_1 se basa en una fundamentación teórica que abarca desde el *flipped learning* y el aprendizaje colaborativo hasta la hipermediación. Este enfoque innovador redefine la relación entre profesores y estudiantes, promoviendo la participación activa de los alumnos y aprovechando la interconexión tecnológica para enriquecer la experiencia educativa. La cuenta representa un espacio digital de exploración y aprendizaje que complementa la educación tradicional, brindando a los estudiantes una plataforma única para comprender y aplicar los conceptos de Teorías de la Comunicación Humana y Grupal.

Metodología

La metodología del presente artículo se divide en dos partes: la primera se enfoca en la creación de la cuenta de Instagram @teoriasdelacomunicacion_1, con un propósito pedagógico e innovador en el ámbito de la Educación Superior; la segunda aborda el análisis de dicha cuenta a través de un enfoque mixto. A continuación, se detallan ambos componentes:

1. Creación de la cuenta de Instagram

Esta metodología de creación se divide en diferentes espacios, cada uno diseñado con un propósito específico:

1.1. Espacios de enseñanza-aprendizaje²:

1.1.1. Echando rulo con la profe: Este espacio utiliza el formato de transmisiones en vivo (Live) en Instagram. Además de proporcionar información relacionada con la asignatura, se concibe como un lugar de esparcimiento para los estudiantes. Durante la pandemia, se reconoció la necesidad de ofrecer un espacio de escucha y libertad de expresión. Esta dimensión es crucial en el ámbito educativo, donde la formación integral y la dignidad del ser humano desempeñan un papel fundamental (Dewey, 1938).

1.1.2. Oficina de Atención al Cliente: Este espacio se habilita una vez por semana, a través de una caja de preguntas en las historias de Instagram. Los estudiantes tienen la oportunidad de plantear inquietudes relacionadas con la clase, temáticas específicas, conceptos, dudas teóricas y trabajos de la asignatura. De esta manera, se proporciona un ambiente seguro para aquellos estudiantes que se sienten cohibidos durante las sesiones sincrónicas.

1.2. Creación de contenido:

1.2.1. Giveaways: Estos concursos tienen como objetivo fomentar una competencia sana entre los estudiantes y destacar el excelente trabajo de aquellos que se destacaron durante el semestre. Los giveaways no solo involucran a la comunidad estudiantil, sino que permiten que personas externas a la universidad y/o conocidos de los estudiantes conozcan la cuenta @teoriasdelacomunicacion_1 y sus contenidos. Además, brindan la oportunidad de apoyar a los estudiantes para obtener puntos adicionales en la asignatura.

1.2.2. Testimonios: Los testimonios se utilizan como herramienta inicial para proporcionar a los nuevos estudiantes una visión general de la asignatura y compartir las experiencias de otros estudiantes. Además, estos testimonios ofrecen consejos útiles para cumplir de manera efectiva con los requisitos académicos.

1.3. Espacios de esparcimiento y colectividad estudiantil:

1.3.1. Playlist Papitas: Esta playlist de Spotify³ se compone de canciones proporcionadas por los propios estudiantes y se reproduce al comienzo de cada clase. Esta iniciativa busca crear un ambiente amigable y comunitario, donde los estudiantes puedan contribuir con sus gustos musicales y establecer un vínculo más cercano con la materia) (ver Gráfica 2).



Grafica 2: Playlist Papitas en Spotify. Fuente: Códigos QR. Enlace: <https://www.codigos-qr.com/generador-de-codigos-qr/>

1.3.2. La banana de los deseos: Esta actividad permite que los estudiantes puedan compartir un deseo personal, que se coloca en una alcancía en forma de banana. Así se reconoce que los estudiantes no solo tienen metas académicas, sino aspiraciones personales, y les brinda un espacio para expresar sus deseos en medio de situaciones desafiantes como la pandemia de COVID-19.

La creación de la cuenta de Instagram @teoriasdelacomunicacion_1 se basa en una metodología que combina elementos pedagógicos con la atención a las necesidades emocionales y personales de los estudiantes, generando un espacio de aprendizaje más integral (ver Gráfico 3).



Gráfico 3: Imágenes utilizadas en la red social Instagram de los espacios de aprendizaje. Fuente: elaboración propia

2. Metodología de análisis de la cuenta de Instagram

La metodología mixta empleada en este estudio se fundamenta en la combinación de enfoques cuantitativos y cualitativos para evaluar la efectividad de la cuenta de Instagram @teoriasdelacomunicacion_1 como una herramienta innovadora de enseñanza-aprendizaje en el contexto de las teorías de la comunicación humana y grupal en la Educación Superior. Esta metodología se basa en la idea de que la educación se beneficia de un enfoque integral que considere tanto los aspectos cuantitativos como los cualitativos para obtener una comprensión más completa y rica de los fenómenos educativos (Cantó i Milà & Vayreda i Duran, 2012).

En el análisis cuantitativo, se empleó la plataforma CrowdTangle, propiedad de Meta, para rastrear y analizar el contenido público relacionado con la cuenta @teoriasdelacomunicacion_1 en redes sociales, incluyendo Facebook, Instagram y Reddit. La elección de CrowdTangle como herramienta de recolección de datos se fundamenta en su capacidad para proporcionar información cuantitativa sobre la interacción de la audiencia, el alcance del contenido y la propagación de este en estas plataformas. El período de análisis se extendió desde el 24 de enero hasta el 24 de noviembre de 2021, y se centró específicamente en la red social Instagram.

El uso de CrowdTangle permitió recopilar datos objetivos que cuantificaron la interacción de los estudiantes y otros usuarios con el contenido publicado en la cuenta de Instagram. Esto incluye métricas como el número de “me gusta”, comentarios, compartidos, y alcance de las publicaciones. Estas métricas proporcionan una visión cuantitativa de la participación de la audiencia, la difusión del contenido y su impacto en línea.

También se llevó a cabo utilizando un formulario de Google Forms que se implementó durante el segundo semestre del año 2021 (ver Tabla 1). Este formulario constaba de 20 preguntas diseñadas para obtener tanto información cuantitativa como cualitativa. Las preguntas se centraron en la retroalimentación de los estudiantes sobre la asignatura y la implementación de Instagram como herramienta de enseñanza-aprendizaje. Estas preguntas incluyeron aspectos como las percepciones de los estudiantes, sus experiencias, preferencias y sugerencias.

