



Uso(s) de Instagram en Escuelas de Arte: propuestas desde y para el profesorado de Educación Artística

Trabajo de Fin de Máster

Máster Universitario en Formación del Profesorado

Presentado por:

Irene Sánchez Izquierdo

Dirigido por:

Dr. D. Héctor del Castillo Fernández

Alcalá de Henares, a 20 de junio de 2020

Índice

Introducción.....	5
Motivaciones y justificación de la propuesta	7
Comprendiendo el contexto del campo de estudio. La Escuela de Arte La Palma.	10
Un ciclo formativo: Escultura aplicada al Espectáculo	12
Breve historia e introducción a <i>Instagram</i> . Las redes sociales basadas en la imagen fotográfica.....	13
¿De dónde partimos? Estado de la cuestión	14
Web 2.0, 3.0 y redes sociales en la educación	14
La reputación digital del profesor.....	16
Experiencias docentes con Instagram en educación artística.....	17
Portafolios educativos y portafolios artísticos.....	18
Conectivismo	19
Objetivos y preguntas que guían la presente investigación	20
Aproximación metodológica y diseño.....	22
Diseño de la investigación	22
Temporalización y proceso de toma de datos	24
Variables e instrumentos	25
@esculturaefimera como caso de estudio	27
Principales aportaciones para la innovación en el aula: la perspectiva docente	35
Conclusiones	49
Referencias.....	51
Anexo: Glosario de términos.....	54

Resumen

Este trabajo se plantea como un acercamiento teórico y práctico al potencial que las herramientas digitales de la web 2.0, en este caso la red social Instagram, pueden tener cuando se incluyen en la práctica docente del profesorado de educación artística, en las dinámicas del grupo clase y del centro educativo.

Para ello estudiamos una iniciativa docente dentro del contexto de una Escuela de Arte de Madrid: la creación de una cuenta en la red social Instagram que muestra los proyectos de una clase de Escultura Efímera. La metodología que utilizamos es mixta y se centra en la perspectiva y experiencia del profesorado, por lo en gran medida comparte el enfoque narrativo de los relatos de vida. En la parte cualitativa, hemos realizado entrevistas semi-estructuradas a la docente y también un estudio del contexto mediante observación participante. Por otro lado, presentamos un análisis de las métricas del objeto central de la investigación: los datos cuantitativos que nos proporciona la propia cuenta de Instagram @esculturaefimera.

En la discusión, pretendemos compartir claves de éxito para que los docentes utilicen la herramienta de Instagram con su alumnado, futuros profesionales del arte que a su vez ya usan la red social como plataforma de promoción artística personal. Siguiendo el relato de la docente y presentando sus reflexiones, pretendemos abrir camino para insertar las prácticas de *afuera de la escuela* dentro de ella, reconociendo las redes sociales como herramienta que aumenta la visibilidad de los procesos de aprendizaje tanto del profesorado como del alumnado.

Palabras clave

Web 2.0, Instagram, Educación Artística, Educación Superior, redes sociales

Abstract

This work is proposed as a theoretical and practical approach to the potential that the digital tools of web 2.0, in this case the social network Instagram, can have when they are included in the teaching practice of art education teachers, in the dynamics of the classroom and the school.

To this end, we studied a teaching initiative within the context of an Art School in Madrid: the creation of an account on the Instagram social network that shows the projects of an Ephemeral Sculpture class. This is a mixed methods research that focuses on the perspective and experience of the teachers, so it largely shares the narrative approach of life stories. In the qualitative part, we have carried out semi-structured interviews with the teacher and also a study of the context through participant observation. On the other hand, we present an analysis of the metrics of the central object of the research: the quantitative data provided by the Instagram @esculturaefimera account itself.

In the discussion, we intend to share keys to success for teachers to use the Instagram tool with their students, future art professionals who in turn already use the social network as a platform for personal artistic promotion. Following the teacher's story and presenting her reflections, we intend to pave the way for inserting practices from outside the school into it, recognising social networks as a tool that increases the visibility of the learning processes of both teachers and students.

Key words

Web 2.0, Instagram, Art Education, Higher Education, social network

Introducción

En los últimos años hemos presenciado el acelerado desarrollo de las tecnologías digitales de la información y la comunicación, que han sido presentadas como el elemento transformador de la educación que indiscutiblemente debe introducirse en las aulas. Por otro lado, las redes sociales se han convertido en uno de los medios más utilizados por los jóvenes. Entre ellas, Instagram se ha consolidado como una de las principales redes sociales con mayor cuantía de usuarios. En consecuencia, la relación del profesorado con las herramientas TIC, las redes sociales y los dispositivos móviles en el aula se está convirtiendo en un centro de interés para la investigación en todo el mundo.

En el año 2008 la National Art Education Association (NAEA), organización para la defensa de las enseñanzas artísticas más importante a nivel mundial, emitió un informe exponiendo las líneas de investigación futuras en el campo de la educación artística. En él se preguntaba: “¿Cuál es el impacto en Educación Artística de los nuevos contextos de aprendizaje propiciados por las tecnologías de la información y la comunicación?” (NAEA, 2008, p.2).

Mientras que algunos centros educativos parecen estar incorporando la tecnología en sus procesos de enseñanza-aprendizaje en la mayoría de sus ámbitos, algunas instituciones de enseñanza superior no están llevando el mismo ritmo. En un contexto de tradición académica como son, además, muchos de estos centros (algunas Facultades de Bellas Artes o Escuelas Superiores de Arte) parece no haber lugar para la tecnología en sus procesos, que son eminentemente manuales y enfocados al aprendizaje de técnicas y procedimientos plásticos, siguiendo un modelo logocentrista (Cubillo, 2011, p.20). De un tiempo a esta parte, podemos afirmar que no se está midiendo el impacto de las tecnologías en Educación Artística -como proponía la NAEA- y que, además, hacen falta más estudios y publicaciones que ayuden a visibilizar las pequeñas iniciativas que hacen un esfuerzo por introducirlas.

Este proyecto se sitúa en el contexto de la innovación educativa y gira en torno a una estrategia docente utilizando las redes sociales. Surge del contacto, dentro del programa de prácticas formativas del Máster Universitario en Formación del Profesorado, con una profesora de la Escuela de Arte La Palma, uno de los cuatro Centros Públicos donde se imparten Enseñanzas Profesionales de Artes Plásticas en la Comunidad de Madrid. En la Palma, esta docente de la especialidad de Volumen acababa de iniciar una discreta iniciativa

pedagógica usando la aplicación Instagram con uno de sus grupos, de la asignatura de Escultura Efímera.

La docente se propone utilizar esta *app* como herramienta educativa planteando una cuenta comunitaria para este grupo y utilizarla a modo de portafolio digital, online y público de lo que se crea en la asignatura durante un curso escolar. La utilización de ésta se plantea de manera colaborativa: todos los estudiantes disponen de contraseña para poder manipularla. Esta propuesta sacude algunos aspectos relacionados con los paradigmas educativos presentes en la escuela y desvela ideas preconcebidas, dificultades, intenciones, deseos y motivaciones por parte del profesorado de educación artística.

En este trabajo, por tanto, decidimos centrarnos en estudiar de manera intensiva este fragmento de la realidad, una muestra del potencial educativo que las herramientas de la web 2.0 y 3.0 pueden tener en la realidad de las aulas de enseñanzas artísticas para incluir aspectos como la colaboración -dentro de unas enseñanzas cuyos procesos son eminentemente individuales-, y la profesionalización del alumnado, descubriendo juntos las claves para realizar un portafolio público, cooperativo e interactivo.

A lo largo de este trabajo presentaremos la transición de la web 1.0 a la web 2.0; abriremos el foco para analizar la aplicación de Instagram y su tímida inclusión en el contexto de la enseñanza superior y finalmente, enlazaremos las posibilidades de esta herramienta con el uso de los portafolios electrónicos artísticos. Incluiremos el estudio de lo que también se está haciendo llamar Web 3.0: aquella que se ha generado gracias a las posibilidades de interacción entre las personas (Ramírez y Peña, 2011) cuyo espacio más representativo son las redes sociales, potenciando la valoración de contenidos.

Después de haber profundizado en estos elementos a través de la revisión de la bibliografía existente, pasaremos a presentar la metodología en la cual se ampara esta investigación, de carácter mixto. El diseño combina métodos cualitativos y cuantitativos y, además, al realizarse por una investigadora y una docente dentro del centro educativo, comparte ciertos elementos de la investigación-acción. Realizamos el análisis del contexto a través de técnicas etnográficas, proponemos entrevistas semi-estructuradas a la docente -que enfocamos desde la perspectiva narrativa de los relatos de vida- y un análisis cuantitativo del objeto de estudio: el Instagram de la clase de Escultura Efímera. Utilizaremos herramientas web especializadas en estadísticas de la red social Instagram para averiguar

qué tipo de interacciones se han producido en la cuenta, quiénes son sus seguidores y qué tipo de comunidad se ha creado a partir de la creación del perfil, en septiembre de 2019.

Contrastaremos la vida del portafolio con la experiencia de la docente: cuáles han sido sus motivaciones y objetivos con respecto a la iniciativa, y cómo han ido evolucionando las expectativas y la respuesta del grupo y del mismo centro educativo. Haciendo un seguimiento de la vida virtual del perfil @esculturaefimera junto con la experiencia de la docente, pretendemos alumbrar cuál ha sido el impacto de este proyecto en la vida de la Escuela y del profesorado.

Terminaremos presentando las conclusiones del estudio, en el cual pretendemos dibujar un perfil de docente de enseñanza artística superior que también es artista y comparte las mismas herramientas de promoción y difusión artística que sus propios alumnos. Un docente que puede hablar el mismo lenguaje digital que sus alumnos y que, por lo tanto, tiene en su poder un cambio de paradigma dentro del aula. En última instancia, pretendemos abrir camino para un necesario y más profundo análisis de las posibilidades de las herramientas de la web 2.0 y en concreto las redes sociales. Especialmente nos interesa desde las Artes porque creemos que pueden aportar en los procesos de creación artística para pasar de una promoción desde lo individual a lo comunitario, de la visión del genio a la producción en colectivo.

Motivaciones y justificación de la propuesta

Nacida en 2012, Instagram es hoy por hoy la red social favorita de los jóvenes y adolescentes¹ por encima de Facebook. Es por esto por lo que, cuando hablamos de la existencia de nuevos modelos educativos basados en las TIC, no podemos pasar por alto la importancia de las redes sociales en el ámbito pedagógico. Pero no sólo nos interesa por eso: debemos insistir en que, además, Instagram es la plataforma de redes sociales preferida en el mundo del arte por usuarios y artistas de todas las edades. Este tipo de usuarios la emplean para compartir y promocionar proyectos, subiendo imágenes a modo de portafolio digital, ilustrando procesos y resultados. En definitiva, Instagram es hoy por hoy una de las formas más interesantes de descubrir, promover y hacer crítica de arte.²

¹ <https://mashable.com/2017/08/21/facebook-instagram-snapchat-emarketer-report/?europa=true#GAI4L4bnwaq>

² Fleming, O. (2014). *Why the World's Most Talked-About New Art Dealer Is Instagram*. Disponible online: <https://www.vogue.com/article/buying-and-selling-art-on-instagram> (Acceso 28 Mayo 2020).

Con este trabajo pretendemos, desde nuestra ineludible perspectiva como artistas y educadores (o *educartistas*, como sugieren algunos autores³), incorporar nuevas perspectivas dentro de las relaciones del profesorado de educación artística con las redes sociales facilitando estrategias que parten de los mismos docentes, permeándose de lo que les motiva y emociona en su *fuera del aula*. En el transcurso de esta investigación, la docente se sumerge en la creación de un perfil de Instagram grupal paralelamente a la creación de su propio perfil como artista. Lo que aprende mientras actualiza su perfil artístico lo aplica en el perfil del grupo y viceversa, estableciendo una interesantísima sinergia entre lo que aprende fuera del aula con lo que aprende dentro de ella.

Al hablar de tecnología y educación, encontramos lugar en el enfoque que Escudero (1997) denomina *una perspectiva tecnológica sobre y para la innovación educativa*. Creemos que esta investigación puede aportar en este aspecto, a través del análisis de la evolución de las herramientas web 2.0 y cómo pueden contribuir a la revitalización de la educación artística y a promover una verdadera innovación educativa. En línea con otros autores, creemos que la creciente popularidad de las redes sociales no hace más que evidenciar la necesidad de incorporar su uso como plataforma para la docencia e investigar sus potencialidades para el mundo académico y educativo. (Meso, Pérez y Mendizábal, 2011, p.144)

Desde esta perspectiva, creemos necesario favorecer la incorporación y naturalización de las redes sociales como herramienta para desarrollar procesos verdaderamente innovadores, que contribuyan a cimentar un nuevo paradigma educativo en educación artística, en palabras de Santamaría: "más allá de unos ejes transmisivos e individualistas se van concibiendo entornos colaborativos entre pares, estilos contextuales y flujos de trabajo en estructuras heterárquicas" (2008, p.102). De esta forma, pretendemos abrir camino para que los docentes de educación artística puedan establecer dinámicas de aprendizaje verdaderamente centradas en el estudiante y donde todos los agentes del aula sean productores de saber y de conocimiento -y no únicamente el profesorado-.

Por otro lado, encontramos una necesidad de compartir experiencias educativas que surgen de los propios docentes y que pueden beneficiar tanto al profesorado de las enseñanzas artísticas superiores, como a la comunidad educativa de sus centros. Nuestra investigación adopta un enfoque participativo donde prima el diálogo y el intercambio de saberes:

³ <http://mariaacaso.blogspot.com/2012/02/0-0-1-557-3069-ucm-25-7-3619-14.html>

docentes e investigadores conversan, en un recorrido vital que se verá sacudido por la crisis sanitaria del covid-19. Más allá de verse trastocada la investigación, ésta se empapa de la nueva realidad; las redes sociales toman aún más protagonismo dentro de la investigación al convertirse en el medio de comunicación preminente.

Como señalan Hernández y Aberasturi (2014), el mayor problema que padecen las instituciones educativas es la narrativa dominante, desde la cual se generan los modelos educativos, currículos, relaciones de enseñanza, los conocimientos que se entregan a los estudiantes, etcétera. Frente a estas narrativas dominantes, visibilizar los pequeños relatos supone “alterar y cuestionar las normas del discurso científico que se consideran incuestionables a partir de destacar la experiencia vivida, los detalles íntimos, la subjetividad y las perspectivas personales” (Ellingson y Ellis, 2008:450). Por otro lado queremos dibujar un escenario de la educación pública donde las instituciones y sus docentes no sólo enseñan, sino que también aprenden.

Lo haremos desde la perspectiva del profesorado, con un enfoque narrativo que se apoya en métodos biográficos y en la escritura de viñetas. Conversamos con la docente para desvelar cuáles son las motivaciones que le llevan a innovar y a proponer nuevas dinámicas en el aula. Descubrimos los objetivos de la actividad, reconstruimos paso por paso el proceso y qué ha significado para la docente experimentar con redes sociales en el aula, intentando como fin último destacar los aprendizajes que ha llevado a cabo durante el curso.

