



## El alumno como influencer: nuevos modelos educativos en el aula del siglo XXI

### *The student as influencer: new educational models in the 21st century classroom*

**Francisca Sempere-Ferre**

Departamento de Estadística e Investigación Operativa Aplicadas y Calidad, Escuela Técnica Superior de Ingeniería del Diseño, Universidad Politécnica de Valencia, Valencia 46022, España. [frasemfe@upvnet.upv.es](mailto:frasemfe@upvnet.upv.es) 

**How to cite:** Francisca Sempere-Ferre. 2023. En libro de actas: El alumno como influencer: nuevos modelos educativos en el aula del siglo XXI. *IX Congreso de Innovación Educativa y Docencia en Red*. Valencia, 13 - 14 de julio de 2023. Doi: <https://doi.org/10.4995/INRED2023.2023.16691>

---

### **Abstract**

*The term superfoods used in marketing in recent years has been used to describe foods with questionable health benefits, and there is no agreed definition. Television, internet, influencers, actors, etc. encourage and reinforce their consumption in the general population. The general objective of this project was to improve scientific knowledge of this type of food by transforming students into scientific influencers or popularisers. The experiment was carried out in the Bromatology subject of the Degree in Human Nutrition and Dietetics (Catholic University of Valencia San Vicente Mártir) during the 2018-2019 academic year with a population sample of 37 students. The title of the project was: "Superfoods: truth or lie? and it was subsidised by this university and awarded as good teaching practice. The project was carried out during the whole term as a group and was structured in two phases: delivery of a written document and editing of a video. The degree of participation in the work registered statistically significant differences when compared with other tasks carried out in different academic years. The implementation of this methodology contributed to the development of different competences through the learning outcomes established in the subject and the objectives initially set were met. The project improved the scientific knowledge of superfoods and led to an increase in motivation, enjoyment and involvement of the students.*

**Keywords:** *influencers, superfoods, learning, bromatology, science.*

---

## **Resumen**

*El término superalimentos utilizado a nivel de marketing en los últimos años, se ha utilizado para describir alimentos con beneficios cuestionables sobre la salud, no existiendo una definición consensuada al respecto. Televisión, internet, influencers, actores, etc. propician y refuerzan su consumo en la población en general. El objetivo general de este proyecto fue mejorar el conocimiento científico de este tipo de alimentos mediante la transformación de los estudiantes en influencers o divulgadores científicos. El experimento se realizó en la asignatura de Bromatología del Grado de Nutrición Humana y Dietética (Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir) durante el curso académico 2018-2019 con una muestra poblacional de 37 alumnos. El título del proyecto fue: “Superalimentos: ¿verdad o mentira? y fue subvencionado por esta universidad y galardonado como buena práctica docente. El proyecto se realizó durante todo el cuatrimestre de forma grupal y se estructuró en dos fases: entrega de un documento escrito y edición de un vídeo. El grado de participación en el trabajo registró diferencias estadísticamente significativas cuando fue comparado con otras tareas realizadas en diferentes cursos académicos. La implementación de esta metodología, contribuyó al desarrollo de diferentes competencias a través de los resultados de aprendizaje establecidos en la asignatura y se cumplieron los objetivos establecidos inicialmente. El proyecto mejoró el conocimiento científico de los superalimentos y produjo un aumento en la motivación, la diversión y la implicación del alumnado.*

**Palabras clave:** *influencers, superalimentos, aprendizaje, bromatología, ciencia.*

## **Introducción**

En la actualidad para fundamentar todos los aspectos vinculados a la nutrición y los alimentos se requiere una rigurosa y constante formación. Las grandes multinacionales alimentarias ayudadas por los medios de comunicación dirigen al consumidor hacia patrones alimentarios establecidos integrando en la dieta alimentos que en la cultura gastronómica estatal no son habituales, este es el caso de los superalimentos.