Las respuestas a estas preguntas proporcionaron una perspectiva cualitativa valiosa sobre la percepción de los estudiantes y su experiencia con la cuenta. Los comentarios abiertos permitieron a los estudiantes expresar sus opiniones de manera detallada, lo que brindó información rica para comprender sus puntos de vista y expectativas.

Las preguntas incluyeron aspectos como las percepciones de los estudiantes sobre la asignatura, la cuenta de Instagram y las dinámicas implementadas. También se exploraron aspectos emocionales, como los sueños y deseos de los estudiantes, lo que proporcionó una visión única de su bienestar emocional y su involucramiento personal en el proceso de aprendizaje.

Ejes	Preguntas
Clase	<ol style="list-style-type: none"> 1. Indica el Grupo al cual perteneces 2. Escribe qué aprendiste en Teorías de la Comunicación I 3. ¿Qué te gustó de la clase? 4. ¿Qué cambiarías de la clase? 5. Escribe tres (3) nuevas dinámicas que implementarías a la clase 6. ¿Qué le quisieras decir a la profesora? 7. De los siguientes Resultados Previstos de Aprendizaje (RPA), selecciona los que lograste durante el semestre

>>> continúa

@teoriasdelacomunicacion_1	8. ¿Qué te gustó de la cuenta de @teoriasdelacomunicacion_1 durante el semestre? 9. ¿Qué cosas cambiarías de la cuenta de @teoriasdelacomunicacion_1? 10. ¿Cuál o cuáles de las siguientes dinámicas te gustaron más en Instagram? 11. ¿Cuál o cuáles de las siguientes dinámicas te gustaron menos en Instagram? 12. ¿Te gustaría que otras asignaturas implementaran Instagram para los procesos de enseñanza-aprendizaje de la misma? 13. ¿Seguirás pendiente de la cuenta de @teoriasdelacomunicacion_1? 14. ¿Le has hablado a otros sobre la cuenta de @teoriasdelacomunicacion_1? 15. ¿Te han preguntado sobre la cuenta de @teoriasdelacomunicacion_1? 16. Deja un comentario general sobre tu experiencia con la cuenta de @teoriasdelacomunicacion_1
Banana de los deseos	17. ¿Tu sueño se cumplió? 18. ¿Te gustaría pedir otro sueño? 19. Escribe tu nuevo sueño
Otro	20. Si quieres decir algo más, déjalo aquí

Tabla 1. Ejes y preguntas del formulario. Fuente: elaboración propia

Ahora bien, la metodología cualitativa es fundamental para obtener una comprensión profunda de los fenómenos sociales y humanos a través de la observación, interpretación y exploración de contextos. En contraste con los métodos cuantitativos, la metodología cualitativa se utiliza para investigar preguntas de investigación que requieren un enfoque más detallado y exploratorio. Denzin y Lincoln (2011) destacan la importancia de la metodología cualitativa en la investigación social.

De esta forma, en el primer semestre del 2021, se decidió llevar a cabo entrevistas semiestructuradas como parte de la metodología. En estas entrevistas, se proporciona una guía de preguntas, pero los entrevistadores tienen la flexibilidad de explorar temas en profundidad. Los aportes de Patton (2015) sobre la conducción de entrevistas semiestructuradas y el análisis de los datos resultantes brindó, una base sólida para esta técnica de recolección de datos cualitativos.

Para el análisis de los datos recopilados a través de las entrevistas semiestructuradas, se optó por un enfoque deductivo. Esto implicó la aplicación de un marco teórico predefinido o un conjunto de categorías para analizar datos cualitativos. En este caso, se utilizaron los lineamientos proporcionados por autores como Bergmann & Sams (2014), Hamdan, McKnight, McKnight, & Arfstrom (2013), Observatorio de Innovación Educativa (2014), Prieto Martín (2017), y Johnson & Johnson (1998).

La selección de una población aleatoria se utilizó como un enfoque para la selección de los participantes en este estudio cualitativo. Aunque la selección aleatoria es más común en investigaciones cuantitativas, a veces se emplea en investigaciones cualitativas para garantizar que la muestra sea representativa de la población de interés. La selección aleatoria puede ayudar a reducir sesgos en la selección de participantes. En este caso, se siguió el enfoque de Miles y Huberman (1994), quienes proponen la selección aleatoria de casos

como una estrategia para la recopilación de datos cualitativos y cómo se puede combinar con otros enfoques.

Es así como el análisis de las 10 entrevistas semiestructuradas se basaron en la identificación del punto de saturación. El punto de saturación es un concepto esencial en la investigación cualitativa y se refiere al momento en el cual ya no se obtienen nuevas ideas, información o patrones significativos a partir de la recopilación de datos adicionales. Al respecto, Morse (1995), fue fundamental gracias a sus indicaciones sobre cómo determinar el punto de saturación en investigaciones cualitativas y cómo identificarlo durante el proceso de recopilación de datos.

Las 10 entrevistas se distribuyeron en 6 mujeres y 4 hombres, reflejando la proporción de género en el universo de los grupos de la asignatura, donde había más mujeres que hombres. Esta distribución buscó obtener una muestra significativa y equitativa que permitiera una exploración rica y diversa de las experiencias y percepciones de los estudiantes con respecto a @teoriasdelacomunicacion_1.