Pretendemos añadir frescura aportando un análisis de los datos cuantitativos que arroja la plataforma de Instagram, utilizando aplicaciones online realizadas para ese fin. De esta forma, podemos aportar información que no se suelen incorporar en la investigación educativa en redes sociales. Aunque estas herramientas están enfocadas al comercio y al marketing, la educación puede hacerlas propias y utilizarlas para medir la motivación del alumnado y su interacción con el contenido de la clase o los productos realizados.

En este sentido, nos vemos aludidos por los estudios comparativos nacionales e internacionales que ponen de manifiesto la importancia de detectar cómo se utilizan las TIC en el aula para que tengan un efecto positivo en el aprendizaje de los estudiantes (OECD, 2018). Nosotros contribuimos a la selección y el estudio de buenas prácticas docentes con TIC en las aulas, con el objeto de detectar si tienen efectos positivos y poder ser replicadas. Aunque esta investigación pone el foco en la docente, se abre camino para continuar el caso

de estudio desde la perspectiva del estudiantado, y con otros formatos como, por ejemplo, estudios comparativos.

Comprendiendo el contexto del campo de estudio. La Escuela de Arte La Palma.

Como ya hemos mencionado, la investigación surge y toma forma dentro de una Escuela Superior de Arte: la Escuela de Arte La Palma en el distrito Centro de Madrid. Es importante destacar que la iniciativa que estudiamos, por tener lugar en esta escuela y no en otra, es de mayor interés. El hecho de que desde una clase surja una discreta iniciativa de Instagram en un centro educativo cuyas redes sociales o son intermitentes (Facebook) o estaban paradas desde el año 2018 (Instagram) es toda una declaración de intenciones. Pero detengámonos un poco para realizar un breve recorrido que ayude al lector a situarse en esta histórica institución educativa.

Para poder comprender el origen y la evolución de las Escuelas de Arte debemos retroceder a los primeros años del s. XIX, cuando a raíz de la revolución industrial, se modificaron profundamente los procesos de producción y comercialización de objetos, y dando paso a una producción de tipo industrial. En 1895, se abre la Escuela de Artes y Oficios Central, ubicada en Madrid y que contará con diez Secciones, y siete Escuelas. En 1963, ante la creciente industrialización española, se vuelven a reorganizar las enseñanzas de artes plásticas y se cambia de nuevo su denominación, pasando a ser Escuelas de Artes Aplicadas y Oficios Artísticos.

La Escuela, en el número 46 de la Calle La Palma, ocupa una buena parte de lo que fue el Palacio de Castromontes, construido en el siglo XVIII y residencia de varias familias aristocráticas. El edificio alberga hoy el Instituto Lope de Vega y la Escuela de Arte la Palma, entre otros (también buena parte del edificio es una sede de Bomberos). Como otros edificios nobles de ese siglo, mantiene un halo señorial en forma de techos altos, un amplio hall de bienvenida y una gran escalera con una elegante barandilla de madera que nos guía por los cuatro pisos de altura en los que nos movemos durante el transcurso de la jornada lectiva.

La Escuela de Arte La Palma es, sobre todo, una escuela de Escultura. Desde que el visitante pone un pie en el pabellón de entrada, se aprecia la preeminencia de esta disciplina en el centro, que está repleto de esculturas clásicas y modernas, copias y producciones originales de antiguos alumnos. Las enseñanzas profesionales de Artes Plásticas y Diseño tienen una organización modular, sus contenidos son especializados y teóricos-prácticos, e inciden especialmente en la formación práctica.

Las Escuelas de Arte se diferencian del resto de centros educativos de Formación profesional en su especialización, y de los otros centros de enseñanza superior en el tipo de acceso. Los alumnos que se matriculan en las Escuelas de Arte han de realizar una prueba de aptitud que de muestra de sus habilidades, además de una serie de requisitos académicos específicos: el graduado escolar ESO para ciclo de grado medio, y título de Bachillerato o Grado/Licenciatura para los ciclos de grado superior.

Además, el hecho de ser La Palma una escuela centrada en las enseñanzas escultóricas con una oferta formativa muy específica hace que el alumnado que acude al centro esté, en general, altamente motivado. Apenas existen problemas de convivencia en el centro y el ambiente suele ser tranquilo y respetuoso, se percibe compañerismo y buenas relaciones sociales.

Durante mi estancia de prácticum y de investigación en el centro educativo tuve contacto con dos grupos distintos, en asignaturas impartidas por la misma docente de la que hablamos en esta investigación. Se trata del grupo de Escultura Efímera, del horario diurno y la clase de Volumen del grupo de Técnicas Escultóricas, en el horario vespertino. Los grupos se componen de entre doce y quince alumnos: en Escultura Efímera el rango de edad es más homogéneo (18-30 años) mientras que en Técnicas Escultóricas hay estudiantes que alcanzan los 70 años.

Como ya hemos compartido, nuestra motivación parte de una determinada realidad de los centros de enseñanzas artísticas, el cual es la poca presencia de tecnología y la reticencia a usarla más allá de las asignaturas programadas para este fin, en definitiva: la tecnofobia que aún existe entre los docentes. Entre los elementos que podrían ayudarnos a entender esta determinada realidad, podríamos compartir el paradigma educativo al que en nuestra opinión se adscribe la Escuela.

Es (...) una concepción del arte plenamente centrada en los aspectos de la producción, en la que el artista no es sino un instrumento más en la configuración de la obra. De ella se derivan para la educación artística unos patrones formativos plenamente logocentristas, cuya finalidad exclusiva es velar por una correcta transmisión de los saberes materiales e instrumentales, dejando al sujeto creador en un segundo plano. (Agirre, 2005: 206)

Siguiendo los autores Agirre (2005) y Barragán (2007) indicaremos a continuación las estrategias metodológicas más importantes de este método y de las cuales, destacan en la Escuela de Arte La Palma las siguientes: el respeto por la norma y el procedimiento, extendidos a un qué hacer y cómo hacer ya preestablecidos; la dirección sabia y experta de

un maestro que a su vez legitima un modelo autoritario; y una metodología precisa caracterizada por “una secuenciación de tipo acumulativo que va de lo fácil a lo difícil, del rigor a la libertad o de la síntesis al análisis”. (Cubillo, 2011, p.11)

Conociendo este contexto, se hace aún más justificado nuestro interés por conocer la práctica docente de una profesora de Escultura de esta escuela, estudiar el uso que hace de las herramientas web 2.0 y su motivación por insertar esta tecnología en entornos donde *todavía no es bienvenida* ni está presente más allá de las obligatorias competencias que recientemente han sido insertadas “por encima”, por orden del Ministerio de Educación.



Entorno de la Escuela La Palma, con la habitual presencia de alumnos conversando en la entrada.

Un ciclo formativo: Escultura aplicada al Espectáculo

Dentro de la Escuela, podríamos afirmar que estos son los estudios de escultura más específicos. Se centran en el mundo de la arquitectura efímera comercial, y se espera que el alumnado alcance una formación específica para concebir, proyectar y materializar stands y escaparates, aunque debido a la gran variedad de técnicas, procedimientos, materiales y talleres abarca innumerables posibilidades: ornamentación, objetos para teatro, televisión, escenografía, elementos de uso cotidiano, trofeos...

La asignatura de Escultura Efímera pretende, en esa línea, profundizar en el estudio y la representación de diferentes formas naturales (zoomorfas, antropomorfas, vegetales...) y realizar piezas con técnicas mixtas, patronajes y escenarios.

A modo de apunte y para fundamentar aún más la necesidad de realizar esta investigación, repasaremos los objetivos generales del ciclo formativo y de la asignatura impartida por la docente, buscando los elementos tecnológicos y pedagógicos que podrían apoyar la iniciativa docente de portafolio digital en Instagram.

Dentro del Currículo básico, entre los objetivos generales del ciclo formativo encontramos:

- “Adaptarse en condiciones de competitividad a los cambios tecnológicos y organizativos del sector; buscar, seleccionar y utilizar cauces de información y formación continua relacionados con el ejercicio profesional.” (BOE, 2015)

Y dentro de los objetivos de la asignatura Escultura Efímera:

- “Desarrollar un proceso de trabajo ordenado partiendo de los conocimientos y proyectos ideados en el módulo correspondiente a partir de las maquetas, bocetos, croquis y especificaciones técnicas.”
- “Potenciar métodos de trabajo en equipo para el desarrollo de determinados proyectos”. (BOE, 2015)

Observamos aquí, por un lado, la importancia de los cambios tecnológicos relacionados con el ejercicio profesional (profesionalización a través de la tecnología) y por otro lado, la capacidad de desarrollar y visibilizar el proceso de trabajo; junto con la promoción de métodos de trabajo colaborativos. Todo esto es lo que la docente intenta fomentar a través de la creación de un portafolio artístico digital a través de la herramienta Instagram.

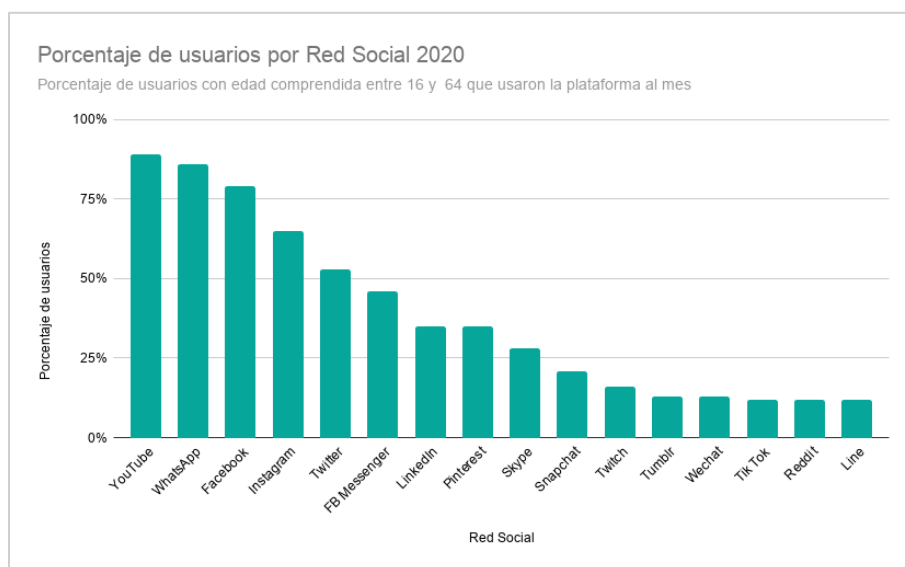
Breve historia e introducción a *Instagram*. Las redes sociales basadas en la imagen fotográfica

A finales del año 2010 nació Instagram, una aplicación móvil que permitía editar y compartir en segundos una fotografía de formato cuadrado. Desde entonces, se ha convertido en la red social de crecimiento más rápido de la historia; más aún tras ser adquirida por Facebook en 2012. La propia compañía anunciaba en junio de 2018 que la aplicación superaba los mil millones de usuarios activos, entendiendo como tal a los que habían realizado alguna función en su plataforma en los últimos 30 días.

Según el Estudio Anual de las Redes Sociales de 2018, realizado por Elogia e IAB (agencia de marketing española especializada en Digital Commerce Marketing desde 1999), el 85% de los internautas entre los 16 a los 65 años en España utilizan las redes sociales, lo que supone más de 25,5 millones de usuarios en nuestro país, que la señalan como la tercera red social preferida, con una alta frecuencia de visita, y la mejor valorada. Además, en los últimos años Instagram es con diferencia la red social que más ha crecido, despuntando con un 65% de actividad respecto al 37% del 2017.

Podría decirse que Instagram ha marcado un hito a la hora de democratizar y popularizar la fotografía y la promoción artística a todos los niveles. Cualquiera puede compartir sus

fotografías, ilustraciones, dibujos y otros productos de un modo rápido y sencillo y sus herramientas de edición permiten a muchos usuarios dar una impronta artística en sus imágenes, aunque esto de ningún modo implica que puedan considerarse artistas ni que todas estas piezas tengan necesariamente que ser entendidas como obras de arte. Por otra parte, el álbum privado que hasta hace pocos años formaba parte del ámbito familiar, o del dossier artístico estrictamente profesional se ha abierto a la mirada pública al ser compartido y difundido a través de las redes sociales y especialmente de Instagram.



Fuente: wearesocial.com

¿De dónde partimos? Estado de la cuestión

Web 2.0, 3.0 y redes sociales en la educación

Consideramos pertinente empezar repasando las diferentes etapas de la web en las últimas décadas. En la primera (1.0) se enmarcan las webs tradicionales de información, divulgación científica o entretenimiento en las que el creador y colaboradores de la red son reconocibles. El paso a la web 2.0 se hace visible cuando aparecen las plataformas colaborativas, de creación comunitaria, como Wikipedia o Blogger, o aquellas que facilitan la apropiación, referencias instantáneas y reenvío de información, cuyo máximo exponente serían los foros de internet.

En los últimos años se ha hecho hincapié en la importancia de la alfabetización -tanto de los docentes como del estudiantado- en las herramientas de la web 2.0, más sencilla que la Web tradicional, cuya dificultad de programación obligaba a que los usuarios comunes se quedaran al margen como simples espectadores. En esta línea de democratización de la producción del conocimiento en red se ha sabido observar la utilidad de estos mecanismos

en educación, y han surgido interesantes monográficos como el de *Prácticas Educativas en entornos Web 2.0* (2008) de los docentes Castaño, Maíz, Palacio y Domingo Villarroel; o *La web 2.0 como recurso para la enseñanza del francés como lengua extranjera* (2012) escrito por los docentes Álvarez, Demaizière, Martínez García, O`Down, Santamaría González y Vera Pérez, como iniciativa del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

En el campo de la inclusión de las TIC 2.0 en educación artística destaca el volumen *Innovación educativa con TIC en Educación Artística, Plástica y Visual líneas de investigación y estudios de casos* (2011) coordinado por la docente de la Universidad Autónoma de Madrid Ángeles Saura. Estructurado en cuatro capítulos, repasa las principales aportaciones en español para la Educación Artística del S.XXI, presenta los recursos digitales más importantes para el área y expone interesantes experiencias didácticas realizadas por distintos profesores. También interesantes las experiencias que se llevaron a cabo en el CES Felipe II de Aranjuez en los cursos 2008/2009 y 2009/2010 de la asignatura “Introducción al Color” (Bellas Artes), combinando la utilización de plataformas no educativas de la web 2.0 (Flickr, Blogger, Youtube) con otras sí pertenecientes al entorno académico como WebCT y Moodle (Abad, 2010).

La última etapa de la web en la que estamos inmersos actualmente se ha denominado web 3.0, y ha irrumpido con un nuevo esquema de pensamiento creado en torno a las redes sociales y a la personalización de la experiencia de navegación en la red (cookies, preferencias y adaptación a los gustos del usuario).

