

ESTUDIGRAMERS: INFLUENCERS DEL APRENDIZAJE

Patricia Izquierdo-Iranzo, Madrid (España)
Eliana E. Gallardo-Echenique, Lima (Perú)

<https://doi.org/10.3916/C62-2020-10>

INTRODUCCIÓN



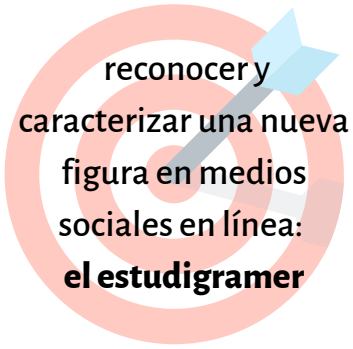
Evolución del uso de las redes

entretenimiento
usos profesionales
Información

Instagram
continúa en expansión
aumenta en valoración y
notoriedad
Poco conocida en ámbito
educativo



METODOLOGÍA



256 estudiantes
diferentes cursos/
grados de
Comunicación
universidad pública
española

- uso académico en redes sociales al margen del entorno institucional
- opinión sobre la comunidad #Studigram
- análisis de perfiles

**cuestionarios
telemáticos
(N=256)**

**grupos de discusión
organizados Philips
66 / Atlas.ti**

Observación participante

RESULTADOS

Uso educativo de las redes sociales

WhatsApp y YouTube: utilidad significativa

Facebook : la menos útil, seguida de Instagram y Twitter

Análisis de perfiles

orden, elementos visuales en apuntes
frases de motivación y autosuperación
presencia de marcas, monitorización

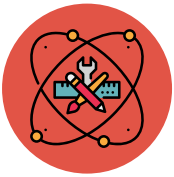
Percepción y valoración

- lider, buen estudiante
- lenguaje acorde a edad
- ordendetallada estética en los apuntes

Figura 4. Nube de palabras que representa el campo semántico del fenómeno estudigramer



CONCLUSIONES

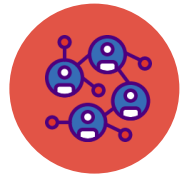


el fenómeno
#Studigram representa
las nuevas destrezas
transmedia de
aprendizaje



propuesta de definición

«estudiante que ejerce a través de Instagram una labor de mentor entre pares en el ámbito académico, comparte apuntes y esquemas, y transmite consejos, ánimos y experiencias».



cuentan con seguidores
de diversos grados
académicos que buscan
planificar el aprendizaje
y una adhesión
fundamentalmente
racional

Comunicar

www.revistacomunicar.com