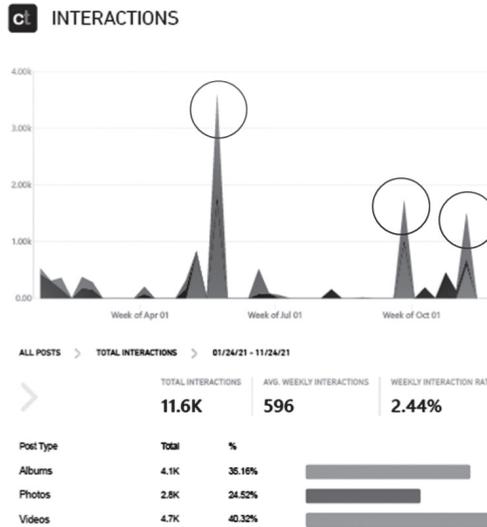
Resultados y Discusión

Los resultados y la discusión del presente artículo estarán consolidados en tres apartados: el primero busca brindar los resultados de CrowdTable Intelligence que —a su vez— se relacionan con los momentos de publicación de contenido realizado por los estudiantes o la gestión de la página desde la dirección de la docente. En segunda instancia, se analizarán los resultados de las entrevistas semiestructuradas realizadas en el primer semestre del 2021. Por último, se mostrarán los hallazgos de las encuestas realizadas a 87 estudiantes del segundo semestre del 2021.

CrowdTangle Intelligence

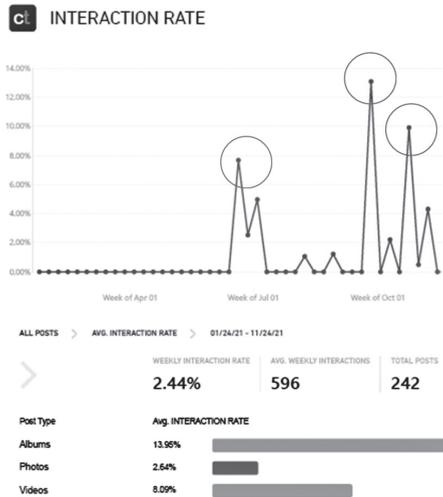
Los primeros resultados de CrowdTable Intelligence muestran la cantidad de interacciones que tuvo la cuenta @teoriasdelacomunicacion_1 durante el año 2021, con un total de 11.600 interacciones. Como se puede observar (ver Gráfica 4) los tres picos que se marcan están relacionados con los Giveaways que se hicieron. Esto implica una alta interactividad por parte de los estudiantes, pero también su relación con otros externos que votan por el trabajo de ellos, a partir de likes, comentarios y following de la página.

Lo mismo pasa con el Interaction Rate (ver Gráfica 5), donde el promedio de interacciones también tiene una relación directa con los Giveaways. La noción del Giveaway al inicio del año fue acumulativo, es decir, solo al final del semestre se publicaron los mejores trabajos elaborados durante el semestre. Esto cambió en el segundo semestre, cuando se realizaron dos Giveaways; el primero de ellos tuvo mayor interacción que el segundo.



Gráfica 4: Interacciones de @teoriasdelacomunicacion_1 en Instagram.

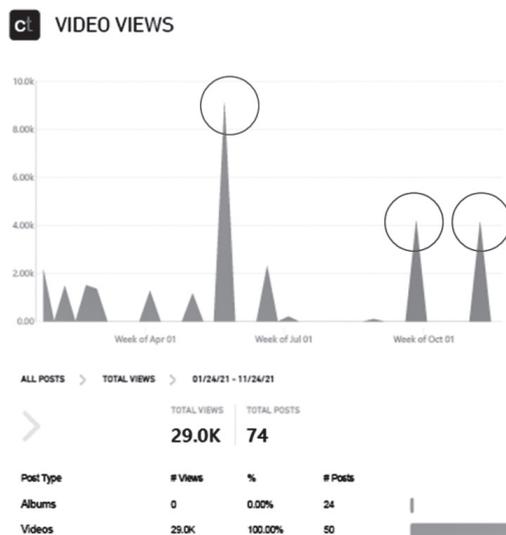
Fuente: CrowTangle Intelligence



Gráfica 5: Interaction rate de @teoriasdelacomunicacion_1 en Instagram.

Fuente: CrowTangle Intelligence

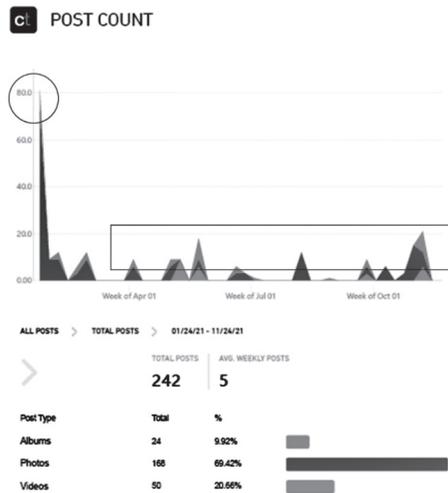
Ahora bien, frente a la cantidad de vistas de los vídeos, es importante resaltar que la mayoría del contenido publicado en la página fue realizado por los mismos estudiantes. Los vídeos fueron especialmente Tik Toks que explicaban los cinco axiomas de la Escuela de Palo Alto. Nuevamente, esa cantidad de vistas están relacionadas con el lanzamiento de los Giveaways, ocasiones en las cuales había mayor visualización del contenido (ver Gráfica 6).



Gráfica 6: Vistas de vídeos de @teoriasdelacomunicacion_1 en Instagram. Fuente: CrowTangle Intelligence