En cuanto al uso de redes sociales en educación, seguimos a investigadores como Santamaría González, quienes afirman que las redes sociales son una de las estructuras sociales más potentes e innovadoras para el trabajo en red, que pueden convertirse en comunidades de aprendizaje o en redes de conocimiento (2008, p.100). Hace más de una década Santamaría ya anunciaba que las redes “han reconfigurado lentamente las instituciones educativas (...) más allá de unos ejes transmisivos e individualistas se van concibiendo entornos colaborativos entre pares, estilos contextuales y flujos de trabajo en estructuras heterárquicas”. (p.101)

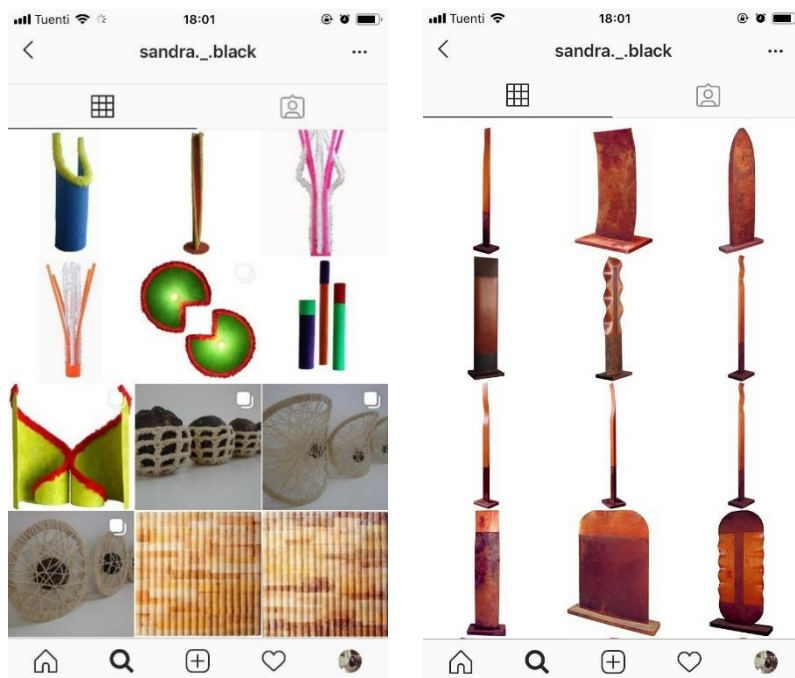
En la misma línea, en el *Manual imprescindible de redes sociales para la educación*, (2010) el profesor De Haro planteaba además que las redes sociales deben ser incorporadas en la educación porque pueden ser un medio para aprender y estimular el interés de los alumnos

por su formación. Entre las publicaciones más recientes destaca el volumen *Arte, Educación y Pensamiento digital: Educar, crear y habitar en la quinta pared* (Caeiro Rodríguez, Coord. 2018), en el que varios de sus capítulos están dedicados a la educación híbrida incorporando dispositivos móviles.

La reputación digital del profesor

En anteriores generaciones no era tan importante si un profesor tenía o no una actividad en red. Hoy día, los alumnos valoran la calidad y la credibilidad del profesor a través del tipo de Huella Digital que éste posee y, en consecuencia, de su Reputación Online (López García, 2012), siendo parte fundamental de quién acaba siendo esa persona a nivel docente, especialmente en educación artística superior.

Según un estudio realizado por la autora, los resultados muestran que la respuesta de los alumnos después de conocer la huella y la identidad digital de su profesor de educación artística, evolucionaron en dos fases; 1º: motivación, admiración y respeto al profesor y a la asignatura. 2º: autocrítica por parte del alumno consigo mismo a partir del ejercicio de análisis de la Identidad Digital del profesor y creación del plan estratégico a futuro.



Instagram de la docente protagonista de esta investigación, artista escultora.

Experiencias docentes con Instagram en educación artística

Probablemente debido a su reciente popularización (recordemos que fue comprado por Facebook en 2012), Instagram no ha recibido mucha atención en ciertas áreas de investigación en términos de lo que puede ofrecer en el proceso de aprendizaje/enseñanza. Muy explorado en el área del aprendizaje de Lenguas, no podemos decir lo mismo del ámbito de la educación artística, aunque sí destacan algunas iniciativas y volúmenes que abordan el tema, tanto de forma teórica como práctica.

Por otro lado, nos resulta prácticamente imposible encontrar literatura cuyo campo de estudio sea el mismo que el nuestro. Partimos de una realidad que son las Escuelas de arte: instituciones escolares en el limbo entre el instituto y la universidad. En consecuencia hemos intentado dar prioridad a la bibliografía y experiencias que tengan lugar en educación superior (Bellas Artes), por la similitud en el perfil del alumnado.

La relación de los artistas y educadores de arte con la tecnología ha sido un diálogo histórico y permanente, adaptando, amplificando y modificando procesos, didácticas, metodologías y contenidos para dar entrada a lo contemporáneo tecnológico. Como expresaría Agamben (2008) al preguntarse ¿qué significa ser contemporáneo?, lo contemporáneo es “una relación singular con el propio tiempo”. Este es uno de los objetivos guía de todo educador: situarse junto al alumno en el momento presente. Compartimos las preguntas de Caeiro Rodríguez (2018) “¿qué necesita la educación artística de lo que ofrece esta matriz digital?” (p.14)

El término docencia 2.0 designa a un conjunto de técnicas apoyadas por servicios Web 2.0 utilizados en ámbitos docentes. Los servicios de la Web 2.0 más utilizados son los blogs, las redes sociales y los wikis. Como referencia teórica tenemos el libro *Nuevas tecnologías en el aula* (2011), en el que se hace un repaso a la inclusión de las TIC en todas las áreas de conocimiento, incluyendo la educación artística en el capítulo: “Redes sociales y educación artística” (López García, 2011).

Como experiencias de referencia para este estudio, debemos salir del ámbito nacional para encontramos el “prototipo pedagógico” (como lo denominan sus propios autores) “Everybody Phones Out” llevado a cabo en 2016 en Central Saint Martins, una de las Facultades de Bellas Artes de la Universidad de las Artes de Londres. La investigación que deriva de esta experiencia pedagógica tenía como objetivo evaluar el potencial de las IBMSN (redes sociales móviles basadas en imágenes) siendo empleadas dentro y fuera del aula para la entrega de contenido intentando mejorar así el compromiso de los estudiantes (Burns, McLaghan and Rees, 2016).

En este trabajo los autores utilizaron Instagram como plataforma de interacción con el contenido de un seminario de Cultura, Crítica y Comisariado de Arte, creando una cuenta de Instagram específicamente para este fin. Los autores se sirvieron de esta cuenta para postear lecturas obligatorias del seminario, asignar tareas a los estudiantes y explorar las posibilidades de convertir los contenidos del seminario en imágenes en formato meme.

Entre las conclusiones que los autores arrojaron, y que pueden servirnos como apoyo para esta presente investigación, encontramos:

- Que los canales de comunicación que facilita la red Instagram “son bidireccionales, gracias a existir en un entorno no universitario y, a menudo, un en un contexto anti-jerárquico”.
- La entrada de las redes sociales en la clase “if used in an appropriate and creative manner it may serve as a parallel environment for conversation and research”.

Y entre las conclusiones de este estudio, la que destacamos por estar en concordancia con nuestro propio caso de estudio y los objetivos de esta presente investigación:

- Los cursos pueden configurar cuentas dedicadas en plataformas como Instagram, facilitar que los estudiantes se apropien de ellas (hacer un “takeover”, en inglés) y convertir estas herramientas un elemento innovador integrado en el programa de estudios (traducción propia).

Portafolios educativos y portafolios artísticos

Teniendo en cuenta que la experiencia pedagógica que aquí estudiamos se trata de un prototipo de portafolio digital artístico utilizando Instagram, creemos necesario ofrecer un apartado específico que indague en el estado de la cuestión de esta temática. Para Bullock y Hawk (2000) los portafolios se definen por cuatro componentes:

- Tienen unos objetivos determinados
- Se desarrollan para una audiencia en particular
- Contienen trabajos realizados, comúnmente conocidos como evidencias
- Incluyen reflexiones personales acerca de las evidencias incorporadas.

Los mismos autores definen además, tres tipos de portafolios, que reúnen los componentes ya citados:

- Process Portfolio: portafolio de procesos que plasma en un documento una secuencia de acontecimientos encaminada a la consecución de objetivos prefijados. Se pone el acento en el cómo más que en el propio resultado.

- Product portfolio: portafolio de productos, que analiza los resultados de una acción o acciones. Las evidencias incluyen tanto resultados positivos como negativos y se busca un análisis global de cara al grado de consecución de unos objetivos antes que a la mera presentación de resultados exitosos.
- Showcase Portfolio: portafolio de muestras. Es un escaparate en el que se recogen los mejores resultados de un proceso. Objetivo que suele ser de “marketing personal”. Éste sería el tipo de portafolio que utilizan los artistas, según los autores.

Un portafolio electrónico debe tener un marcado componente de interactividad que permita usos y aplicaciones muy difíciles o prácticamente imposibles en un portafolio de papel y lápiz. Concluye las autoras que el portafolio “será electrónico no debido al formato sino al debido uso interactivo del mismo.”

En el contexto de una escuela de arte cuyos objetivos son facilitar la especialización y la profesionalización del alumnado, los portafolios se perfilan como poderosos marcos de aprendizaje, permiten encauzar procesos de enseñanza aprendizaje reflejando, más allá de la presentación de productos, las aproximaciones, los procesos, acompañando y plasmando y viaje personal (según la autora, “posiblemente también social”) y profesional de desarrollo. Este último apunte sobre el viaje social se hace especialmente visible tratándose éste de un portafolio que se aloja en una red social como Instagram donde la interacción entre personas es la base de las dinámicas de la plataforma. (García Doval, 2005, p.115)

Esta idea de portafolio electrónico apuesta claramente por el papel principal del aprendiz en una enseñanza centrada en el alumno; convirtiéndose así en el protagonista indiscutible de su propio aprendizaje (ídem, p.119). De entre las consideraciones que aporta la autora (p. 116), nos quedamos con una que nos parece especialmente relevante en el contexto de la herramienta Instagram, y es que la utilización de la red debe ser “fácilmente sostenible, adaptable, personalizable y modificable”.

Conectivismo

El conectivismo es un marco conceptual que considera el aprendizaje como un fenómeno en red influenciado por la tecnología y la socialización. Actualmente es una teoría de aprendizaje propuesta para los procesos de e-learning y para la era digital (Siemens, 2004). el conectivismo se basa en la premisa de que aprendemos haciendo conexiones con otras

personas, conceptos e ideas. Esas conexiones pueden ser de diversos tipos: de tipo social, «cara a cara», o tecnológicas.

Son tres los grandes dominios o áreas de desarrollo tal como las señala Downes (2012): conocimiento, aprendizaje y comunidad. En este sentido, se señala a las redes sociales como potenciadoras de la unión entre profesionales de todas las etapas educativas, áreas de conocimiento y geografías.

El mismo autor, en el mismo trabajo, consideraba que las redes exitosas tienen las siguientes características:

- Diversidad: el espectro más amplio posible de puntos de vista.
- Autonomía de los participantes.
- Apertura: mecanismos que permiten que otras perspectivas entren en el sistema.
- Conectividad: conexiones entre sus nodos.

En cuanto a las aplicaciones prácticas del conectivismo, el principal método pedagógico sería los cursos masivos abiertos en línea (MOOC). Otras teorías que comparten principios similares y también sirven de apoyo en el marco teórico de esta investigación serían la Pedagogía 2.0, que sugiere un cambio en la enseñanza basado en mayor control por parte del aprendiz, la participación en comunidades y redes de aprendizaje y la personalización de las tareas de aprendizaje (Lee y McLoughlin, 2007) o el micro-learning (Hug, Lindner y Bruck, 2006) que se presenta como un nuevo paradigma que incluye el aprendizaje a través de unidades relativamente pequeñas y actividades de aprendizaje a corto plazo basadas en tecnologías web 2.0 y móviles.

Objetivos y preguntas que guían la presente investigación

Después de revisar el estado de la cuestión, vemos que, aunque se ha explorado mucho en campos como la enseñanza de las lenguas, no existen todavía estudios intensivos sobre los usos de las redes sociales y concretamente de Instagram en las aulas de educación artística superior, más allá de algunas experiencias puntuales.

Es por ello que pretendemos abordar esta investigación a través de estas preguntas que surgen del periodo de prácticum desarrollado durante el Máster, por lo tanto, son cuestiones que nos asaltan *desde el terreno*. ¿Cuáles pueden ser los usos de las redes sociales eminentemente móviles y visuales como Instagram, en contextos de educación artística superior? ¿Cómo los docentes pueden abordar estrategias de profesionalización artística

para el alumnado a través del uso de Instagram? ¿Cómo permean las prácticas de “fuera del aula” de los docentes en lo que proponen dentro de la escuela? ¿Cuál es el potencial de la creación de portafolios artísticos grupales en asignaturas de enseñanzas artísticas superiores? ¿Cuál es el efecto en el alumnado y en las dinámicas de poder en la clase cuando se utilizan redes sociales como Instagram en el aula? Finalmente, ¿Cuál es el efecto en el centro educativo? Nos volvemos a preguntar, ¿qué puede necesitar la educación artística de lo que nos ofrece esta plataforma digital?

Estas preguntas, según Maxwell (1996) constituyen el “corazón” de nuestra investigación, que parte de un compromiso con el cambio en las jerarquías dentro del aula de artística y promueve como fin último una clase centrada en el estudiante. Sabemos, porque la bibliografía lo demuestra, que el uso de las herramientas web 2.0 y las redes sociales pueden resultar útiles para introducir un cambio de paradigma en las escuelas de arte.

Así mismo intentaremos comprender, a través del acompañamiento de la docente, cuáles son sus motivaciones y la percepción de los cambios que su iniciativa de introducir Instagram en su práctica educativa producen en el clima de su aula y en las estrategias de profesionalización y reflexión sobre su aprendizaje por parte del alumnado. De esta manera, los objetivos del presente trabajo podrían formularse así:

Como objetivo general, analizar y rastrear el uso de las redes sociales basadas en imagen por parte del profesorado de educación artística a partir de una buena práctica docente.

Objetivos específicos

- Rastrear las concepciones del profesorado respecto a la tecnología.
- Comprobar si el uso personal de las redes sociales influye en su utilización docente en el contexto del aula.
- Proponer usos para introducir aspectos de la web 2.0 en las aulas de educación artística a través de la aplicación Instagram.
- Abrir camino para la aceptación de la tecnología, especialmente aquellas herramientas que promueven el uso de portafolios interactivos y la creación de comunidades, en las enseñanzas artísticas en todos los niveles.
- Comprobar de qué manera las dinámicas de los centros de educación artística pueden beneficiarse de la introducción de las redes sociales.
- Aportar alternativas para combatir la tecnofobia entre el cuerpo docente.

Aproximación metodológica y diseño

A la hora de afrontar una investigación que, como ya hemos mencionado, tiene por indagar en el uso de las redes sociales basadas en imagen por parte del profesorado de educación artística, compartimos a modo de marco teórico las perspectivas de pensadores comprometidos con la educación. Nos situamos en la manera de entender la ideología del cambio en las escuelas de Hargreaves y Fullan, partiendo de la premisa de que “necesitamos cambiar los colegios dado que ahora no son organizaciones que aprenden” (1995, citado en Fullan, 2002:12).

