

MEMORIA FINAL INNOVA¹
COMPROMISOS Y RESULTADOS PROYECTOS
DE INNOVACIÓN Y MEJORA DOCENTE
2024/2025

Identificación del proyecto	
Código	sol-202400285036-tra
Título	Uso de redes sociales como herramientas para la enseñanza y la visibilidad de asignaturas
Responsable	Lorena Gutiérrez Madroñal

1. Describa los resultados obtenidos a la luz de los objetivos y compromisos que adquirió en la solicitud de su proyecto. Incluya tantas tablas como objetivos contempló.

Objetivo nº 1	<i>Fomentar la creación de contenido multimedia relacionado con las asignaturas, mejorando así la comprensión y el análisis crítico de los temas estudiados</i>
Actividades que había previsto en la solicitud del proyecto:	<i>Cada asignatura involucrada en el proyecto de innovación docente recomendará actividades, proyectos o cualquier otra tarea que pueda ser publicada en las RRSS². Estas actividades no solo serán evaluadas según los criterios que los profesores indicarán para cada asignatura, sino que también podrán recibir un feedback por parte de la comunidad universitaria.</i>
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	<i>En cada una de las asignaturas implicadas se les pedía que hicieran videos cortos que explicasen un concepto, una temática, un evento o proceso relacionado con la materia de la asignatura (teoría, prácticas o seminarios). Estos se les proponía, aunque existía la posibilidad de que ellos realizasen una propuesta. Cada una de estas tareas se evaluaba siguiendo los criterios indicados para cada una de ellas y, además, recibían un feedback (especialmente likes y comentarios) por parte de la comunidad universitaria, así como de otros usuarios de las redes. Se les anima que para elaborar los videos sigan algún trend³ o que tengan un carácter distendido para su mayor repercusión.</i>

Objetivo nº 2	<i>Promover el uso responsable y creativo de las redes sociales entre los estudiantes</i>
Actividades que había previsto en la solicitud del proyecto:	<i>Se elaborará un guion de buenas prácticas común para la publicación en las RR.SS.: TikTok e Instagram.</i>

¹ Esta memoria no debe superar las 6 páginas.

² Redes sociales.

³ Tendencia o moda que se populariza en un momento y lugar específicos, especialmente en las redes sociales.

	<i>Las publicaciones podrán estar incluidas en las actividades sugeridas por los profesores en cada asignatura, pero también podrán publicarse cualquier actividad que los alumnos consideren relevante.</i>
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	<i>Se elaboró un guion de buenas prácticas común para la publicación de los vídeos en las RR.SS. De esta forma no solo se consiguió que usaran las redes de manera responsable, sino que también, con la ayuda de hashtags, se organizaron las publicaciones por asignatura y grupo.</i>
Objetivo nº 3	<i>Incrementar la visibilidad de las asignaturas y grados en las redes sociales, contribuyendo a la difusión y promoción de la Universidad de Cádiz</i>
Actividades que había previsto en la solicitud del proyecto:	<i>Se creará una cuenta para el Departamento de Ingeniería Informática de la Facultad de Jerez para las RR.SS. Instagram y TikTok. Estas cuentas se conectarán con las cuentas oficiales de la Universidad, de tal modo que cualquier publicación pueda ser referenciada por estas. En las publicaciones que los profesores consideren destacadas de sus asignaturas, se etiquetarán a las cuentas oficiales para que haya una mayor visibilidad.</i>
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	<i>Se crea una cuenta en Instagram y TikTok llamada TELA 'Technology Enhanced Learning for All' @tela_uca. En ambas redes se conecta con las cuentas institucionales de la UCA que están presentes. En la mayoría de las publicaciones se etiquetan a estas cuentas para dar difusión y visibilidad. Además de realizar difusión de los trabajos de los alumnos, el profesorado involucrado también realizaba vídeos sobre contenidos, novedades y otros temas relacionados con la Universidad o las asignaturas impartidas. Siempre intentando seguir algún trend o con un toque de humor. Adicionalmente, se contactó con diferentes influencers y/o creadores de contenido relacionados con la comunidad universitaria para que dieran su punto de vista y hablaran de sus experiencias. Así mismo se han realizado colaboraciones con la cuenta de la Universidad de Cádiz para difundir la implantación de la Wifi 7, o con la cuenta de Mamá hago marketing para dar difusión de sus jornadas.</i>
Objetivo nº 4	<i>Evaluar la capacidad de los estudiantes para comunicar eficazmente los conceptos de las asignaturas a través de formatos modernos y accesibles</i>
Actividades que había previsto en la solicitud del proyecto:	<i>Según los criterios de cada una de las actividades propuestas en las asignaturas, se evaluarán a los alumnos. Dentro de esta evaluación se tendrá en cuenta si los alumnos han seguido el guion de buenas prácticas.</i>