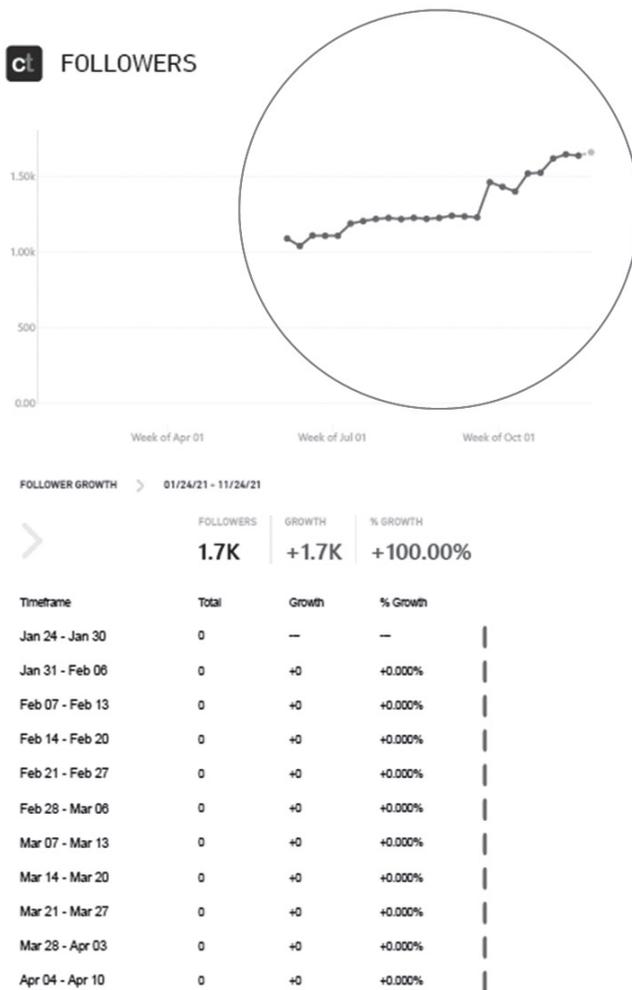
En cuanto a la lógica de publicación de los posts en la página, se puede observar un pico alto al inicio, el cual guarda relación con la gestión y creación de contenido inicial realizada por la docente para poder hacer el lanzamiento de la página. Esto es relevante porque desde el concepto inicial de la página se realizó una expectativa desde los espacios académicos de la universidad, pero también invitando a todos los estudiantes que ya habían visto la materia y que podían seguir conectados con ella. Posteriormente, la publicación de posts fue más continua, incluyendo invitaciones a conferencias nacionales e internacionales o publicando los trabajos de los estudiantes (ver Gráfico 7). Adicionalmente, los tipos de posts estaban relacionados con las lógicas de contenido de la página de la siguiente forma:

- Las fotos eran utilizadas para la publicación de los Giveaways y todos los pósters de eventos académicos como la Semana de la Comunicación y conferencias nacionales e internacionales
- Los álbumes de fotos se especializaban en la creación de infografías, bitácoras y también (re)significación de pinturas.
- Los vídeos eran creados en términos de Tik Tok o también de testimonios frente a los eventos vividos durante el semestre.



Gráfica 7: Contabilidad de los posts de @teoriasdelacomunicacion_1 en Instagram. Fuente: CrowTangle Intelligence

Finalmente, se aprecia que el crecimiento de seguidores fue aumentando, no solo por los nuevos estudiantes de cada semestre, sino por la lógica de participación de los Giveaways. Es importante resaltar que el crecimiento de una página netamente educativa en la Educación Superior permite demostrar que el trabajo en una red social es altísimo y que se requiere de un manejo constante y diario para captar la atención del público. Asimismo, se genera un espacio de múltiples relaciones y no solo de una relación jerárquica de docente-estudiante (ver Gráfica 8).



Gráfica 8: Crecimiento de los seguidores de @teoriasdelacomunicacion_1 en Instagram. Fuente: CrowTangle Intelligence

Análisis de las entrevistas semiestructuradas

Después de desarrollar las diez entrevistas semiestructuradas, se prosiguió a transcribir las entrevistas para luego analizarlas en una matriz. Algo interesante del análisis de las entrevistas semiestructuradas es que estas no fueron creadas de entrada con unas categorías

iniciales, sino que dichas categorías fueron surgiendo a la medida del análisis y la lectura de las transcripciones. De esta forma, surgen 9 categorías de análisis (ver Gráfica 9):

Impacto: Esta categoría se centra en evaluar cómo la página de Instagram ha influenciado la perspectiva de los estudiantes en relación con el uso de dicha plataforma en el contexto educativo, buscando identificar cambios significativos en sus percepciones y experiencias de aprendizaje.

Herramientas y Dinámicas: En esta categoría se abordan todas las herramientas y dinámicas utilizadas durante el semestre, como transmisiones en vivo, la Oficina de Atención al Cliente, la creación de playlists y actividades interactivas, con el propósito de analizar cómo estas herramientas y dinámicas contribuyeron a la experiencia educativa.

Objetivos y Temáticas: Esta categoría se enfoca en la evaluación de los resultados de aprendizaje previamente establecidos y en la identificación de la influencia de la página de Instagram en la consecución de dichos objetivos, así como en cómo se relacionaron con las temáticas abordadas en el curso.

Motivadores: Aquí se consideran los factores motivadores que incentivaron la participación de los estudiantes en la página, como los Giveaways u otros estímulos, con el fin de comprender su impacto en la motivación y el compromiso de los alumnos.

Retroalimentación: Esta categoría examina los procesos extracurriculares relacionados con la retroalimentación, como las guías y evaluaciones de la clase, para entender cómo contribuyeron al entendimiento de los contenidos y al proceso de aprendizaje de los estudiantes.

Comunidad: En esta categoría se explora la evolución de la comunidad en torno a las Teorías de la Comunicación, incluyendo estudiantes, docentes, exalumnos, familiares, amigos y participantes externos, con el objetivo de comprender cómo esta comunidad ha impactado en el entorno educativo y en las interacciones entre los diferentes miembros.



Gráfica 9: Categorías de análisis de las entrevistas semiestructuradas. Fuente: elaboración propia

Por otro lado, la percepción de los estudiantes resaltó que la cuenta fue algo innovador, original, dinámico, único que permitía la interactividad y la exploración creativa (ver Gráfica 10). La siguiente nube de palabras permite entender que la implementación de las redes sociales en los ámbitos educativos es de suma importancia; en otras palabras, es una forma digital y contemporánea para conectar directamente con los estudiantes.



Gráfica 10: Nube de palabras. Fuente: elaboración propia

Por último, es necesario mostrar cómo los estudiantes al final acogieron y se apropiaron de la cuenta de Instagram como un espacio de ellos y para ellos, mirándola desde una motivación personal, una ayuda fundamental para los procesos de enseñanza-aprendizaje, y un ambiente educativo nuevo, en especial cuando en el colegio el uso de dispositivos tecnológicos tiende a ser nula en los espacios de clase, ya que se suelen ser vistos más como una prohibición y no como un recurso pedagógico. Para los estudiantes, este fue un espacio riguroso, pero, a la vez dinámico y divertido; un espacio de total apoyo (ver Tabla 2).