Además, nos parece pertinente situarnos en el contexto de la investigación educativa. Lawrence Stenhouse apuntó en 1983 que los maestros podían hacer investigación educativa, concebida no como un fin en sí mismo sino como un medio, en tres sentidos: 1) fortalecer el criterio del docente perfeccionando así por autogestión su propia práctica; 2) enriquecer el currículum, pues el conocimiento es como un espiral que se devuelve; y 3) generar una comunidad docente crítica. En este contexto, describimos la ubicación del investigador en el proceso de investigación, a fin de evaluar su posición social en el estudio y el lugar de su mirada en el transcurso de la investigación: me presento como profesora de arte en prácticas, artista e investigadora en el contexto de Prácticum y TFM del Máster en Formación del Profesorado.

Diseño de la investigación

Aunque principalmente intentamos comprender a través de una óptica cualitativa la perspectiva del profesorado sobre una práctica docente concreta, esta investigación comparte el enfoque de métodos mixtos de investigación. Esto es así porque nos interesa utilizar el potencial de los recursos que ofrecen los diseños de investigación cualitativos y cuantitativos combinados, aprovechando las fortalezas que nos ofrecen ambos análisis, para la comprensión del objeto de estudio y el fenómeno en su complejidad. Los diseños mixtos son cada vez más usados en educación, pues enriquecen la investigación pues se nutren de las dos perspectivas y herramientas tanto positivistas como naturalistas. En esta línea, nos situamos en este paradigma de investigación, posicionándonos como investigadores “pragmáticos” y subrayando la importancia de combinar la metodología de investigación cuantitativa y cualitativa (Johnson y Onwuegbuzie, 2004).

En su dimensión cualitativa, nuestra investigación comprende el uso de varias herramientas y técnicas de recogida de información entendidas desde el enfoque narrativo, descriptivo y etnográfico de la investigación, dado que nuestro objetivo es explicar y comprender una realidad concreta, que es la relación del profesorado con las redes sociales en su dimensión

educativa y su aplicación en educación artística. Siguiendo a Hargreaves (2009, p.95) “experience and evidence need to be discussed in dialogue together without privileging one over the other. Data do not always give us the answer”.

Creemos, igual que Bourdieu, que la investigación es práctica y que “sólo se aprende a hacer investigación investigando”. Por lo tanto nos lanzamos desde el contexto de un Trabajo Final de Máster, a poner en práctica los métodos, técnicas y herramientas aprendidas durante el curso. La perspectiva narrativa se convierte en el enfoque desde el que miramos, reflexionamos y representamos el proceso de investigación, como “frame of reference, a way of reflecting during the entire process, a research method and a mode for representing the research study.” (Moen, 2006:2)

Estando nuestros objetivos centrados en las experiencias del profesorado y en los fenómenos concretos del uso de las redes sociales en el aula, decidimos que no podemos alcanzar estos objetivos en una dimensión cuantitativa, sino a través de la observación directa, la observación participativa, las entrevistas en profundidad y el trabajo de campo, interactuando con la docente y conociendo a la comunidad de aprendizaje y los sujetos que la integran.

Además, pretendemos describir el desarrollo de una iniciativa concreta, de dónde surge, cómo ha sido su proceso de desarrollo, objetivos, sujetos involucrados, cómo se interrelacionan y especialmente desde el punto de vista del profesorado: esto es, a través de entrevistas desvelar sus pensamientos, creencias, perspectivas, ideas implícitas y explícitas, valores y motivaciones con respecto a la tecnología en general y al uso de las redes sociales en el aula en particular.

Por otro lado, desde la perspectiva cuantitativa proponemos un análisis de las métricas que arroja la plataforma de instagram atendiendo sobre todo a criterios de interacción del alumnado con la plataforma. Utilizaremos técnicas de observación directa y un análisis estadístico a partir utilizando aplicaciones específicas como SocialBakers, Metricool, entre otras.

El diseño de esta investigación es un proceso flexible: el concepto de flexibilidad alude a la posibilidad de advertir durante el proceso de investigación, situaciones nuevas e inesperadas vinculadas con el tema de estudio, que puedan implicar cambios en las preguntas de investigación o los propósitos. Queda muy marcada la etapa exploratoria de investigación y en general, se caracteriza por una actitud abierta, expectante y creativa del investigador cualitativo (Mendizábal, 2006, p. 70).

Por último, mencionar la investigación-acción: un tipo de investigación participante comprometida que procura unir la investigación a la acción o práctica, es decir, desarrollar el conocimiento y la comprensión como parte de la práctica. Es, por lo tanto, una manera de hacerse investigación en situaciones en que también se es una persona de la práctica y se desea mejorar la comprensión de ella. (Engel, 2000, p.182). No podríamos definir esta investigación como investigación-acción de manera ortodoxa pero sí nos gustaría mantener esas lentes puestas, como docentes inmersas en una realidad educativa que pretendemos a la vez observar y analizar a través de la investigación, para finalmente aportar a la mejora de la misma.

Temporalización y proceso de toma de datos

El contexto de toma de datos en el que desarrollaremos el proyecto es, como ya hemos dicho, el uso de Instagram durante el curso escolar 19/20 de la asignatura Escultura Efímera del ciclo de Escultura Aplicada al Espectáculo en una Escuela Superior de Arte de Madrid, con una docente y una investigadora utilizando la cuenta colectiva @esculturaefimera para la creación de un portafolio artístico digital.

Para abordar la metodología de diseño mixto se contemplaron diferentes fases: i) Fase I: responde a un enfoque etnográfico de estudio de campo; ii) Fase II: tiene un enfoque cuantitativo nutriéndose del estudio directo de la cuenta de Instagram y la interacción con sus seguidores; iii) Fase III: uso de técnicas cualitativas enfocadas en la docente, entrevistas en profundidad y iv); Fase IV: integración de los resultados obtenidos en forma de propuestas para la innovación en las aulas.

De una manera más personal y a modo de diario de campo, compartimos también en este apartado la estructura de la investigación desde la perspectiva de la docente en prácticas-investigadora, para ayudar a comprender mejor el desarrollo de este estudio.

- Septiembre 2019: la docente se incorpora al centro educativo por primera vez.
- Decide crear una cuenta de Instagram para uno de sus grupos, el correspondiente con la asignatura "Escultura Efímera", de primer curso del ciclo formativo Escultura Aplicada al Espectáculo. Comparte la contraseña con todo el grupo de alumnos.
- Creación de la cuenta de Instagram. Subida de los primeros posts y de los vídeos de Stories Destacados.
- Noviembre-Diciembre 2019. Baja la constancia de subida posts y el interés por la cuenta.

- Febrero 2020. Entrada en el campo de estudio de la investigadora, como profesora en prácticas. Propuesta de Takeover. Empiezo a colaborar con la cuenta “curando” contenidos del portafolio.
- Marzo 2020. Sube el número de post de la cuenta, y consecuentemente el número de seguidores.
- Abril-Mayo 2020. Entro en el grupo de WhatsApp de la clase. Propuesta de nuevas interacciones con la cuenta, con el objetivo de aumentar la conectividad y la colaboración. *¿Qué nos gustaría hacer con la cuenta?*
- Principios de Mayo 2020. Primera entrevista con la docente.
- Primera semana de Junio. Segunda entrevista con la docente. Encuesta a los estudiantes. Análisis de los datos recogidos. Reescritura y transformación en narrativa.
- Hacer públicas las conclusiones.
- Devolución a los implicados.

Variables e instrumentos

Los datos que surgen de la investigación, por tener carácter mixto, son heterogéneos y fueron rescatados tanto de entrevistas individuales como de observaciones directas, de la consulta de los datos arrojados por la propia plataforma de Instagram, estadísticas, notas del cuaderno de campo de la investigadora, etc. Las entrevistas fueron realizadas conforme a un sistema de categorías y subcategorías prefiguradas.

La codificación se ha realizado de manera manual, reuniendo y analizando todos los datos que se refieren a temas, ideas, conceptos, interpretaciones y proposiciones de nuestro campo de estudio. Finalmente hemos interpretado los datos de nuevo en el contexto en el que fueron recogidos, en el caso de las entrevistas, transformaremos la narrativa en información: este proceso se ha realizado de modo científico, es decir, de manera sistemática, objetiva, replicable, válida. Finalmente hemos intentado insertar los resultados en una teoría o teorías coherentes que los amparen. Transformando estos datos en resultados, intentaremos arrojar luz y abrir camino sobre nuestro tema de estudio: la innovación educativa a través de las redes sociales en educación artística, desde la perspectiva de los docentes.

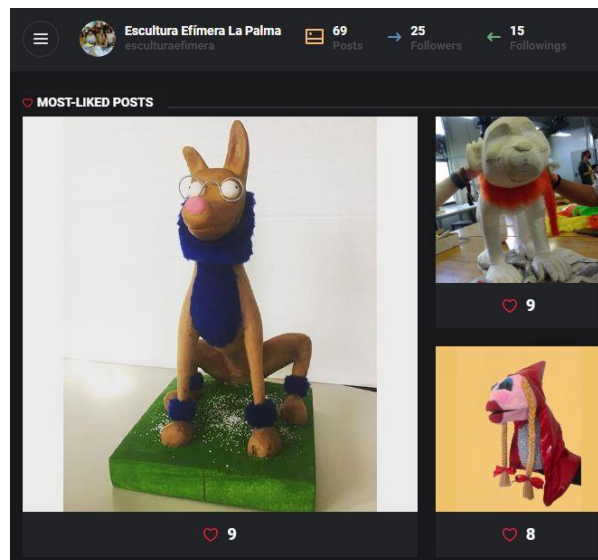
Hemos utilizado estos tipos de herramientas:

Cualitativas.

- Observación directa (participante y de manera virtual): Se presenta la oportunidad de formar parte en el grupo de WhatsApp después del fin abrupto de las clases post covid-19.
- Entrevistas en profundidad: con la docente (mujer, 54 años). Algunas de ellas surgidas ocasionalmente, mantenidas con la profesora, antes, durante la clase, en los pasillos, en guardias. Etc. Otras semi-estructuradas al término de la iniciativa/del curso.

Cuantitativas.

- Observación directa y consulta de los documentos existentes: datos recogidos de la propia aplicación Instagram. Comentarios, interacciones, likes, y otros usos.
- Análisis estadístico a través de instrumentos específicos: aplicaciones para producir estadísticas de Instagram: SocialBakers, Metricool.



Estadística de Instagram. "Most-liked post, post con más likes.

Limitaciones del estudio

Como parte de un ejercicio de transparencia y reflexividad, queremos compartir algunas de las que, a nuestro parecer, serían las limitaciones de este estudio. Empezando por el hecho de que se realiza dentro del marco de un Trabajo Final de Máster en el que la investigadora dedica un tiempo que compagina con una beca -exponiendo así la fragilidad de una generación precarizada, terminando por el contexto de crisis sanitaria y confinamiento que nos interrumpe en la mitad de la estancia de investigación y del prácticum en el campo de estudio.

Aunque la situación presente hace difícil la comunicación, nos parece coherente con una investigación que persigue exponer los beneficios del uso de redes sociales aplicadas a la educación, visibilizar que han sido precisamente estas redes las que han permitido que la comunicación entre la investigadora, la docente y el alumnado se mantenga activa.

Por otro lado, destacamos como otra limitación la imposibilidad de llevar a cabo este estudio de como un estudio de naturaleza comparativa, ni con otras aplicaciones o herramientas digitales ni hacia otros contextos formativos ni a otros grupos de alumnos.

Los resultados de este estudio se esperan por tanto más bien en forma de humildes aportaciones, a modo de abrir camino, por la reducida muestra de estudio y el limitado número de participantes. Sin embargo, no nos apenamos por estas circunstancias sino que entendemos, tanto la docente como la investigadora, que sigue siendo importante visibilizar estas experiencias y trasladar al resto del profesorado un mensaje de ánimo que podría ser éste: “¡Bienvenidas sean todas las ideas, experimentos y prototipos, que nos ayuden a innovar en educación artística!”

@esculturaefimera como caso de estudio

En este apartado tomamos como caso de estudio la cuenta de Instagram @esculturaefimera y proponemos un análisis cuantitativo de los datos que arroja el propio perfil. Nos hemos valido de la observación directa en la plataforma digital tanto en tu versión web como en la móvil, así como de otras herramientas y aplicaciones online especializadas en estadísticas de Instagram.

Nuestra propuesta de análisis podría presentarse como novedosa, pues nos atrevemos a tomar indicadores propios de otros mundos que no son la investigación educativa y mucho menos el ámbito artístico. Esto es, vamos a familiarizarnos con términos propios de áreas relacionadas con las redes sociales como podrían ser el marketing, la estrategia comercial o el branding. Una vez estudiados estos términos proponemos hacerlos propios y relacionarlos con el mundo educativo, estableciendo así pautas y pistas para los docentes que se adentran en esta nueva dimensión de su práctica pedagógica. Esto lo hacemos, en línea con otros autores (Meso, Pérez y Mendizábal, 2011) porque creemos que la creciente popularidad de las redes sociales no hace más que evidenciar la necesidad de incorporar su uso como plataforma para la docencia e investigar sus potencialidades al mundo académico y educativo. (p.144)

La primera sugerencia que hacemos, desde esta investigación, es visionar la cuenta de Instagram como si imitara la naturaleza de un grupo-clase, pero sin encontrarse constreñida por los muros del aula. De esta manera, los seguidores o *followers* podrían ser ya no sólo nuestro alumnado sino otros estudiantes del centro que acuden atraídos por la propuesta o interesados por el material que en este caso se está produciendo en otra especialidad artística, que no es en la que ellos se encuentran matriculados. Esta ruptura de la materialidad del aula sucede en Instagram y es uno de los aspectos más positivos de incorporarlo a nuestra práctica docente.

En esta línea, el primer análisis que realizaremos en @esculturaefimera es lo que en el lenguaje comercial se llama “métrica de audiencia”, y consiste observar cuántos seguidores tiene una cuenta, cómo es su audiencia en términos demográficos y geográficos, conocer quiénes son en Instagram, cuáles son sus intereses, y por último -uno de los aspectos más interesantes- si forman parte de la misma comunidad.



Al analizar estos datos, lo primero que tendremos es cuenta es, cuántos alumnos y alumnas forman parte del grupo original. En nuestro caso, la clase de primer curso de Escultura Efímera consta de 12 estudiantes, lo que nos hace preguntarnos de inmediato, ¿quiénes son los otros 13 seguidores de nuestra cuenta? Tras un análisis general de las cuentas que nos siguen podemos destacar los siguientes descubrimientos:

- Aunque nos siguen los alumnos y alumnas de la clase, éstos lo hacen no con sus perfiles personales, si no con sus perfiles profesionales (artísticos).
- La mayoría se describen en su perfil como estudiantes de la Escuela.
- Entre nuestros seguidores, encontramos compañeros de la Escuela tanto del mismo ciclo formativo como de otros. Hay alumnos de otros grupos de la misma docente, estudiantes del turno vespertino y otros que no tienen nada que ver con la docente.
- El rango de edad es tan variado como el estudiantado de la Escuela: entre los 17 y los 60 años de edad.