Actividades realizadas y resultados obtenidos:	<i>Para facilitar las evaluaciones, se les pidió a los alumnos que incluyesen en un documento compartido el enlace de los vídeos para que todos tuvieran un fácil acceso.</i> <i>Dentro de la evaluación se tiene en cuenta no solo la correcta divulgación del contenido, sino también el formato correcto, el uso de hashtags y menciones, y la repercusión del vídeo en las redes; algo que se contemplaba en los puntos del guion de buenas prácticas.</i>
--	--

2. Realice una breve valoración sobre la influencia del proyecto ejecutado en la evolución de las asignaturas implicadas.

Análisis del impacto de la innovación en las asignaturas relacionadas con el proyecto

El proyecto se ha implementado en asignaturas de distintos grados del Campus de Jerez, todas ellas coordinadas por el profesorado del Departamento de Ingeniería Informática:

- Grado en Criminología y Seguridad: Uso y Aplicación de las TIC (UATICS).
- Grado en Publicidad y Relaciones Públicas: Herramientas Multimedia y Animación (HMA), Herramientas Informáticas para la Comunicación (HIC), Tecnologías para la Publicación en Internet (TPI).
- Grado en Marketing e Investigación de Mercados: Herramientas Informáticas para la Publicación Web (HIPW).
- Grado en Turismo: Sistemas Informáticos Aplicados al Turismo (SIAT).

Al inicio del curso se crearon las cuentas de Instagram⁴ y TikTok⁵ bajo el nombre de TELA (Technology Enhanced Learning for All). La elección de este acrónimo responde tanto a la intención pedagógica del proyecto como al deseo de conectar con el alumnado mediante un tono cercano y humorístico, utilizando expresiones populares como “vaya tela”, “tenemos tela que contar” o “dadle tela de likes” para generar complicidad y fomentar la participación. Se realizaron publicaciones de presentación y, en cada una de las asignaturas implicadas, se dio a conocer la iniciativa, animando al alumnado a seguir las cuentas y a participar en las actividades optativas vinculadas.

En el marco de cada asignatura, el profesorado definió un conjunto específico de tareas académicas de carácter optativo para ser difundidas a través de las redes sociales. Dichas actividades fueron evaluadas en función de criterios previamente establecidos y comunicados al alumnado. La evaluación consideró tanto la calidad técnica y académica de los contenidos como el cumplimiento de normas éticas y comunicativas recogidas en un guion común de buenas prácticas⁶ elaborado de manera consensuada para todos. Este documento actuó como referencia transversal para asegurar una producción coherente, segura y adaptada al entorno digital.

Complementariamente, se llevaron a cabo seis sesiones formativas presenciales con creadores de contenido y/o *influencers* con perfiles diversos, relacionados con el mundo del *podcast*, los videojuegos, el *lifestyle*, la inteligencia artificial y el uso profesional de las redes sociales. Estas ponencias no solo ofrecieron una visión crítica y realista sobre el funcionamiento de las plataformas digitales, sino que dieron a conocer el proyecto a la comunidad universitaria.

Además de las actividades generadas por el alumnado, el profesorado participó en la creación de contenidos, elaborando materiales audiovisuales explicativos sobre conceptos técnicos y académicos, tales como: compresión de archivos, uso de plataformas universitarias, edición de imágenes, uso de

⁴ https://www.instagram.com/tela_uca/

⁵ www.tiktok.com/@tela_uca

⁶ <https://goo.su/qEUN>

software libre, animación 3D, IA en diseño digital, y otros temas vinculados a las asignaturas. Estos contenidos fueron presentados de forma cercana, didáctica y humorística, incorporando elementos propios del lenguaje audiovisual y de las tendencias virales, con el fin de maximizar su impacto comunicativo y pedagógico.

Si hablamos de la implicación del estudiantado en el proyecto, atendiendo a los datos de cada asignatura, mostramos en la Tabla I el número de alumnos matriculados, los que siguen la evaluación continua y los que han participado en el proyecto TELA. Recordamos que las actividades incluidas en el proyecto son de carácter optativo.

Asignatura	Matriculados	Eval. Cont	TELA
UATICS	124	111	99
HMA	37	14	8
HIC	144	108	95
TPI	66	63	63
HIPW	42	40	40
SIAT	79	61	60

Tabla I - Datos de matriculación, evaluación continua y participación en el proyecto

Los datos de la Tabla I muestran una alta implicación del alumnado en el proyecto TELA. En la mayoría de las asignaturas, la participación en el proyecto supera el 90% de los estudiantes en evaluación continua, lo que refleja una buena acogida del proyecto. El caso de HMA es el más atípico: la evaluación continua bajó significativamente, esto se explica por la salida Erasmus de un número importante de alumnos (15 estudiantes). Aun así, más de la mitad de los estudiantes que siguieron la evaluación continua participaron en TELA (57,1%).