El término superalimentos utilizado a nivel de marketing en los últimos años, se utiliza para describir alimentos con beneficios cuestionables sobre la salud, no existiendo una definición consensuada al respecto. Televisión, internet, influencers, actores, etc. propician y refuerzan su consumo (Kirsch et al., 2022).

Los estudiantes que actualmente ingresan en la universidad son jóvenes que han nacido, han crecido y han sido educados en ambientes donde la tecnología juega un papel fundamental. En este sentido, las metodologías docentes necesitan cambiar y el proceso de enseñanza-aprendizaje debe apoyarse en esta.

En esta tipología de estudiantes del siglo XXI pertenecientes mayoritariamente a la generación Z, el poder que ejercen sobre ellos los influencers (youtubers, instagramers,... etc) es indiscutible (Silvestre & Cruz, 2016). En este sentido y enmarcándolo dentro de la nutrición, se necesitan profesionales que transmitan a la sociedad un conocimiento riguroso fundamentado desde el punto de vista académico-científico.

La gran influencia que las redes sociales ejercen en la sociedad actual hace que las universidades y centros educativos no permanezcan indiferentes y es por eso que se están investigando las posibilidades de estas

herramientas tecnológicas como ventanas mediáticas que permitan diseñar nuevos contextos educativos (Marín-Díaz and Cabero-Almenara, 2019).

El uso de estas plataformas digitales ha reportado diferentes aspectos positivos en el aula. Por ejemplo, Chávez et al. afirma que su uso promueve el trabajo colaborativo, incrementa la motivación, el rendimiento académico, aumenta y diversifica el conocimiento y mejora la retención de lo aprendido (Chávez et al. 2015). Además, la comunicación entre el docente y el alumno y entre los propios estudiantes se hace más fluida, crea puentes entre los diferentes centros educativos y mejora la transferencia de conocimiento a la sociedad (Rosli et al., 2016; Garay et al., 2017; Araujo, 2019).

El objetivo general de este proyecto fue mejorar el conocimiento científico de los superalimentos mediante la transformación de los estudiantes en influencers o divulgadores científicos e investigar si se mejoran diferentes ítems dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje mediante esta metodología.

## 1. Objetivos

El objetivo general que se planteó al implantar esta estrategia metodológica fue:

- Conocer y analizar los superalimentos desde el punto de vista científico a través de los nuevos modelos de comunicación de la sociedad actual (Instagram, YouTube, Tik Tok).

Objetivos específicos:

- Fomentar la responsabilidad y la participación activa de las alumnas y alumnos.
- Estimular la colaboración entre los estudiantes.
- Incentivar la investigación.
- Motivar y estimular el aprendizaje de la asignatura.
- Desarrollar la capacidad creativa.
- Usar las nuevas tecnologías como herramienta de aprendizaje.

## 2. Desarrollo de la innovación

### 2.1 Asignatura

El experimento se realizó en la asignatura de Bromatología del Grado de Nutrición Humana y Dietética (Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir) durante el curso académico 2018-2019 con una muestra poblacional de 37 alumnos y alumnas. El título del proyecto fue: “Superalimentos: ¿verdad o mentira? y fue subvencionado por esta universidad en la “II Convocatoria de proyectos de Innovación Docente y Premios a la Innovación” y galardonado como buena práctica docente.

### 2.2 Equipos

La configuración de los equipos fue realizada por el profesor de forma aleatoria. En total se realizaron 13 equipos constituidos por 3 estudiantes.

## **2.3 Realización del proyecto**

El proyecto se realizó durante todo el cuatrimestre en el que se impartía la asignatura y se estructuró en dos fases:

1ª fase: Los alumnos y alumnas realizaron un trabajo escrito siguiendo un índice preestablecido:

- Origen del superalimento.
- Cultivo a nivel mundial.
- Composición nutricional. Extraída la tabla de composición de la red BEDCA o USDA.
- Propiedades que se le atribuyen. Los estudiantes extrajeron esta información de Google y mediante la visualización de videos de influencers hablando de los distintos superalimentos. Posteriormente contrastaron los beneficios obtenidos con estudios científicos buscados y obtenidos de Science Direct y Scopus.
- ¿Cómo se pueden comer?
- Productos derivados.
- Alternativas nutricionales autóctonas.
- Bibliografía (normas Vancouver).