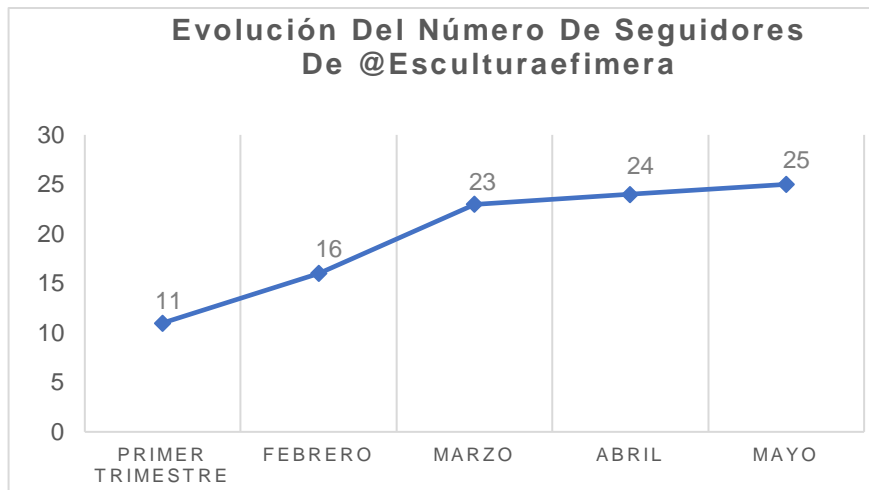
A día de hoy y como podemos comprobar, la cuenta de instagram @esculturaefimera no es sólo una cuenta de un grupo-clase específico, si no que es un espacio abierto donde los y las alumnas comparten su trabajo y otros compañeros de la Escuela con los que pueden o no tener relación les siguen. Las razones de esta interacción serían interesantes para posteriores investigaciones centradas en la perspectiva de los estudiantes: indagar por qué se siguen, qué les interesa del portafolio de una determinada clase, qué les aporta a nivel educativo o personal...

Por otro lado y siguiendo esta interesante idea sobre cómo una cuenta de instagram es capaz de abrir la fisicalidad de la clase y crear comunidades dentro de la misma Escuela, queremos proponer también otro análisis muy común en marketing: el ratio de crecimiento de followers. Esto no es otra cosa que un estudio que determina cuántos seguidores hemos ganado a lo largo del tiempo y por qué, analizar qué hemos hecho bien, qué les ha interesado y cómo nos han conocido.

Pretendemos visualizar la comunidad que se ha creado gracias a las publicaciones "comisariadas" y todo el contenido que hemos compartido (69 publicaciones en total). En el mes de febrero me inserto, como profesora en prácticas, en el campo de estudio y la docente comparte la iniciativa de Instagram conmigo. Me propone un papel como dinamizadora de la cuenta mientras dure mi periodo formativo colaborando con ella, seleccionando juntas las fotografías que mejor representan el proceso de creación, el ambiente de la clase y los resultados finales. En total, 59 publicaciones nuevas que aportan dos ejercicios más realizados en el aula, puesto que en la cuenta ya estaba publicado el proyecto de maquetas de escenografía del primer trimestre.

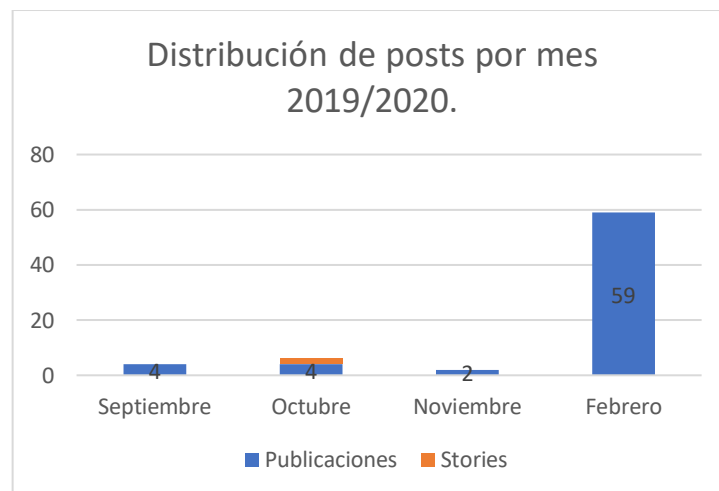
Para analizar el ratio crecimiento de seguidores, sus causas y consecuencias, hemos recurrido tanto a observaciones directas como al uso de herramientas específicas on-line dedicadas a la producción de estadísticas en redes sociales. La amplia oferta de apps existente nos hace reflexionar sobre la riqueza que suponen este tipo de datos para las empresas y el valor en alza que estos tienen. Así mismo, y no de una manera promovida por el interés económico sino con el afán de conocer a nuestro alumnado, los docentes que utilizan redes sociales deben comprometerse con un proceso que aun tedioso, puede resultar revelador: la minería de datos.

Para este análisis hemos presentado dos estrategias muy sencillas que cualquier docente puede realizar sin invertir una gran cantidad de tiempo. Por un lado, proponemos un seguimiento mes a mes del número de seguidores. Nosotros lo realizamos con la herramienta SocialBakers y lo hemos presentado con un gráfico sencillo realizado en Excel.



Evolución del número de "followers" de la cuenta de Instagram docente. (Elaboración propia)

Por el momento lo que confirman estos datos es una subida constante de los seguidores a partir del mes de febrero, coincidente con el momento en el que la docente y la practicante realizamos un proceso curatorial muy pensado y planeado para activar nuevas visualidades de la cuenta de Instagram. Para apoyar estos datos, hemos realizado también un gráfico que expone el número de publicaciones por mes.



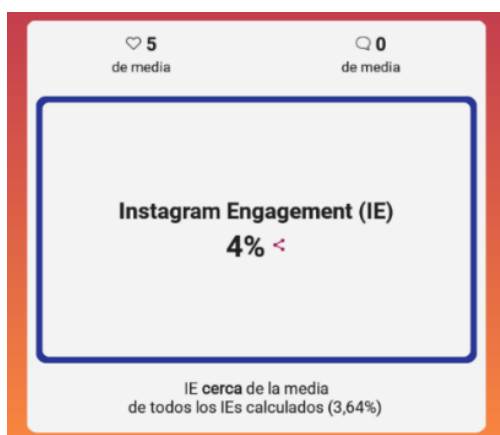
Post per month- Publicaciones por mes. Elaboración propia, a través de la app de estadísticas de Instagram y otras RRSS "SocialBakers"

Se constata que a partir de estas nuevas publicaciones nuestra comunidad se hace más grande y activa, manteniendo y subiendo el número de "likes", y recibiendo compañeros de la escuela tanto del mismo ciclo formativo como de otros, alumnos de otros grupos de la docente, incluso compañeros de otros turnos como el vespertino.

¿Qué aprendizajes podríamos extraer de estos datos? Partiendo de la observación participante realizada en el campo de estudio durante el tiempo de prácticas, nuestras

notas de campo, las conversaciones informales con los y las alumnas, nos permitimos esbozar una serie de hipótesis que podrían explicar este aumento y fidelización de nuestra comunidad.

- **Se corre la voz, tanto de forma física como on-line.** La cuenta de instagram no para de sugerirnos otros estudiantes que podemos conocer que también estudian en la Escuela, lo que promueve que los alumnos nos siguen tanto desde sus cuentas personales como profesionales. Nuestra repentina actividad hace que el posicionamiento de la propia aplicación y los algoritmos nos coloquen de forma constante en el feed de los alumnos. En la Escuela, los alumnos de unos ciclos le cuentan a otros la existencia de este perfil. Por otro lado la docente comparte esta iniciativa con el resto de los grupos a los que imparte clase y éstos deciden seguirnos.
- **Más contenido= más interacción= más engagement.** Como explica la *bloggera* Carlota Galván (<https://www.carlotagalvan.com/gamgaga-calcula-engagement-instagram/>) “Tener muchos seguidores que pasan de ti y de lo que publicas es mucho peor que tener pocos seguidores que te adoran y demuestran que hacen caso a lo que dices.” En este sentido, nuestro compromiso con ofrecer nuevo y constante contenido de calidad y muy pensado, aumenta el porcentaje de los seguidores que interactúa con las publicaciones, y la media de interacciones que la cuenta consigue en general. Por ejemplo, los vídeos que publicamos tuvieron todos una media de 25 reproducciones, aunque las fotografías mantuvieron una media de likes de 5.



Análisis del engagement de la cuenta, realizado con la herramienta GamGage. lo que realmente es útil de esta aplicación es que te ayuda a descubrir el nivel de compromiso de tus seguidores a través de un algoritmo que calcula los números de tu cuenta, como likes, comentarios, seguidores, etc., y los mesura para obtener el Instagram Engagement (IE).

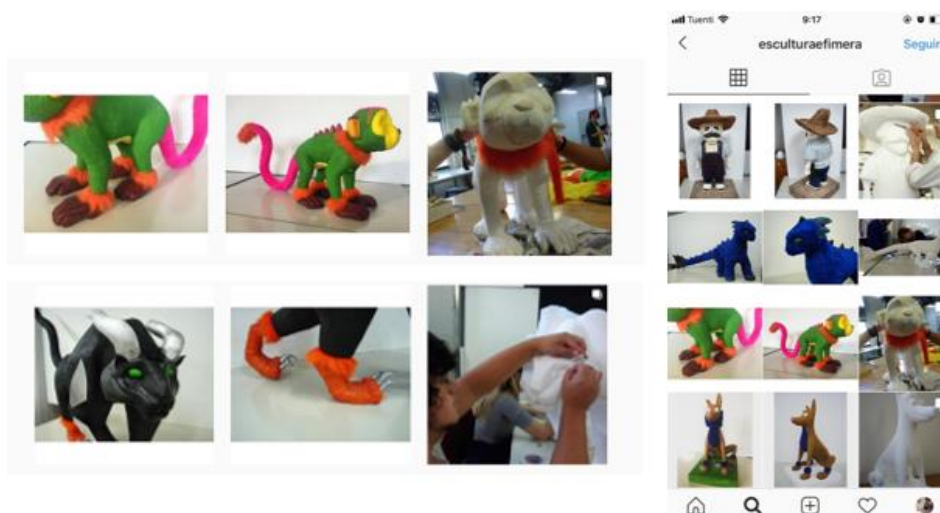
- **El aumento de seguidores podría estar relacionado con un proceso de “curaduría” o “comisariado” de la cuenta.** Nos vamos a permitir aquí insertar un término clásico del mundo artístico: el comisariado de exposiciones. La labor de un comisario es la investigación y el desarrollo de un concepto expositivo, elaborando propuestas de colecciones a exponer, adaptado al espacio físico o virtual donde tendrá lugar. Nos

permitimos en esta investigación elaborar un símil entre el manager de redes sociales y un comisario artístico. Nuestra labor al darle este giro a la cuenta fue proponer una forma atractiva de mostrar las producciones artísticas del alumnado, entendidas como proceso y como producto final. Realizando una investigación sobre la dinámica de Instagram, nos dimos cuenta de que muchas cuentas exitosas se ajustan a un modelo estético que marca sus imágenes, la composición de imágenes, y la organización y presentación de las mismas.

Eso fue lo que nos propusimos conseguir en febrero, cuando la docente y yo programamos este segundo empujón a la cuenta, compartiendo los nuevos trabajos realizados por el alumnado durante el segundo trimestre. Juntas realizamos una pequeña indagación, preguntando y contrastando con otros agentes e inspirándonos en otras cuentas de Instagram. Por ejemplo, nos enteramos de que es muy común organizar publicaciones en conjuntos de 3, 6 o 9 para crear uniformidad visual. Las cuentas que presentan un programa de contenido cuidadosamente seleccionado suelen experimentar aumento de seguidores y la fidelización de éstos. Al ser una cuenta de Instagram artístico, como artistas y docentes pensamos que llevar a cabo una estrategia de comisariado visual de este tipo sería interesante y repercutiría en la calidad nuestro portafolio.

Es por esta razón que llevamos a cabo varias estrategias para aportar dinamismo y sorprender a los seguidores. Para presentar cada trabajo, se optó por una estrategia diferente.

- 1) Bloques de 3 fotografías para exponer procesos y resultados. Fue el caso del trabajo de figuras de escenografía efímeras. Para cada producto final, mostramos una foto final de la pieza, un plano detalle y finalmente un conjunto de fotografías del proceso.



@esculturaefimera: ejercicio de corpóreos imaginarios. Febrero de 2020.

2) Bloques de 9 fotografías de productos finales. Con fondo en tonos pastel. Una de las estrategias recomendadas por los profesionales en marketing es el uso de una paleta de colores que defina la “marca” y la sencillez en la elección de fondos. El ejercicio de marionetas o “muppets” nos parecía el ideal para experimentar con esta estrategia ya que así nos podíamos deshacer de los fondos ruidosos presentes en la clase o alejarnos de la típica pared blanca o corcho blanco, y jugar con fondos en tonos desaturados que estuvieran a su vez, presentes en la propia marioneta. Esta estrategia es muy común en las cuentas de Instagram de tiendas online productos para presentar sus productos, pero no también en otros perfiles, para crear una sensación de armonía visual cuando el usuario mire su perfil.

Producir estas imágenes es, además, mucho más sencillo de lo que parece. Cualquier docente de arte (y de otras áreas también) puede hacerlo, valiéndose del programa gratuito GIMP. Se trata de seleccionar el objeto con la herramienta de varita mágica en tan sólo un clic, seleccionar con el cuentagotas el color que se quiera dentro de la marioneta y volcarlo con el cubo de color el el fondo que queremos sustituir.



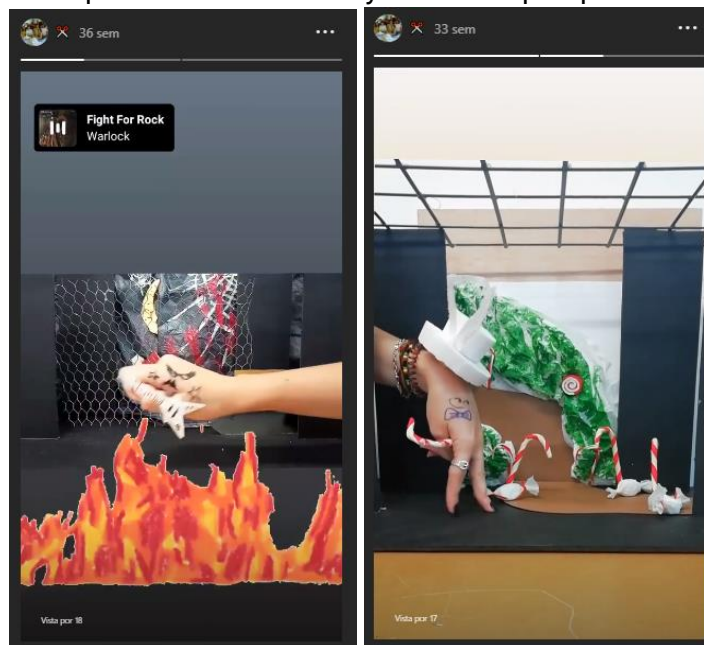
@esculturaefimera. Ejercicio de muppets. Diciembre-enero 2020.

Aportación del alumnado: *Instagram Stories*. Las Instagram Stories son un feed secundario al de las fotos, dónde el contenido permanece presente durante 24 horas. Si se quiere guardar ese contenido, se tiene que archivar en un icono específico pero si no, desaparece para siempre sin forma de recuperarlo. Esta nueva faceta de Instagram se incorporó a la plataforma en 2016 en una estrategia para competir contra la app Snapchat.