Hablando de la participación, incluimos la asistencia a las 6 sesiones de formación celebradas de la mano de influencers y/o creadores de contenido. Si bien es cierto que acudieron a algunas de estas, profesorado, PAS y estudiantes del Aula Universitaria de Mayores, se registró solo la asistencia de los estudiantes. En la Tabla II se muestra el ponente, la temática, la fecha y los alumnos asistentes.

Ponente	Temática	Fecha	Asistentes
Paula Sevillano	<i>LifeStyle</i>	22/10/24	292
BellacosTV	Podcast	12/11/25	128
Jesús Rodríguez	Videojuegos	03/12/24	138
Lidia de la O Mancilla	Creadora de contenido	13/01/25	38
María Saa y Manu Dávila	Podcast	12/03/25	79
Hilario Abad	Inteligencia Artificial	26/03/25	129

Tabla II - Asistencia de los alumnos a las actividades formativas

De todos los ponentes, destacamos Lidia de la O Mancilla que trabaja como creadora de contenido realizando y publicando recetas. Es la ponente con mayor número de seguidores de los que fueron invitados, pero su público objetivo es de un rango de edad mayor que el de los estudiantes. A pesar de poder dar un punto de vista más profesional y realista, el número de asistentes fue menor; algo que también se vio afectado por ser una fecha a finales del primer semestre.

A continuación evaluamos las publicaciones realizadas por los estudiantes. El contenido compartido varió en función de la naturaleza de cada materia, abarcando temáticas como el diseño y desarrollo de páginas web, el tratamiento de imágenes, las unidades de información, los delitos informáticos, conceptos vinculados a la animación, así como personajes o términos propios de la provincia de Cádiz.

Esta diversidad refleja la riqueza interdisciplinar del proyecto y la versatilidad del formato digital para abordar distintos enfoques.

UATICS - De las 104 publicaciones un 13,6% obtiene un volumen considerable de visualizaciones (más de 10 mil). Una publicación se viralizó teniendo casi 2 millones de visualizaciones y casi 190 mil interacciones. Otras lograron más de 120 mil visualizaciones y más de 11 mil *likes*.

HMA - De las 8 publicaciones, una logró más de 2 mil visualizaciones. Esta es una asignatura optativa con un bajo número de participantes.

HIC - De las 95 publicaciones un 9,5% obtiene cifras destacadas de visualización. Recuperamos dos que obtienen más de 38 mil y más de 10 mil visualizaciones; otras 6 obtienen más de 2.5 mil visualizaciones.

TPI - De las 45 publicaciones un 6,7% superaron las 2 mil visualizaciones. Resaltamos una que obtuvo más de 17 mil y 310 interacciones y otras 2 lograron más de 3 mil visualizaciones.

HIPW - De las 13 publicaciones un 15,4% alcanzaron un buen nivel de visualización; destacamos una de ellas con más de 3 mil.

SIAT - De las 52 publicaciones un 13,9% logra un volumen destacado de visualizaciones. Hay que subrayar las publicaciones con más visualizaciones: una con 73 mil, otra con más de 41 mil y otra con más de 26 mil. Y muchas publicaciones consiguieron superar las 6 mil visualizaciones.

Hay que resaltar el alto grado de visualización e interacción (*likes*) que han alcanzado las publicaciones. Sin embargo, es relevante señalar que una parte significativa de las publicaciones no logró alcanzar un número elevado de interacciones, debido a una cuestión temporal: muchas fueron publicadas muy cerca de la fecha de entrega establecida, lo que redujo su visibilidad. También hay que tener en cuenta que hablamos de proyectos de clase que no son "atractivos" para las redes.

Si hablamos de las publicaciones por parte del profesorado, se realizaron unas 87 publicaciones en Instagram y 79 en TikTok, con una distribución variada de tipos de contenido: docente, informativo, humorístico y colaborativo, esta última solo en Instagram.

Instagram, con 465 seguidores, ha registrado una media de 2.120 visualizaciones por publicación, 41,91 "me gusta" y 1.223 cuentas alcanzadas. TikTok, con un número ligeramente menor de seguidores, 289, presenta inicialmente cifras más elevadas, con una media de 3.042 visualizaciones, 183 "me gusta" y 2.578 cuentas alcanzadas. Sin embargo, este promedio está claramente influido por una publicación viral con un impacto desproporcionado. Recalculando las métricas de TikTok excluyendo dicha publicación, los nuevos valores muestran un promedio de 1.035 visualizaciones, 30,33 "me gusta" y 795 cuentas alcanzadas, lo que proporciona un escenario más realista y comparable con Instagram.