<i>Para mí la cuenta de Instagram fue una motivación personal ayudándonos académicamente con la asignatura.</i>
<i>Para mí la experiencia de estar en la cuenta de Instagram me ayudó a relacionar lo que estudio y leo con lo que vivo y experimento.</i>
<i>Para mí la experiencia de la cuenta de Instagram fue interesante.</i>
<i>La cuenta de Instagram de Teorías es un espacio donde el conocimiento nunca se acaba.</i>
<i>Para mí la cuenta de Instagram fue una nueva forma de aprender y de divertirse al mismo tiempo</i>
<i>La cuenta de Teorías para mí fue el apoyo incondicional a todas las clases que vi y a toda la teoría que vi, la verdad que fue como mi mano derecha.</i>
<i>Para mí la cuenta de Instagram fue la herramienta que me salvó el semestre.</i>
<i>Para mí la cuenta de Teorías de la Comunicación es respaldo</i>
<i>Para mí la cuenta de Instagram es importantísima.</i>

Tabla 2. Perspectivas de los estudiantes de la cuenta @teoriasdelacomunicacion_1. Fuente: elaboración propia

Encuesta

Este último análisis parte también de una necesidad de comprender la visión global de los estudiantes. Por tal motivo, se utilizó el instrumento de encuesta a través de Google Forms para tener la mayor cantidad de respuestas y retroalimentación por parte de los estudiantes. Tal y como se mencionó en la metodología, esta encuesta está enmarcada en cuatro ejes; sin embargo, para el análisis que nos compete se analizará a profundidad todo aquello relacionado con la cuenta de Instagram.

Se evidencia que la lógica de creación de la cuenta tiene que ver con el cumplimiento de los RPA, es decir, es una herramienta que le permite al estudiante cumplir con lo que se propone. En ese sentido, se puede evidenciar que tres de los cuatro RPA son altamente desarrollados por los estudiantes, lo cual también permite buscar nuevas estrategias para que el RPA: *Contextualiza histórica, social y geográficamente el desarrollo de las diferentes teorías abordadas en desarrollo del curso* tenga un mayor entendimiento y apropiación por parte de los estudiantes (ver Gráfica 11).

7. De los siguientes Resultados Previstos de Aprendizaje (RPA), selecciona los que lograste durante el semestre

- Comprende el papel del lengu... 76
- Apropia los conceptos de sign... 71
- Reconoce la construcción de l... 82
- Contextualiza histórica, social ... 54



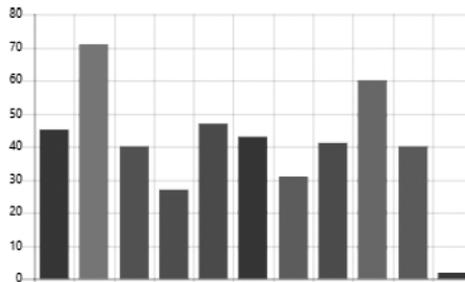
Gráfica 11: Alcance de los RPAs. Fuente: Google Forms

Asimismo, esta encuesta permite mayor claridad cuantitativa sobre aquellas dinámicas que más les llamaron la atención a los estudiantes (ver Gráfica 12). Estas fueron: las Story Instagram, la Playlist Papitas y el Torneo de Memes, lo cual también evidencia que hay diferencias entre semestre y semestre, algo propio del ámbito educativo.

De igual manera, la encuesta muestra aquellas dinámicas que no funcionaron durante el semestre (ver Gráfica 13), como el reto de lectura del libro *Voces de Chernobyl* de Svetlana Aleksiéovich o la cantidad de posts que se publicaron en la página y que no tienen información alguna, como las imágenes fragmentadas.

10. ¿Cuál o cuáles de las siguientes dinámicas te gustaron más en Instagram?

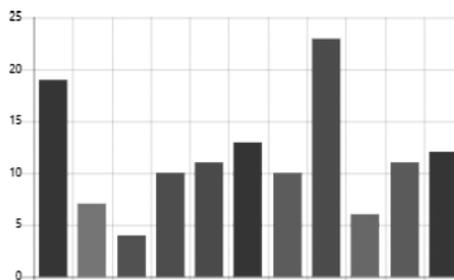
● Posts	45
● Story Instagram	71
● Live Echando Rulo con la Profe	40
● Oficina de Atención al Cliente	27
● Torneo de Memes	47
● Giveaways	43
● Highlights	31
● Reto de Lectura 'Voces de Che...	41
● Playlist Papitas	60
● Banana de los deseos	40
● Other	2



Gráfica 12: Dinámicas sobresalientes de la cuenta @teoriasdelacomunicacion_1. Fuente: Google Forms

11. ¿Cuál o cuáles de las siguientes dinámicas te gustaron menos en Instagram?

● Posts	19
● Story Instagram	7
● Live Echando Rulo con la Profe	4
● Oficina de Atención al Cliente	10
● Torneo de Memes	11
● Giveaways	13
● Highlights	10
● Reto de Lectura 'Voces de Che...	23
● Playlist Papitas	6
● Banana de los deseos	11
● Other	12



Gráfica 13: Dinámicas menos sobresalientes de la cuenta @teoriasdelacomunicacion_1

Fuente: Google Forms

Adicionalmente, la encuesta también permitió prever la importancia del uso de redes sociales en las asignaturas: un alto porcentaje (90%) de los estudiantes quisiera que se implementara Instagram en otras materias (ver Gráfica 14). Esto no quiere decir que se

debe implementar únicamente esa red social, pero señala la oportunidad de buscar nuevos espacios digitales donde los docentes se sientan seguros y permitan a los estudiantes entender otras lógicas educativas. Este hallazgo facilita la búsqueda de nuevos horizontes y ecosistemas educativos (X, Facebook, Tik Tok, Instagram, etc.).

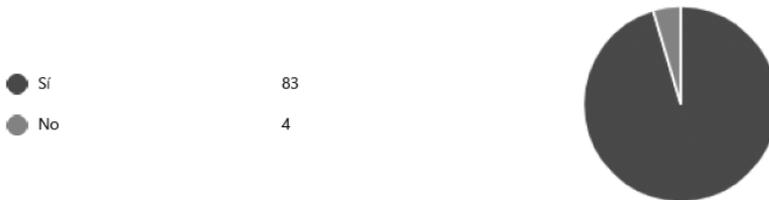
12. ¿Te gustaría que otras asignaturas implementaran Instagram para los procesos de enseñanza-aprendizaje de la misma?