2ª Fase: Grabación y edición del vídeo

A partir del trabajo escrito, de forma libre y sin normas preestablecidas, los estudiantes grabaron el vídeo. Para poder realizar la grabación y su posterior edición se realizó un seminario sobre los diferentes programas de edición de vídeos y durante el cuatrimestre se visualizaron diferentes grabaciones sobre influencers o divulgadores científicos relacionados con la asignatura o el grado.

La duración del vídeo se estipuló que durara entre dos y seis minutos, pero no se dieron más pautas al respecto salvo que en la portada tenía que aparecer el logotipo de la Universidad Católica con el nombre de la titulación Grado de Nutrición Humana y Dietética y la asignatura Bromatología.

La realización del trabajo fue opcional.

## **2.4 Evaluación**

Como instrumento de calificación se utilizó un checklist que se explicó el primer día de clase a los alumnos y alumnas y se subió a la plataforma educativa para su conocimiento.

Para obtener la nota final se realizó una media de la puntuación asignada a cada una de las fases del proyecto: trabajo escrito y vídeo.

Además, al final del cuatrimestre, a los estudiantes se les pasó una encuesta diseñada con Google Forms (preguntas con escala Likert del 1 al 5) donde evaluaron los vídeos realizados por sus propios compañeros y compañeras, aspecto que se tuvo en cuenta en la nota final del trabajo.

## **2.5 Publicación de los vídeos**

Para poder publicar los vídeos en YouTube y redes sociales los grupos firmaron un documento redactado por el gabinete legal de la Universidad donde daban su consentimiento para publicarlo en la web.

## 2.6 Recogida de evidencias

Durante el curso académico se realizaron diferentes encuestas para recoger evidencias al inicio y al final del proyecto sobre aspectos relativos a:

- Artículos científicos.
- Bases de datos.
- Grabación y edición de vídeos.

Los alumnos y alumnas las contestaron a través del programa Socrative. Las encuestas estuvieron constituidas de preguntas de opción múltiple y preguntas de respuestas corta.

A partir de los resultados obtenidos se diseñaron los seminarios que se impartieron a lo largo de curso: artículos científicos, bases de datos y grabación y edición de vídeos.

Al final del cuatrimestre se realizó una encuesta final para verificar si se habían cumplido los objetivos planteados en el proyecto. El programa utilizado fue Google Forms y la tipología de preguntas fue la misma que en las encuestas iniciales (preguntas con escala Likert del 1 al 5 y preguntas de respuestas cortas).

Es importante resaltar que el cuestionario final se realizó de forma anónima.

## 2.7 Análisis de datos

Para el análisis de los datos se utilizó el programa Excel y para el análisis estadístico se utilizó Statgraphics Centurion XVIII.

## 3. Resultados

### 3.1 Grado de participación

El 100% de los alumnos y alumnas firmaron el contrato y realizaron el trabajo por el que se habían comprometido a través de este documento.

Al evaluar el grado de participación de otras tareas planificadas a lo largo del curso, este fue muy bajo siendo en la mayoría de los casos inferior al 50%, registrándose diferencias estadísticamente significativas al comparar los datos con un nivel de significación del 5%.

Es importante resaltar en este sentido, que a todos estos trabajos también se les asignó una puntuación destinada a configurar la nota final de la asignatura y los estudiantes los realizaron de forma individual.

Cuando se comparó el grado de participación con trabajos de la misma asignatura de cursos académicos anteriores de naturaleza similar, pero con una metodología más tradicional en su ejecución (58,13%), también se observó que hubo diferencias significativas con un nivel de significación de 5% ( $P$ -valor=0,00000746852).

### 3.2 Seminarios impartidos y conocimientos previos

Antes de impartir los seminarios se les pasó dos encuestas que recogían preguntas sobre los siguientes temas:

- Artículos de investigación.
- Bases de datos.
- Grabación y edición de vídeos.