Tras un análisis del número de visualizaciones, interacciones y cuentas alcanzadas, se observa que las publicaciones en Instagram son más efectivas y estables en términos de alcance e interacción. Esto se puede deber a: los alumnos tienen o usan más la red social Instagram y que las cuentas institucionales con las que compartimos contenido tienen solo cuenta en Instagram.

Los resultados obtenidos muestran que la implantación de TELA en asignaturas de varios grados de diferentes ramas ha sido un éxito. Las redes sociales son una herramienta educativa eficaz dentro de la educación universitaria para difusión de contenido y publicación de trabajos. Especialmente cuando se combinan con estrategias de contenido atractivo, creativo e innovador.

3. Incluya en la siguiente tabla el número de alumnado matriculado y el de respuestas recibidas en cada opción y realice una valoración crítica sobre la influencia que el proyecto ha ejercido en la opinión del alumnado.

Opinión del alumnado al inicio del proyecto

Alumnado matriculado por asignatura: UATICS 124, HMA 37, HIC 144, TPI 66, HIPW 42, SIAT 79 Para los siguientes puntos se utilizó una única encuesta y los resultados se vuelcan en porcentajes.				
<i>Valoración del grado de dificultad que cree que va a tener en la comprensión de los contenidos y/o en la adquisición de competencias asociadas a la asignatura en la que se enmarca el proyecto de innovación docente.</i>				
Ninguna dificultad	Poca dificultad	Dificultad media	Bastante dificultad	Mucha dificultad
5,3%	11,8%	32,9%	38,2%	11,8%
Opinión del alumnado en la etapa final del proyecto				
<i>Valoración del grado de dificultad que ha tenido en la comprensión de los contenidos y/o en la adquisición de competencias asociadas a la asignatura en la que se enmarca el proyecto de innovación docente</i>				
Ninguna dificultad	Poca dificultad	Dificultad media	Bastante dificultad	Mucha dificultad
10,5%	30,3%	31,6%	22,4%	5,3%
<i>Los elementos de innovación y mejora docente aplicados en esta asignatura han favorecido mi comprensión de los contenidos y/o la adquisición de competencias asociadas a la asignatura</i>				
Nada de acuerdo	Poco de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Muy de acuerdo	Completamente de acuerdo
1,3%	1,3%	19,7%	42,1%	35,5%
Valoración crítica sobre la influencia que ha ejercido el proyecto en la opinión del alumnado				
La mayoría de los comentarios recibidos en la encuesta felicitan al profesorado por el proyecto. Destacan la necesidad de investigar y estudiar la temática para hacer el vídeo. También resaltan que, gracias a este proyecto, han compartido más tiempo con sus compañeros y aprenden los conceptos de una forma más sencilla. Aunque la encuesta se hizo de manera conjunta, se observa cómo los porcentajes más altos de la primera pregunta se centran en unos valores medios altos. En la segunda estos se distribuyen en una menor dificultad en la comprensión. Las valoraciones son muy positivas (altos porcentajes) sobre la utilidad del proyecto para comprender contenidos y adquirir competencias				

4. Describa las medidas de difusión a las que se comprometió en la solicitud y las que ha llevado a cabo⁷.

Descripción de las medidas comprometidas en la solicitud
La creación de las propias cuentas en las RRSS Instagram y Tiktok servirán para difundir no solo entre el profesorado, sino para toda la comunidad universitaria, las actividades llevadas a cabo. Por otro lado, se dará conocimiento a la Facultad la realización de, al menos, una comunicación al finalizar el curso, o cada semestre (si se estima oportuno), para todo el profesorado que quiera acudir donde se compartirán las experiencias y resultados del proyecto.
Descripción de las medidas que se han llevado a cabo
Además de difundir los vídeos a través de las cuentas en Instagram y TikTok etiquetando a las cuentas oficiales de la Universidad, se celebraron 6 actos, 3 por semestre, donde se hablaba del proyecto. En estos, influencers y/o creadores de contenido contaban su experiencia con las redes y las tecnologías usadas. Estas ponencias eran abiertas a toda la comunidad universitaria, se difundieron en redes y en las noticias de la Universidad. También se acudió a Canal Sur Radio en el programa autonómico: Gente de Andalucía https://www.canalsur.es/multimedia.html?id=2144643 (min 39:38). Ha sido aceptado un artículo contando la experiencia y los resultados de la integración de las redes en la docencia universitaria en el congreso SIIE 2025 (XXVII International Symposium on Computers in Education).

⁷ Si en la solicitud no indicó compromiso de difusión de resultados, este criterio no se tendrá en cuenta en la evaluación.