Gráfica 14: Implementación de Instagram. Fuente: Google Forms

Frente a la comunidad creada, es importante resaltar que la cuenta no quedó en un espacio cerrado para el estudiante, pues terminó siendo un tema de conversación en otros espacios. Esto es relevante porque de esa forma la educación se debería construir, no como un elemento exclusivo de unos pocos, sino como un espacio colectivo en donde los estudiantes también les enseñan a otras personas.

14. ¿Le has hablado a otros sobre la cuenta de @teoriasdelacomunicacion_1?



Gráfica 15: Comunidad creada en Instagram. Fuente: Google Forms

Ahora bien, cabe resaltar que dentro de la encuesta hubo dos preguntas cualitativas que permitieron profundizar en la recepción del estudiante frente a @teoriasdelacomunicacion_1. Se les pregunta: ¿Qué te gustó de la cuenta de @teoriasdelacomunicacion_1 durante el semestre? y ¿Qué cosas cambiarías de la cuenta de @teoriasdelacomunicacion_1?

Frente a la primera pregunta, los hallazgos revelan que la cuenta dejó una impresión profundamente positiva en los estudiantes. Aquello que más destacaron fue la capacidad de la cuenta como canal de comunicación eficaz que les permitía recordar trabajos, temáticas y conceptos esenciales de la asignatura. La dinámica y actividad constante de la cuenta fueron elementos que los estudiantes apreciaron enormemente. La organización de los contenidos y la diferenciación de la cuenta en comparación con los métodos de enseñanza tradicionales se destacaron como factores clave de su atractivo.

Además, los estudiantes enfatizaron la habilidad de la cuenta para lograr un equilibrio entre la diversión y el aprendizaje. Las actividades que generaban risas y entretenimiento también se convirtieron en oportunidades de aprendizaje significativo. La cuenta demostró agilizar los procesos de enseñanza-aprendizaje al proporcionar información constante y aclarar las dudas de los estudiantes de manera oportuna. Un aspecto interesante es cómo se generaron nuevos usos para la plataforma Instagram, y cómo los estudiantes aprendieron no solo de la profesora, sino de sus compañeros a través de la interacción en la cuenta. La cuenta también sirvió como un medio para reconocer la excelencia de los estudiantes, lo que, a su vez, actuó como un motivador para aquellos que aspiraban a destacarse y aparecer en el feed de la cuenta. Esta dinámica de reconocimiento se convirtió en un incentivo para el compromiso y el esfuerzo de los estudiantes. Además, se crearon puntos de referencia claros en términos de expectativas de rendimiento y logros académicos.

Por último, es interesante observar que, si bien la mayoría de los estudiantes expresaron una apreciación positiva hacia la cuenta, hubo una respuesta que reflejó una perspectiva diferente. Un estudiante señaló que las redes sociales, en general, no eran de su agrado, pero agradeció que las actividades relacionadas con Instagram fueran opcionales. Esta flexibilidad brindó a los estudiantes la libertad de participar según sus preferencias, lo que demuestra la adaptabilidad de la cuenta para satisfacer las necesidades y preferencias individuales de los estudiantes. En conjunto, estos hallazgos ilustran la efectividad de @teoriadelacomunicacion_1 como una herramienta de enseñanza-aprendizaje dinámica, innovadora y altamente valorada por los estudiantes en el contexto de las teorías de la comunicación humana y grupal en la Educación Superior.

En contraposición a los aspectos positivos mencionados anteriormente, los estudiantes también ofrecieron retroalimentación crítica sobre la cuenta, expresando áreas de mejora. En primer lugar, se puede observar que gran parte de los comentarios se relacionaron con la estética y el diseño de la cuenta. Los estudiantes señalaron la necesidad de mejorar aspectos como la no utilización de imágenes fragmentadas, un posible cambio de la foto de perfil, y la organización general del contenido. Esto indica que la apariencia visual de la cuenta es un factor importante para los estudiantes y que cualquier mejora en este aspecto podría aumentar la satisfacción general.

En segundo lugar, los estudiantes mencionaron que les gustaría que la cuenta fuera menos exigente en términos de etiquetar a otras personas o solicitar que nuevos seguidores se unieran. Esto podría estar relacionado con la percepción de presión o incomodidad que algunos estudiantes pueden experimentar al interactuar con la cuenta. Además, expresaron el deseo de que se les recuerde activar las notificaciones para no perderse ninguna publicación importante. También enfatizaron la importancia de publicar más enlaces en

las historias para acceder a recursos adicionales de manera rápida y sencilla. La consideración del horario de publicación se destacó como otro aspecto a mejorar, ya que algunos estudiantes desearían un cronograma más específico y predecible.

Por otro lado, los estudiantes expresaron el deseo de una mayor participación y compromiso por parte de la cuenta. Esto incluiría la implementación de más actividades que permitieran a los estudiantes obtener estímulos en la calificación. Estas actividades podrían fomentar una mayor interacción y participación de los estudiantes.

Finalmente, se aprecia que los estudiantes desearían ver una mayor cantidad de publicaciones, así como la creación de highlights que resuman temáticas o datos curiosos. También expresaron su interés en la incorporación de espacios triviales o recomendaciones de películas, series y canciones. Estos elementos podrían enriquecer la experiencia de los estudiantes al proporcionar contenido adicional y entretenido relacionado con las materias de la asignatura. En conjunto, esta retroalimentación crítica destaca áreas clave de mejora que pueden contribuir a la continua evolución y adaptación de la cuenta de Instagram como herramienta de enseñanza-aprendizaje.

Conclusiones

Este artículo de investigación se centró en la evaluación de la cuenta de Instagram @teoriasdelacomunicacion_1 como una herramienta efectiva de enseñanza-aprendizaje en el contexto de las teorías de la comunicación humana y grupal en la Educación Superior. A lo largo del proceso de investigación, se abordaron diversas áreas, desde el marco teórico que fundamentó el estudio hasta la presentación de resultados que arrojaron luz sobre la percepción de los estudiantes y la efectividad de esta iniciativa.