Es una herramienta muy usada por los “instagramers” más jóvenes y especialmente por los adolescentes. Por esta razón, ni la docente ni yo estábamos familiarizadas con su funcionamiento.

Instagram Stories permite guardar vídeos en su formato original y de una manera dinámica (añadiendo GIFS, música, iconos y filtros) y presentándolos en el perfil de manera destacada justo debajo de la descripción de la cuenta.

Los alumnos y alumnas fueron los que introdujeron esta interesante manera de compartir el primer ejercicio de maquetas de escenografía. Esta acción es especialmente relevante para nuestra investigación porque refleja la capacidad de análisis y reflexión por parte del alumnado sobre los propios ejercicios a la hora de presentarlos de forma online. Al tratarse de una escenografía los alumnos grabaron vídeos interactuando con ellas con sus propias manos: añadirle detalles y música era justo la forma idónea para completar la presentación del ejercicio, y es la razón por la que eligieron compartirlo a través de Stories y no como una publicación normal.



Ejemplos de Stories de Instagram de los alumnos.

En definitiva, cada ejercicio propuesto en una clase de arte puede encontrar diferentes maneras de presentarse en este portafolio que pretende ser Instagram. Queda en la mano de los docentes y de los alumnos explorar todas sus posibilidades juntos, y tomar decisiones que conviertan al grupo-clase en los comisarios de “su propia exposición”.

Sin embargo, esta visión puede parecer demasiado *naive* para el contexto de la educación. El profesorado lleva años denunciando falta de tiempo para investigar y llevar a cabo proyectos al margen del currículo escolar. Al fin y al cabo, no se nos puede escapar que esta investigación comienza con una docente que emprende una iniciativa digital y se ve desbordada por la cantidad de interacción que ésta le demanda, pidiéndome a mí, la docente en prácticas, que le sirva como apoyo. En este punto no nos queda otra que afirmar que los docentes, al igual que los artistas, ya no sólo son sólo docentes o creadores, sino que acaban teniendo que manejarse entre multitud de perfiles profesionales -entre ellos el de “community manager”- cuando deciden comenzar proyectos relacionados con las redes sociales.

Esta conclusión es muy parecida a la que otros investigadores llegaron en iniciativas muy parecidas a la nuestra. Por ejemplo, los docentes del proyecto Everybody Phones Out que mencionábamos en capítulos anteriores hacían una reflexión similar: “estas iniciativas se beneficiarían de la consulta de profesionales de relaciones públicas o marketing digital. Sin duda, esta es una observación algo preocupante, especialmente teniendo en cuenta los múltiples “sombrosos” que ya tienen los docentes en educación superior”. (Burns, et. Al, 2016, p.90) Otros fallos que encontramos son, por ejemplo, no explorar las posibilidades del etiquetado y los hashtags. Siguiendo las recomendaciones los autores arriba mencionados, los cuales apuntaban que “tutors should become adept with the use of #s and @s, recognising their value in strategically targeting students with information and important research resources”. (p.91)

Principales aportaciones para la innovación en el aula: la perspectiva docente

En este apartado pasamos a analizar de manera narrativa, los datos cualitativos recabados durante esta investigación, que provienen tanto de entrevistas semi-estructuradas como de la observación directa en el aula y anotaciones en el cuaderno de campo. Estas últimas, casi siempre han derivado de conversaciones informales en horas muertas, guardias y otros marcos temporales como las comidas o meriendas que enmarcan esta investigación en un contexto más allá de la extracción de datos o de una relación jerárquica entre el investigador y el informante. Lo que caracteriza este espacio de investigación ha sido el compañerismo y una perspectiva de la innovación educativa similar, que nos ha permitido perfilarnos a las dos como docentes y artistas que aprenden. Como objetivo último, hemos compartido siempre una visión de la mejora de la práctica educativa a través de la autogestión, la autocrítica y la reflexión; como apuntaba Stenhouse (1983): fortaleciendo nuestro criterio para perfeccionar nuestra propia práctica.

En este apartado nos centramos, desde una perspectiva narrativa, en acompañar los relatos de vida de la docente para rescatar de los mismos ciertas categorías generales que merece la pena apuntar como aportes para la innovación en las aulas. Recorreremos el camino de la docente desde el curso 2017/2018 hasta la actualidad siguiendo el hilo de la iniciativa docente que puso en marcha primero en la Escuela de Arte de Toledo y en La Palma después.

Nos encontramos con un perfil de docente que quiere estar actualizado y sobre todo formar parte del mundo que le rodea a ella y sus alumnos -generalmente población joven-, estudiantes de arte que en su gran mayoría tienen un perfil de Instagram artístico. También

nos interesa destacar el perfil de las Escuelas de Arte: un espacio único a medio camino entre el Bachillerato Artístico y la Facultad de Bellas Artes (ni uno ni otro, sino todo a la vez). Dentro de este contexto encontramos estudiantes con alta motivación buscando unos estudios especializados, y que entran con el objetivo de profesionalizarse. Entre el alumnado, como ya hemos compartido en otros capítulos, es muy común tener dos perfiles de Instagram, uno personal y otro artístico. Las Escuelas de Arte también suelen estar en Instagram, si bien cada una a su manera como iremos viendo más adelante, pero existe esa conexión previa entre el Instagram de la escuela y el de los alumnos que le siguen.

Bloque I

Apuntes biográficos: relaciones docentes con Instagram

Hay parte del profesorado que se muestra incómodo con tener que armonizar su “analfabetismo tecnológico” con la función básica de alfabetizar que la sociedad le asigna. La mayoría, sin embargo, parece aceptar que la integración de las redes sociales en la enseñanza es una exigencia social y económica de nuestro tiempo y que, aunque no haya sido precisamente una demanda de la mayoría de los docentes es necesario acercar las aulas a la sociedad. (Meso, 2011, p.143)

Sandra G. lleva 20 años enseñando en diferentes Escuelas de Arte de Castilla La-Mancha. Es escultora con más de 30 años de carrera, con exposiciones colectivas e individuales a sus espaldas y ha tenido relaciones profesionales con varias galerías de arte. Considera su obra como contemporánea y experimenta con distintos materiales: madera, papel, textil... Proponiendo piezas sorprendentes que juegan con las texturas y rompen las concepciones de la talla y el volumen tradicional.

En el curso académico 2018-2019 se encuentra en la Escuela de Arte de Toledo, dando clases de Volumen en Bachillerato Artístico. Observa el contexto que le rodea, son chavales jóvenes que utilizan la red social basada en imágenes Instagram para compartir sus dibujos y fotografías.

Decide abrirse una cuenta personal donde va volcando imágenes para mostrar al mundo lo que haces. Poco después se le ocurre abrir un perfil para el grupo, para mostrar los trabajos que van haciendo: ellos están deseando subir todo a Instagram, no apenas que decir nada. En cuando anuncia que tienen una cuenta, ellos mismos empiezan a subir todo. Como le parece que va saliendo bien, amplía el proyecto a otros tres profesores, y tanto los profesores como

los alumnos le van mandando a ella las imágenes y las va cargando en la página. Además de docente, se ha convertido en la community manager del aula.

Un profundo cambio generacional, al menos en relación con el entorno tecnológico, se ha producido en las aulas con la llegada de los llamados “nativos digitales” (Prensky, 2001 y 2006). Los estudiantes son ahora expertos en tecnología y no sólo esperan el uso de las redes sociales en las aulas, sino que además lo buscan y responden positivamente ante estas nuevas experiencias. En este nuevo contexto, se hace evidente la necesidad de que los docentes no sólo utilicen estas herramientas, sino que aprendan a usarlas correctamente para poder innovar con ellas y convertirse en expertos, como los estudiantes a los que enseñan.

Sabemos por estudios en entornos universitarios desarrollados en nuestro país (TALIS, 2018) que para el profesorado es importante formarse en Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Estudios como los de Acosta (2018) confirmaban que los docentes ven Instagram como una herramienta pedagógica y sostienen que esta red social es muy importante en la vida de las y los jóvenes. No obstante, son pocos los que dicen utilizar Instagram en su vida profesional de algún modo, bien como herramienta pedagógica o trabajando con el alumnado el uso de las redes sociales.

Los resultados coincidían con la Encuesta Internacional sobre Docencia y Aprendizaje, el informe TALIS de la OCDE, que recoge que la formación en TIC es la segunda necesidad docente de desarrollo profesional. Por otro lado, el mismo estudio puso de manifiesto que la óptima utilización de las TIC en el aula de los centros españoles depende fundamentalmente de la formación del profesorado en TIC, de su colaboración con otros docentes, de su autoeficacia, de sus convicciones sobre la enseñanza y de la disponibilidad de software educativo en el centro escolar, aunque esta con menor influencia (Gil-Flores, et al., 2017).

A veces me aburre, no acabo de cogerle el gusto. Sé que tengo que hacerlo y lo hago, porque es necesario visibilizar el trabajo, el trabajo de la escuela, de los alumnos, el trabajo personal. Sacarlo a la luz y que se vea es muy necesario. Cada vez me cuesta menos, pero no ha sido fácil.

En el caso de Sandra, el hecho de no haber recibido formación alguna en la materia no supone un problema en esta etapa, pues su objetivo principal al abrir la cuenta de escultura de la Escuela de Toledo es la visibilidad de los trabajos de sus alumnos en el propio centro y en sus redes, algo fácil de conseguir. La Escuela también tiene un papel muy activo en

Instagram, lo que provoca que en seguida la escuela siga a la clase y ellos siguen a la escuela.



En el curso 2019-2020 sucede algo inesperado. La docente debe cambiar de destino a otra Comunidad Autónoma y empieza a dar clases en la Escuela de Arte de La Palma, en Madrid. La Palma es una escuela de escultura con un carácter muy académico. Sus redes sociales llevan paralizadas desde 2018. Sin embargo, la docente está tiene la intención de seguir experimentando con Instagram de una forma similar a la del curso anterior en Toledo. De las tres asignaturas que va a impartir decide hacerlo con la clase de Escultura Efímera porque de todas ellas, es en ésta en la que los tiempos de trabajo son más cortos y por tanto da tiempo a mostrar más trabajos.

Bloque II

Aplicaciones didácticas de la plataforma. Portafolios y otras ideas.

Como ya compartieron otros profesores de educación superior que han usado herramientas 2.0 en las aulas de educación artística, el uso de blogs y redes sociales “es útil para seguimiento del proceso de trabajo de los alumnos y exposición de resultados y reflexiones sobre la propia práctica artística.” (Abad 2010, p.255)

En esta misma línea, la docente asegura que tener un Instagram de la clase visibiliza el trabajo de los demás y facilita ver los trabajos “a nivel de grupo”, convirtiendo la producción del aula tanto grupal como individual en un proceso transparente. Para los docentes, puede resultar útil para llevar un seguimiento de los progresos de los estudiantes:

“Puedes ver fácilmente por donde va tirando cada uno, en qué dirección va uno, qué aporta otro, cómo le han quedado las luces a este. Se interactúa mucho más con los trabajos.”

Al hablar sobre los aspectos pedagógicos de la enseñanza artística que, en su opinión, pueden verse reforzados mediante el uso de Instagram como portafolio, la docente menciona dos. El primero podría ser la reflexión sobre las piezas creadas al fotografiarlas a

propósito para el dossier. Al ejemplificar esto, elige el trabajo de marionetas (muppets) y describe cómo el simple hecho de tener que racionalizar la pose, la luz, el encuadre del objeto para la fotografía es un proceso de aprendizaje para el alumnado. Además de esto, destaca el hecho de hacerlo de manera cooperativa gracias a la cuenta grupal en la plataforma.

Pero cuando les buscas un ángulo, movimiento, vídeo, entonces ahí tiene más desarrollo el trabajo, le buscas el mejor punto de vista, expresión, un gesto. Esto lo hace un alumno y el resto puede aportar, creo que nos puede aportar bastante. Sobre todo, la parte de los bocetos tridimensionales, de espacio. En ese sentido nos va a ayudar bastante.

Por otro lado, docente sigue valorando la visibilidad que proporciona la plataforma dentro de la escuela y menciona específicamente los estudios artísticos profesionales como los grandes beneficiados por la experiencia en Instagram.

Además, que da visibilidad. Ellos asocian sus cuentas a la de la clase, desde ahí muestran trabajos a los demás, creo que funciona muy bien, sobre todo en unos estudios tan prácticos como los nuestros.

En palabras de Santamaría: "Pensamientos, sentimientos, interacciones con otros y nuevos datos e información pueden verse como tales. La agregación de estos nodos da como resultado una red." (2008, p.4) Y la docente aún va más allá en este aspecto, proponiendo una red de redes dentro de la propia escuela:

Creo que lo ideal sería que cada asignatura del centro tuviera su propio Instagram, sería una buena manera de visualizarlo todo.

El portafolio artístico profesional puede mejorar usando Instagram

La docente considera que Instagram es una herramienta que permite mejorar el portafolio artístico tradicional por dos razones. La primera de ellas sería la interactividad: destaca que a raíz de la data que se recoge a través de los "me gustas" y los comentarios de su comunidad de seguidores puede establecer las obras que gustan más y menos, incluso aunque ello no concuerde con su propio criterio.

"Me ha sorprendido que obras que yo tengo como "secundarias" resulta que llaman la atención. Al final no es que te vendas a lo que más gusta porque terminas haciendo lo que tú crees, pero puedes usar esos datos para incorporar elementos de unas piezas o de otras para ver qué impacta más, siempre que coincida con tu propia creatividad.

Se deja entrever que puede suponer un problema de “integridad” con la obra personal, en la que el artista se debate entre lo que hace porque le gusta y lo que los espectadores valoran y demandan.

El portafolio, tal cual lo entiende la docente tiene estas características (extraídas de Doval, 2005).

- Información relevante: perfil de los aprendices, del tutor, del contexto de la escuela, del grupo clase concreto.
- Posibilidad de almacenar trabajos producidos, borradores, intentos fallidos.
- Visualizar de modo gráfico y claro los procesos y actividades llevados a cabo
- Almacenamiento de historiales que permiten la trazabilidad de los productos finales

En palabras de la docente, el portafolio artístico en Instagram sustituiría a los antiguos portafolios en papel. Además, le añade otra característica, en sus propias palabras: la “fiabilidad”.

El portafolio de Instagram es más fiable porque ves una cronología, puedes ver el proceso, el cómo se hizo, puedes añadir muchos más datos.

Lo que quisimos conseguir cuando yo me introduzco en el campo de estudio y la docente me propone participar de la iniciativa de Instagram y lanzamos una nueva propuesta a los estudiantes (características también extraídas de Doval, 2005). Es lo que quiere proponer la docente para el futuro.

- Añadir reflexiones y comentarios a los trabajos almacenados
- Gestionar procesos de tutorización compartida
- Aprender en entornos sociales visuales

Una idea de actividad: bocetos de escenografía

“En el primer trimestre, planteé un trabajo que estaba exclusivamente pensado para hacerlo desde Instagram, el de bocetos de escenografía.”