La integración de las redes sociales en la educación superior es un tema que ha ganado importancia en los últimos años (Çelik, Uzunboylu, & Demirbaş-Çelik, 2023; Cotán Fernández, & Álvarez Díaz, 2022; Vázquez-Cano, López Meneses, Fernández Márquez, & Ballesteros Regaña, 2018). Los avances tecnológicos y la creciente presencia de las redes sociales en la vida cotidiana de los estudiantes han abierto nuevas posibilidades para la enseñanza y el aprendizaje. En este contexto, Instagram se ha destacado como una plataforma que ofrece oportunidades únicas para la interacción, la creatividad y la comunicación. De esta forma, la cuenta de Instagram @teoriasdelacomunicacion_1 se creó con el propósito de aprovechar estas ventajas y explorar su potencial en un entorno académico.

Los resultados de este estudio indican que la cuenta de Instagram ha logrado un impacto positivo en la experiencia de los estudiantes. La alta interactividad, evidenciada por un total de 11,600 interacciones a lo largo de 2021, demuestra que los estudiantes acogieron esta plataforma como un medio efectivo para el aprendizaje y la participación. Los momentos de mayor interacción coincidieron con la realización de Giveaways, estrategia que ha demostrado ser efectiva para fomentar la participación de los estudiantes y su compromiso con la página. Además de las métricas cuantitativas, las entrevistas semiestructuradas proporcionaron una visión más profunda de la percepción de los estudiantes. La cuenta se percibió como

innovadora, dinámica y motivadora. Los estudiantes valoraron la creatividad y originalidad de la cuenta, así como su capacidad para proporcionar un apoyo significativo en el proceso de aprendizaje. La implementación de las redes sociales en el ámbito educativo se considera de suma importancia, ya que permite una conexión directa con los estudiantes y crea un espacio contemporáneo de enseñanza.

La encuesta reforzó estos hallazgos al revelar que la mayoría de los estudiantes desean que Instagram se implemente en otras materias. Esto indica un interés generalizado en la incorporación de redes sociales en la educación superior y subraya la importancia de mantener un enfoque educativo dinámico y adaptable.

Por otro lado, los resultados de este estudio también resaltaron la influencia de los factores motivadores y las dinámicas efectivas en la participación de los estudiantes. Los Giveaways se identificaron como un elemento clave para fomentar la interacción y el compromiso. La promoción de concursos y la recompensa de los mejores trabajos demostraron ser un estímulo efectivo para la participación de los estudiantes. Estos hallazgos destacan la importancia de incorporar estrategias motivadoras en el diseño de experiencias de aprendizaje en línea.

Además de los Giveaways, las encuestas revelaron que ciertas dinámicas, como las Story Instagram, la Playlist Papitas y el Torneo de Memes, atrajeron la atención de los estudiantes. Estas actividades se percibieron como atractivas y efectivas para el aprendizaje. Sin embargo, también se identificaron dinámicas que no funcionaron tan bien, como el reto de lectura del libro *Voces de Chernobyl* de Svetlana Aleksievich. Estos resultados enfatizan la importancia de evaluar y adaptar constantemente las dinámicas para garantizar su efectividad y relevancia.

El rol de la docente en la gestión y creación de contenido inicial de la cuenta fue fundamental para establecer expectativas y generar interés en la comunidad académica. La docente fue el motor inicial que impulsó la creación de la cuenta y su éxito. Esta experiencia destaca que la participación activa de los docentes en la gestión de plataformas en línea puede ser un factor determinante para el éxito de tales iniciativas.

Finalmente, se observó que la cuenta no quedó limitada al espacio de los estudiantes, sino que se convirtió en un tema de conversación en otros contextos y entre otros miembros de la comunidad educativa. Esta dinámica resalta la importancia de crear un entorno educativo en línea que trascienda los límites del aula y promueva una comunidad de aprendizaje más amplia. De esta forma, la implementación de redes sociales en la educación superior se presenta como una oportunidad para ampliar las experiencias de aprendizaje de los estudiantes y crear un entorno educativo más dinámico y contemporáneo.

Notas

1. Enlace directo: [@teoriasdelacomunicacion_1](#)
2. Los "espacios de enseñanza-aprendizaje" son entornos o contextos donde se lleva a cabo el proceso educativo. Estos espacios pueden ser físicos o virtuales y están diseñados para

facilitar la interacción entre docentes y estudiantes, así como para promover la adquisición de conocimientos, habilidades y competencias.

3. Enlace directo: https://open.spotify.com/playlist/62uKHGcRFzHEXPEb6J31cC?si=2OVuOXiCRdyJdy5NXV_irQ

Referencias

- Bergmann, J., & Sams, A. (2014). *Flipped Learning: Gateway to Student Engagement*. Washington, DC: International Society for Technology in Education.
- Bjornsen, C. A. (2018). Social media use and emerging adulthood. In M. Zupančič and Puklek Levpušček, M. (Eds.), *Prehod v odraslost: sodobni trendi in raziskave [Emerging adulthood: Current trends and research]* (pp. 223-261).
- Calderón-Garrido, D., Gil-Fernández, R. Pre-service Teachers' Use of General Social Networking Sites Linked to Current Scenarios: Nature and Characteristics. *Tech Know Learn* (2022). <https://doi.org/10.1007/s10758-022-09609-7>
- Cantón-Milà, & Vayreda y Duran, A. (2012). "Introducción". Métodos en las ciencias humanas. UOC
- Çelik, B., Uzunboylu, H., & Demirbaş-Çelik, N. (2023). Preferencias de las plataformas de medios sociales de los estudiantes de educación superior con fines educativos. *Revista de Educación a Distancia (RED)*, 23(72). <https://doi.org/10.6018/red.491551>
- Cotán Fernández, A. ., & Álvarez Díaz, K. (2022). Photo-elicitation and Instagram as a deep learning strategy in Higher Education. *TECHNO REVIEW. International Technology, Science and Society Review /Revista Internacional De Tecnología, Ciencia Y Sociedad*, 11(3), 1–18. <https://doi.org/10.37467/revtechno.v11.3805>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). *The Sage Handbook of Qualitative Research*. Sage Publications.
- Dewey, J. (1938). *Experience and education*. Macmillan.
- Ganjoo, R., Schwartz, L., Barzani, Y., y Firmani, M. (2021) Exploring Instagram to Promote Student Engagement in an Online Didactic Environment. *Journal of Microbiology & Biology Education*. Vol. 22, No. 1. DOI: <https://doi.org/10.1128/jmbe.v22i1.2587>
- Ghobri, R. E., Benzert, F. Z., & Balas, M. (2022). Educationalizing Instagram for Virtual Instruction in COVID-19: A Pragmatic Framework. *International Journal of Web-Based Learning and Teaching Technologies (IJWLTT)*, 17(6), 1-16. <http://doi.org/10.4018/IJWLTT.287621>
- Gibbs, G. R. (2007). *Analyzing Qualitative Data*. Sage Publications.
- Gil-Quintana, J & Vida de León, E. (2021). Educational Influencers on Instagram: Analysis of Educational Channels, Audiences, and Economic Performance. *Publications*, MDPI, vol. 9(4), pages 1-21
- Hamdan, N., McKnight, P, McKnight, K., & Arfstrom, K. M. (2013). The flipped learning model: A white paper based on the literature review titled a review of flipped learning. *Flipped Learning Network*, (c), 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2015.07.008>

- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza Torres, C. P (2018) *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill Education. México.
- Johnson, D.W., & Johnson, T. (1998). *Active learning: cooperation in the college classroom*. (Interaction Bool Company., Ed.). Edina, MN.
- McLuhan, M. (1996) *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Sage Publications.
- Morse, J. M. (1995). *The Significance of Saturation*. *Qualitative Health Research*, 5(2), 147-149.
- Observatorio de Innovación Educativa. (2014). *Educación superior en América Latina y el Caribe: Tendencias, desafíos y oportunidades*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Oliveira, D.M.D., Pedro, L. & Santos, C. The use of mobile applications in higher education classes: a comparative pilot study of the students' perceptions and real usage. *Smart Learn. Environ.* 8, 14 (2021). <https://doi.org/10.1186/s40561-021-00159-6>
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods*. Sage Publications.
- Prieto Martín, M. J. (2017). Diseño y evaluación de una plataforma para el aprendizaje colaborativo en la enseñanza universitaria. REDU. *Revista de Docencia Universitaria*, 15(1), 113-136.
- Salas-Rueda, R. A., Jiménez-Bandala, C-A. y Alvarado-Zamorano, C. (2021). Schoology: plataforma web capaz de mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje en el nivel educativo superior. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 54, 19-41. <http://doi.org/10.15198/seeci.2021.54.e645>
- Scolari, C. (2008) *Hipermediaciones: elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Editorial GEDISA. Barcelona, España.
- Vázquez-Cano, D. E., López Meneses, D. E., Fernández Márquez, E., & Ballesteros Regaña, D. C. (2018). Los nuevos entornos virtuales de aprendizaje permanente (MOOC) y sus posibilidades educativas en ámbitos sociales y educativos. *Pixel-Bit. Revista De Medios Y Educación*, (53), 179-192. <https://doi.org/10.12795/pixelbit.2018.i53.12>
- Vygotsky, L. S. (1987). *The Collected Works of L.S. Vygotsky. Problems of General Psychology*. (Plenum, Ed.). New York. USA.
- Wertsch, J. V. (1985). *Vygotsky y la formación social de la mente*. (Paidós, Ed.). Barcelona, España.

Abstract: This research article proposes a new teaching-learning process for the understanding of Communication Theories in Higher Education through the social network Instagram. Students become content creators, putting their learning at the service of the digital community, using the logics, tools, and hypermediations of the digital ecosystem. Thus, a new space was built within the classroom through collaborative learning and flipped classroom techniques. Data collection utilized a mixed methodology: firstly, a quantitative approach through the CrowTangle Intelligence Report, from January 24, 2021, to November 24, 2021. The number of interactions, post types, video data, views, interaction rate, quantification by post type, and audience growth were observed. These results relate

to formats created by the teacher and students, such as Tik Toks, infographics, giveaways, artistic pieces, etc. Additionally, semi-structured interviews were conducted with students of the Communication Theories I course at the University of La Sabana, aiming to understand their perception and feelings regarding the new teaching-learning process within the classroom. One of the most significant findings was the quick connection with the subject matter, problem-solving, and the advantages of creating a space that also allowed achieving the intended learning outcomes of the course.

Keywords: Teaching method - pedagogical innovation - social media - learning - higher education - curriculum content - Instagram.

Resumo: Este artigo de pesquisa propõe um novo processo de ensino-aprendizagem para o entendimento das Teorias da Comunicação no Ensino Superior por meio da rede social Instagram. Os alunos se tornam criadores de conteúdo, colocando seus aprendizados a serviço da comunidade digital, utilizando as lógicas, ferramentas e hipermediações do ecossistema digital. Dessa forma, construiu-se um novo espaço dentro da sala de aula por meio da aprendizagem colaborativa e da técnica de sala de aula invertida. Para a coleta de dados, utilizou-se uma metodologia mista: inicialmente, uma abordagem quantitativa por meio do CrowTangle Intelligence Report, de 24 de janeiro de 2021 a 24 de novembro de 2021. Observou-se o número de interações, tipos de postagens, dados de vídeos, visualizações, taxa de interação, quantificação por tipo de postagem e crescimento da audiência. Esses resultados estão relacionados aos formatos criados pela professora e pelos alunos, como Tik Toks, infográficos, sorteios, peças artísticas, etc. Além disso, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com alunos do curso Teorias da Comunicação I da Universidade de La Sabana, com o objetivo de compreender sua percepção e sentimentos em relação ao novo processo de ensino-aprendizagem dentro da sala de aula. Um dos achados mais importantes foi a rápida conexão com os temas da disciplina, a resolução de dúvidas e as vantagens de criar um espaço que também permitia alcançar os resultados de aprendizagem pretendidos para a disciplina.

Palavras-chave: Método de ensino - inovação pedagógica - mídias sociais - aprendizado - ensino superior - conteúdo curricular - Instagram.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por su autor]