La iniciativa docente que estamos estudiando en esta investigación tiene lugar durante el curso 2019/2020 en la Escuela de Arte La Palma. Creada en septiembre, la plataforma @esculturaefimera queda inaugurada volcando los resultados del primero proyecto: “Bocetos de escenografía”. La actividad consistió en que los alumnos hicieron de manera individual varios bocetos de escenografías con distintos materiales y subieron a Instagram los que les parecían más interesantes, siendo la maqueta subida a Instagram la que contaba para la nota final del trabajo.

En palabras de la docente, “ellos lo que me mostraban era el resultado directamente en Instagram. En el aula trabajábamos las maquetas y las posibilidades con diferentes materiales y luego ellos decidían cuál de todos subían a Instagram”.

Es por eso por lo que, además, de esta actividad existen vídeos en los que aparecen sus propias manos en formato *Instagram Stories*, puesto que algunos estudiantes decidieron subir un vídeo interactuando con la maqueta en lugar de subir una foto.

Como algunos autores han expuesto, este tipo de actividades en las que se fomenta la toma de decisiones, podrían constituir un primer acercamiento a lo que se considera entornos personalizados de aprendizaje: “having the freedom to select the pictures which they are familiar and comfortable with indicates that Instagram creates a personalized, learnercentered, and situated learning environment for learners” (Kim and Kwon, 2012). En otras palabras, Instagram ayudó a crear una experiencia de aprendizaje más personalizada para los estudiantes, que Romrell, Kidder y Wood (2014) creen que es un elemento vital para el éxito del mLearning.

Sin embargo, este tipo de actividades en las que no existen unos requisitos mínimos o exigencias más allá de subir fotografías libremente puede resultar en que el alumnado no explore todas las posibilidades didácticas de la plataforma que como docentes queríamos. Por ejemplo, en el curso de este proyecto se observó que los alumnos no agregaron subtítulos ni texto por su cuenta porque no se les exigió hacerlo. Tampoco exploraron las posibilidades del etiquetado, la geolocalización o el uso de hashtags. Algunos autores apuntan que esto podría deberse a que los jóvenes normalmente no utilizan textos en la mayoría de sus fotos personales.

En consecuencia, puede ser útil aclarar a los alumnos cuáles son los aspectos del uso de la red que se recomiendan y se fomentan, más allá de simplemente subir y volcar las imágenes en la plataforma. Para la docente, la iniciativa estará completa y será totalmente satisfactoria para ella cuando los alumnos interactúen en la plataforma, más allá de otorgar “me gustas”.

Independientemente de todas estas observaciones, podemos afirmar que este prototipo de actividad tuvo resultados satisfactorios para ambas partes, porque estaba programado repetirla con la actividad de “bocetos de escaparatismo” en la que estaban inmersos antes de la interrupción del curso debido al covid-19, pero por la situación de confinamiento no pudo llevarse a cabo.

La continuidad es la clave: una mirada del proyecto a largo plazo

Como ya hemos comentado previamente, la docente eligió el grupo de escultura efímera entre todos sus grupos para iniciar la cuenta de Instagram por varios motivos. Además de por la relativamente corta duración de los proyectos propuestos, también especifica que elige este grupo para desarrollar su iniciativa porque sabe que es el único con el que va a tener continuidad en los próximos cursos.

A los de técnicas escultóricas solo les doy clase este curso, por eso prefería que esos trabajos de escultura los volcáramos en el Instagram de la escuela.

Establecemos por tanto la continuidad como elemento clave. El docente que impulsa un proyecto con redes sociales ha de incorporar una visión a largo plazo puesto que las condiciones de trabajo y el aprendizaje de la propia plataforma, así como la respuesta de los alumnos requieren cursos completos de experimentación, ensayo y error. La profesora confiesa, al ser entrevistada, que estructuró su proyecto docente con Instagram a tres años vista:

Me gustó la experiencia del año anterior (refiriéndose al curso en Toledo), este año he añadido algunas cosas más, y si mantengo la misma actitud con respecto a las redes creo que se puede mejorar el curso que viene.

Como vemos, es fundamental esta actitud flexible por parte del profesorado, dispuesto a modificar su rol dejando al alumnado la opción de generar los nuevos contenidos de aprendizaje y centrando su trabajo en el desarrollo de espacios adecuados para que se lleven a cabo los aprendizajes colaborativos. (Meso, Pérez y Mendiguren, 2011, p.141)

Cuestionada sobre sus ideas de cara al curso siguiente, comenta que en el próximo año seguirá utilizando esta herramienta y esboza nuevas estrategias, consciente de que son iniciativas cuyos resultados visibles adquieren nuevos significados a largo plazo:

Este año ha sido como un intento y el año que viene quiero utilizarlo más como herramienta. Lo conectaré seguiré conectando con la programación y lo desarrollaremos de forma más colectiva. La idea es que año tras año se vaya acumulando el proceso, y se vea una progresión del desarrollo.

Bloque III

Tecnología en escuelas de arte

Lo de dentro impregna lo de fuera: aprendizajes de ida y vuelta

En el caso de nuestra docente, una característica muy importante de su relación con la plataforma Instagram es la dinámica de aprendizaje. Al tratarse de aprendizaje totalmente autodidacta, su manejo de su cuenta personal está constantemente influenciado por lo que sucede en la cuenta de la clase. Como especifica durante las entrevistas: “Lo que he aprendido en uno lo he aplicado al otro.” Su motivación por actualizar su perfil artístico ha ido a la par con la motivación por actualizar el perfil del grupo. Y así lo explicitaba: “cuando empiece el Instagram del curso seguramente me animaré a seguir con el mío.”

Esta dependencia del éxito de una iniciativa pública, que condiciona su motivación para desarrollar la iniciativa privada, podría explicarse por el hecho de que la docente encaja con el perfil de lo que algunos han venido a llamar “Inmigrantes digitales”: que han nacido y crecido en el contexto de una sociedad marcada por la impronta de las Nuevas Tecnologías, pero no acaban de comprender el sentido de estas hasta que no las utilizan. Preguntada al respecto, la docente dejaba ver lo débil que en algunos momentos es su motivación con respecto a la plataforma.

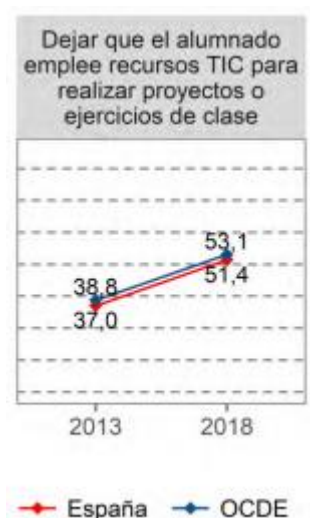
A priori no apetece, pero luego cuando ves que tienes un seguidor nuevo, un me gusta, etc. porque a primera vista parece que no sirve de nada que estas echando horas, recortando, decidiendo que imágenes poner, pero para nada, porque lo vuelcas ahí y no recibes nada inmediato. A priori parece que es muy abstracto, que ahí se queda y piensas que para eso lo tienes en un disco duro (las imágenes). Luego con el tiempo vas viendo que te van siguiendo, que hay movimiento, y eso te anima.

El estudio TALIS 2018 puso de manifiesto que la óptima utilización de las TIC en el aula de los centros españoles depende fundamentalmente de la formación del profesorado en TIC, de su colaboración con otros docentes, de su autoeficacia, de sus convicciones sobre la enseñanza y de la disponibilidad de software educativo en el centro escolar, aunque esta con menor influencia (Gil-Flores, et al., 2017).

A veces me aburre, no acabo de cogerle el gusto. Sé que tengo que hacerlo y lo hago, porque es necesario visibilizar el trabajo, el trabajo de la escuela, de los alumnos, el trabajo personal. Sacarlo a la luz y que se vea es muy necesario. Cada vez me cuesta menos, pero no ha sido fácil.

Perfil de la competencia digital docente: la necesidad de formación continua

Uno de los datos que arrojó el estudio TALIS del año 2018 fue la clara tendencia al alza de la incorporación de los recursos TIC para realizar proyectos o ejercicios de clase entre el profesorado. Sin embargo, solo el 38 % de los docentes españoles afirma que ha recibido formación sobre el uso de las nuevas tecnologías (TIC) aplicadas en la enseñanza, mientras que la media de los países de la OCDE es del 56 %.



En la entrevista, la docente afirma que al incorporarse este curso al centro pidió un curso sobre en redes sociales, probablemente influenciada por la experiencia educativa del año anterior. En sus propias palabras: “se da por hecho que todo el mundo lo sabe, pero la realidad es que no tenemos conocimiento sobre redes.” Entre las dificultades que encuentran los profesores para realizar la correcta integración de las TIC en su práctica docente estarían, según García y Bringué, 2009:

- La baja formación (el 78,2% de los profesores así lo declara).
- La falta de tiempo para formarse (el 72,3% de los docentes observa este impedimento).

En el caso de nuestra docente, ella define su aprendizaje como completamente informal, habiendo aprendido mayoritariamente de sus alumnos y otras personas jóvenes con las que ha coincidido en las aulas, incluyendo a los estudiantes en prácticas.

Mis alumnos en general todos tienen un control de Instagram increíble, para ellos no es nada didáctico, al contrario, son ellos los que me enseñan a mí.

Ayuda dibujar un perfil de docente de mediana edad cuya formación académica ha sido completamente analógica, incluyendo la entrega de trabajos y dossiers a máquina. La docente agregaba al ser entrevistada estas opiniones sobre los docentes de su generación, y arroja una útil descripción de su percepción de competencia digital, que describe como “en el límite”.

Teniendo esto en cuenta, considero que se nos pide mucho a nivel tecnológico. Hay quien está más avanzando y quien menos, yo estoy en el límite.

Entre otros inconvenientes, la docente también anota la rápida evolución de las tendencias en redes sociales la cual juega, a su juicio, en contra de los docentes que aun teniendo poca competencia digital, deciden embarcarse en la utilización de estas herramientas.

La gente de mi edad hemos llegado hasta Facebook. A Instagram no le hemos terminado de “coger el truquillo”. Yo he ido tanteando, probando, preguntando, dando la lata a gente como tú (refiriéndose a la propia investigadora) cómo se hace esto, lo otro, es ir probando, ver resultados.

Sabiéndose desbordados por la fugacidad de las redes y el poco apoyo que desde las instituciones responsables de su formación reciben, muchos docentes se sienten fuera de lugar en esta tarea de innovación tecnológica y opinan que las redes sociales en los centros deberían ser manejadas por una persona especializada en estos temas.

Tengo compañeros que directamente se niegan, no quieren saber nada, creen que se debe contratar a una persona para eso. Mi generación no entra en esta nueva fase.

Una comparativa de la tecnología en las escuelas

Sin embargo, la docente apunta a las diferencias entre los distintos centros de educación artística profesional. A su juicio, se nota que las escuelas que tienen entre su oferta educativa las áreas de Diseño, Diseño Gráfico y aplicaciones informáticas, tienen menos problemas a la hora de manejar su presencia en redes sociales.

Refiriéndose a su escuela actual, explicaba:

La nuestra es más bien una escuela práctica, forja, fundición, modelado, son programaciones más prácticas. No tenemos realmente esa visión de trasladarlo todo a las redes. Pero yo creo que este año vamos a avanzar más en eso, porque los alumnos lo piden, lo demandan.

Nos ha parecido pertinente aquí dedicar un espacio para realizar una rápida comparativa de cómo diferentes escuelas de arte utilizan sus cuentas de Instagram. Hemos escogido la escuela actual de la docente (La Palma, en Madrid) la escuela anterior (la EA de Toledo) y otra escuela de Madrid cuyas enseñanzas son en su mayoría relacionadas con las áreas del Diseño (gráfico, interior y moda). Hemos analizado distintos indicadores relacionados con los usos que hacen en la plataforma: los productos que muestran, las instalaciones que aparecen, el tipo de comunicaciones que realizan, convocatorias públicas, entre otros.

Sin ánimo de realizar una comparativa exhaustiva en términos de marketing, nos interesa saber si la tipología de las escuelas y el tipo de estudios que ofertan influye en el tipo de uso que se hace de la plataforma, siguiendo la hipótesis lanzada por la docente.

	LA PALMA (MAD) @escueladeartelapalma	ARTE 10 (MAD) @artediez	EAT (TOLEDO) @escuelaartetoledo
Tipo de Estudios	Tradicional Escultura, Muro	Diseño Gráfico Interior y Moda	Diseño + Bachillerato Artístico
Número de seguidores	361	4650	1440
Muestran obras de alumnos			
Muestran a los alumnos trabajando			
Salas de exposiciones			
Comunicación de procedimientos administrativos			
Comunicación de actividades extracurriculares			
Convocatorias de premios			
Instagram Live (IGTV)			

Lo cierto es que con esta simple comparativa nos damos cuenta de que existe una relación clara entre la variedad de usos de la plataforma que las escuelas hacen, y su número de seguidores -la comunidad que crean. La escuela La Palma se posiciona como simple exhibición de piezas, instalaciones y actividades mientras que las otras dos escuelas se confirman como verdaderas fuentes de información y comunicación con el alumnado, lo que hace que aumente el número de personas interesadas en estar vinculadas a su perfil.

Motivos por los que docentes de arte no querrían estar en Instagram

El ámbito de las Bellas Artes y la producción artística ha estado siempre muy constreñido por los derechos de autor y la propiedad intelectual. En los últimos años autores influyentes como Lessing (2012) lanzaron la tesis de que la legislación del copyright se ha excedido, causando más perjuicio que beneficio y ahogando la creatividad que la tecnología digital posibilita. Esto coincide con la percepción de que la mayoría de los artistas y creadores siguen siendo muy desconfiados y protectores sobre la presencia de sus obras en la web y especialmente en las redes sociales.

En las Escuelas Superiores de Arte, los docentes suelen ser también artistas profesionales y desarrollan obra personal a la vez que ejercen su docencia. Podría ser esta una explicación a la reticencia que se ha encontrado en la mayoría de los estudios por parte del profesorado de educación artística a relacionarse con las redes sociales. Como explicaba la docente Sandra al ser preguntada sobre la colaboración de sus compañeros de departamento:

Tenía otros compañeros en el departamento que no querían saber, ni subir cosas, incluso estaban en contra. Algunos tenían miedo de que les robaran las imágenes o que les roben las ideas. Como no lo conocen no quieren que sus nombres aparezcan ahí, no saben la repercusión que puede tener Instagram. Y otros simplemente no quieren tener relación con la tecnología.

Esto coincide con lo que compartieron otros autores como Abad (2010) respecto a iniciativas docentes web 2.0 en la Facultad de Bellas Artes, que concluía: “también hay reticencias por temas como el plagio, lo que permite introducir transversalmente la necesidad de buenas prácticas en red, atendiendo a licencias, citas, referencias, etc. y la adecuada gestión de identidad digital.” (p.255)

Para intentar arrojar nuevas ideas en este tema, nos ayuda dibujar el perfil profesional de la docente para comprender por qué ella sí que se ha mostrado proclive a la utilización de las redes sociales, al contrario de algunos de sus compañeros de la Escuela de La Palma.

Depende también yo creo de la obra que hagas, porque yo tengo compañeros que su trabajo es mucho más -por así decirlo- tradicional, entonces no pegan ese pequeño salto.

Como vemos, al ser preguntada por esta cuestión la docente ofrece una posible explicación: que los artistas cuya obra es más experimental o contemporánea tienen una relación más afín a la tecnología y a lo que ésta puede ofrecerles a sus carreras artísticas. Esto sería, a nuestro juicio, una interesante línea de investigación futura.

El impacto en el centro educativo: “¿Por qué nosotros no tenemos nuestro propio Instagram?”

Después de que @esculturaefimera empezara a moverse, los alumnos de los turnos de tarde se enteraron de que yo estaba haciendo esto con Instagram, y entonces ellos promovieron el que la escuela tuviera su propio Instagram. La escuela tiene uno, pero la persona que lo lleva se fue y se ha quedado paralizado.

Este relato compartido con la docente arroja varias cuestiones en las que merece la pena abordar. La primera, dentro de nuestra línea de acción orientada a los centros educativos, sería anotar qué sucede cuando las redes sociales de un centro están a cargo de una sola persona y ésta se marcha. ¿Qué sucede si esa persona es, por ejemplo, un interino: alguien que tendrá previsiblemente un corto recorrido en la escuela? Apuntamos aquí a otras polémicas realidades de la escuela pública como son la cada vez más baja estabilidad de los docentes interinos, que son los que suelen cargar con las tareas que presumiblemente nadie quiere hacer. Idealmente, las redes sociales de un centro para que sean efectivas deben estar a cargo de un grupo de personas motivadas, capaces, y con una propuesta sólida a largo plazo.

Lo que sucede en La Palma es que las redes del centro quedan abandonadas en el año 2018 cuando la persona responsable de las mismas abandona la institución. A raíz de la aparición del Instagram de Escultura Efímera otros alumnos se preguntan, ¿qué ocurre con las redes sociales de la escuela? ¿por qué no están promocionando nuestros proyectos? Según lo recogido en mis notas como observadora participante, los alumnos más destacados del turno de tarde comienzan a indagar. Raúl y Clara, ambos representantes en el Consejo Escolar, cuestionan a la junta directiva y logran desbloquear la situación del Instagram del centro. La docente corrobora esta narrativa:

Como decían los alumnos, es cierto que la escuela necesita más presencia en redes. Se ha abierto un nuevo Instagram para dar visibilidad a la obra de los alumnos. Ya ahora nos han pedido que mandemos archivos, documentación, imágenes y demás.

Podría decirse que, la iniciativa de Escultura Efímera sirvió como detonante para que los alumnos, en palabras de la profesora, se pusieran “un poco celosillos” y clamaran, ¿por qué no tenemos nosotros nuestro propio Instagram? Los estudiantes de arte quieren formar parte de esta red.

Notamos, al igual que otros (Waycott, Sheard, Thompson y Clerehan, 2013) que el uso de las redes sociales como Instagram, que construyen proyectos públicos y abiertos, no están sólo limitados a un grupo cerrado y ayudan a crear comunidades de aprendizaje más fuertes entre los estudiantes de un mismo nivel, aun perteneciendo a diferentes especialidades.

Conclusiones

En la experiencia presentada hemos comprobado, en línea con otros autores (López García, 2011; Santamaría, 2008) que, si bien puede haber resistencia al uso de las redes sociales en la educación, existe la posibilidad de utilizarlas con excelente efecto. El profesorado, cuando está motivado por la innovación en el aula, es capaz de superar sus miedos y lanzarse a utilizar estas herramientas aun teniendo una baja percepción de su competencia digital.

Por otro lado, comprobamos que efectivamente la tecnología ofrece un gran potencial para las enseñanzas artísticas profesionales. Los educadores de arte de la era digital no pueden ignorar esta nueva tendencia de promoción artística virtual y pasar por alto su potencial educativo. Especialmente en las disciplinas artísticas profesionales, donde la mayoría del alumnado hace tiempo que utiliza perfiles profesionales de Instagram para compartir su producción. Por lo tanto, la incorporación de este recurso en el aula es visto con naturalidad por el estudiantado, y el profesorado ve como positivo el aumento de la visibilidad de su práctica docente y de la práctica profesional de sus alumnos. Además, los docentes que son artistas pueden terminar “contagiándose” de estas prácticas y adoptando estas herramientas para su propia carrera artística.

Como hemos expuesto, este recurso virtual puede valorarse como idóneo para la creación de portafolios artísticos grupales en cualquier disciplina artística. Pero también para otras actividades como la creación y comisariado de exposiciones colectivas virtuales o de portafolios de artistas individuales por ejemplo, como proyecto de evaluación obligatorio en los últimos cursos. También se ha probado como forma innovadora de enviar tareas y lecturas a los alumnos, interpeándolos con preguntas y etiquetándolos en las publicaciones.

En el futuro creemos que se deberían explorar algunas de las nuevas características de Instagram como la geolocalización para promover entornos de aprendizaje móviles: “también entran en juego otras coordenadas que harán posible en el mundo educativo un aprendizaje situado y contextual” (Santamaría, 2008, p.5).

Como desventajas sin duda hemos debemos destacar la fugacidad de las redes sociales, ya que muchas de estas aplicaciones tienen una duración determinada o en un corto periodo de años se ven superadas por otras nuevas. Aunque Instagram está teniendo mucho éxito en la actualidad, posiblemente sea reemplazada por otra red social diferente en unos años. En este mismo sentido, faltan estudios actualizados y se hace difícil encontrar datos

recientes sobre estos temas, que bien son tesis doctorales o investigaciones largas que tardan tiempo en llevarse a cabo, redactarse y finalmente publicarse.

Los grandes estudios que se suelen publicar cada 4 años, requieren mucho tiempo de procesamiento de datos y quedan obsoletos en poco tiempo. Por ejemplo, en uno de los más completos estudios sobre redes sociales en educación (Meso, Pérez y Galdospín, 2011) no aparece contemplado Instagram: la red más usada era Tuenti.

Por todas estas razones es aún más importante que los docentes compartan sus buenas prácticas en el momento en el que las llevan a cabo, para poder mantener actualizada a la comunidad educativa y juntos identificar los pasos a dar hacia la innovación educativa en las artes.

Referencias

- Abad, R. (2010) Aplicaciones Web 2.0 como recursos didácticos interactivos en los estudios de Bellas Artes. *Relada* 4 (4): 249-256.
- Abad Tejerina, M. J. (2010). Educación artística en España. El blog como recurso de comunicación e información en los estudios de Bellas Artes. Consultado el 20/05/2020. Disponible en: <http://educacionartisticaenespania.blogspot.com/2010/12/el-blog-comorecurso-de-comunicacion-e.html>
- Acosta Valentín, L. (2018) Instagram y profesorado. Escuelas del siglo XXI, comunicación y redes sociales. Investigación joven con perspectiva de género III. Universidad Carlos III de Madrid, Instituto de Estudios de Género, 306-314.
- Agirre, I., (2005). *Teorías y prácticas en educación artística*. Barcelona: Octaedro- Universidad Pública de Navarra.
- Barragán, J. M., (1997) Educación artística: objeto de estudio, ámbitos disciplinares y tendencias, en López Bargados, A., Hernández, F. y Barragán, J. M., *Encuentros del arte con la antropología, la psicología y la pedagogía*. Barcelona: Angle Editorial.
- Blair, R. y Serafini, T. (2014) Integration of Education: Using Social Media Networks to Engage Students. *Systemics, Cybernetics And Informatics* (12)6, 28-31
- Bullock, A., & Hawk , P. (2009). *Developing a Teaching Portfolio: A Guide for Preservice and Practicing Teachers*. Ohio: Pearson.
- Burns, E. M. (2016). Everybody Phones Out: Teaching experiments with Instagram. *Spark: UAL Creative Teaching and Learning Journal*, 1(2).
- Caeiro Rodríguez, M. (2018) (Coord.). *Arte, Educación y Pensamiento digital: Educar, crear y habitar en la quinta pared*. Sevilla: Egregius Ediciones
- Caeiro, M., y Da Silva, A. (2018) La quinta pared o matriz digital y la educación artística. Reflexionando el aprendizaje mixto y móvil desde el arte en Caeiro Rodríguez, M. (2018) (Coord.). *Arte, Educación y Pensamiento digital: Educar, crear y habitar en la quinta pared*. Sevilla: Egregius Ediciones
- Cubillo, R. (2011) La enseñanza de las artes visuales: concepciones teóricas y metodológicas. *Red Visual*, 14, 9-23.
http://www.redvisual.net/pdf/13/redvisual14_01_cubillo.pdf (Fecha de consulta: 15/05/2020).
- De Haro, J. J. (2010). *Manual imprescindible redes sociales para la educación*. Madrid: Ediciones Anaya Multimedia.

- Delello, J. y McWorther, R. (2014) New Visual Social Media for the Higher Education Classroom en G. Mallia (Ed.), *The social classroom: Integrating social network use in education*. Hershey, PA: IGI Global.
- Doval, F. G. (2005). El papel de los portafolios electrónicos en la enseñanza-aprendizaje de las lenguas. *Glosas didácticas*(14), 112-119.
- Ellingson, L., & Ellis, C. (2008). Autoethnography as constructionist project. En J. A. Holstein, & J. F. Gubrium, *Handbook of constructionist research* (págs. 445-466). Nueva York: Guilford Press.
- Escudero, J.M. (1997) Tecnología educativa: algunas reflexiones desde la perspectiva de la innovación y la mejora de la educación. En C. Alonso (Coord.), *La tecnología a finales del s, XX: concepciones, conexiones y límites con otras disciplinas*. (33-48) Barcelona: Los autores
- Hargreaves, A. (2009). A decade of educational change and a defining moment of opportunity—an introduction. *Journal of Educational Change*, 10(2), 89-100.
- Hernández, F., & Aberasturi, E. (2014). Las historias de vida como alternativa para visibilizar los relatos y experiencias silenciadas en educación. *Tendencias Pedagógicas*(24), 133-144
- Huber, G. (2002) El análisis de datos cualitativos como proceso de clasificación. XXI, *Revista de Educación*. (4)141-156
- Johnson, R. B. y Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed methods research: A research paradigm whose time has come. *Educational researcher*, 33(7), pp. 14-26.
- Kim, H., y Kwon, Y. (2012). Exploring smartphone applications for effective mobile-assisted language learning. *Multimedia-Assisted Language Learning*, 15(1), 31-57.
- Lessig, La. (2012) *Remix: cultura de la remezcla y derechos de autor en el entorno digital*. Barcelona: Icaria
- López García, C. (2012). La evolución de la educación artística y su revitalización mediante el blog. *Dedica. Revista de Educação e Humanidades*(2), 341-358.
- Martín López, A. M. (2018) Una nueva mirada a la fotografía pictorialista mediante el uso de apps de edición fotográfica para dispositivos móviles en Caeiro Rodríguez, M. (2018) (Coord.). *Arte, Educación y Pensamiento digital: Educar, crear y habitar en la quinta pared*. Sevilla: Egregius Ediciones
- Mendizábal, N. (2006). Los componentes del diseño flexible en la investigación cualitativa. En I. Vasilachis, *Estrategias de investigación cualitativa*. Madrid: GEDISA.
- Meso, K., Pérez, J.A. y Mendizábal, T. (2011). La implementación de las redes sociales en la enseñanza superior universitaria. *Tejuelo*(12), 137-155.
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2018). TALIS 2018. Estudio internacional de la enseñanza y del aprendizaje. Informe Español. Madrid: Secretaría General Técnica.

- Moen, T. (2006). Reflections on the Narrative Research Approach. *International Journal of Qualitative Methods*, 5(4), 1-11.
- NAEA [National Art Education Association] (2008): Creating a Visual Arts Education Research Agenda for the 21st Century: Encouraging Individual and Collaborative Research. (http://www.naea-reston.org/research/NAEA_Research_Agenda_December2008.pdf)
- Noriega, D. (27 de febrero de 2019). Profesores de secundaria que utilizan redes sociales también en clase: "Los alumnos me dicen que nunca les doy 'like'". Recuperado de eldiario.es
- OCDE, 2018. Effective teacher policies: Insights from PISA, Paris: PISA, OECD Publishing.
- Ramírez León, Y., Peña Arcila, J. B. (2011) La Web 3.0 como Herramienta de Apoyo para la Educación a Distancia. *Etic@net: Revista científica electrónica de Educación y Comunicación en la Sociedad del Conocimiento* (9)10.
- Ranieri, M., Manca, S. y Fini, A. (2012) Why (and How) Do Teachers Engage in Social Networks? An Exploratory Study of Professional Use of Facebook and Its Implications for Lifelong Learning. *British Journal of Educational Technology*, (43)5 754-769.
- Real Decreto 220/2015, de 27 de marzo, por el que se establece el título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Escultura aplicada al Espectáculo. Boletín Oficial del Estado núm. 101, de 28 de abril de 2015, páginas 36745 a 36771.
- Romrell, D., Kidder, L., & Wood, E. (2014). The SAMR Model as a Framework for Evaluating mLearning. *Online Learning - Formerly The Journal Of Asynchronous Learning Networks*, 18(2).
- Santamaría, F. (2008). Redes sociales y comunidades educativas. Posibilidades pedagógicas. *Telos. Cuadernos de comunicación e innovación*, 76, 99-109.
- Saura, Á. (2011). *Innovación educativa con TIC en Educación Artística, Plástica y Visual. Líneas de investigación y estudios de caso*. Madrid: Eduforma.
- Vega, C. (2017) Usos docentes de la aplicación Instagram en Historia de la Fotografía en Vega. A (Coord.) *Imaginar y Comprender la Innovación en la Universidad: VII Jornadas de Innovación Educativa de la Universidad de la Laguna*, 289-302.
- Waycott, J., Sheard, J., Thompson, C. & Clerehan, R. (2013). Making students' work visible on the social web: A blessing or a curse? *Computers & Education*, 68(1) 86-95

Anexo: Glosario de términos

Extraído de Burns, McLaghan and Rees, 2016. (Traducción propia)

IBMSN: red social móvil basada en imágenes. Es el tipo de red social a la que pertenece Instagram.

(hashtag): medio para asociar una publicación con un término específico (por ejemplo, #escultura) aumentando así la visibilidad de la publicación.

@ / @alguien: medio para dirigir una publicación o comentario a un individuo, "etiquetándolo" (por ejemplo, @esculturaefimera).

♡: el equivalente de Instagram a la funcionalidad "Me gusta" de Facebook, un usuario puede "dar like" a una publicación para indicar su aprobación, ♡ indica popularidad y tiene algunas características monetarias.

Comentario: mensaje que el usuario puede dejar al final de una publicación. Cada publicación tiene su propia sección de comentarios.

Seguidores/ Followers: terminología de Instagram que indica cuántos usuarios siguen determinada cuenta, lo que significa que ven todas las publicaciones de esta cuenta en su pantalla de inicio.

Publicación: una imagen cargada por un usuario de Instagram en su cuenta. Puede ir acompañada de un texto, una localización y @ a usuarios.

Instagram Takeover: una forma de residencia digital mediante la cual se invita a uno o varios individuos a administrar la cuenta de Instagram de una organización durante un período de tiempo fijo.

Agradecimientos

A Sandra Gregorio, docente protagonista de este relato, por su generosidad.

A la Escuela Superior de Arte La Palma, por regalarme nuevos puntos de vista.

A la educación artística de la escuela pública: por resistir a la depreciación de su valor.