Los datos más significativos fueron:

- El 89% de la clase no conocía ninguna revista científica vinculada con el área de la nutrición y el 11% restante que contestaron afirmativamente, coincidieron en el mismo título: Nutrición Hospitalaria.
- El 100 % de la clase no conocían lo que era el Journal Citation Reports. El 16% sabía lo que era el factor de impacto y el 22% conocía lo que era el abstract de un artículo científico. El 100% no distinguieron entre referencia bibliográfica y bibliografía y no supieron lo que era el DOI.

Respecto a las bases de datos, a pesar de que muchos alumnos y alumnas conocían de su existencia, sólo el 7% de los estudiantes supieron definir que era y el 80% tuvo claro su funcionalidad. Además sólo seis estudiantes contestaron PUBMED como base de datos conocida.

Ninguno de los encuestados y encuestadas supo cuál eran las dos bases de datos más importantes a nivel mundial y el 73% conocía la existencia de bases datos gratuitas.

Sólo un 12 % conocían que era Dialnet y toda la clase desconocía que era ResearchGate.

Es importante destacar una pequeña proporción de los alumnos y alumnas, provenían de una doble titulación (Grado de Enfermería).

### **3.3 Análisis del cuestionario final**

Los resultados obtenidos a través del cuestionario fueron los siguientes:

#### *Instrucciones sobre el trabajo*

El 83 % de los encuestados y encuestadas miraron regularmente las instrucciones que se les facilitó el primer día y asistieron regularmente a clase.

#### *Utilidad de los seminarios impartidos.*

El 87% de la clase asistió a los dos seminarios y la mayoría de ellos valoraron la utilidad de estos de forma muy positiva.

#### *Trabajo en equipo*

Para evaluar el grado de satisfacción del trabajo en equipo se establecieron 5 grados siguiendo la escala Likert: no satisfecho, poco satisfecho, moderadamente satisfecho, muy satisfecho, extremadamente satisfecho.

Las respuestas en este sentido fueron variables. Las opciones señaladas variaron entre poco satisfecho y extremadamente satisfecho. El 65% de los encuestados valoraron este ítem como extremadamente satisfecho a muy satisfecho. Ninguno de los alumnos eligió la opción de no satisfecho.

#### *Grado de implicación*

Para evaluar esta variable los alumnos tuvieron que elegir entre 5 opciones: ninguno, bajo, medio, alto, muy alto.

El 88% de los estudiantes señalaron las dos últimas opciones, destacando que prácticamente el 50% de los estudiantes tuvo un grado de implicación muy alto. La opción ninguna o bajo no fue señalada por ningún alumno (Figura 1).

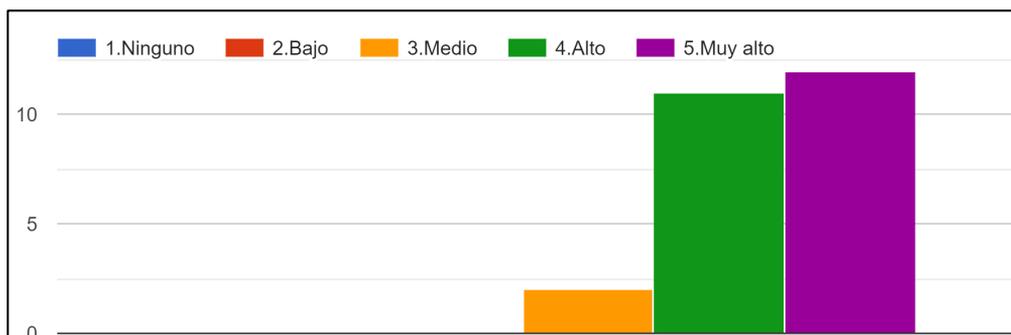


Fig. 1. Grado de implicación de los alumnos en el proyecto de innovación docente.

### *Tarea de la edición de videos*

Aunque durante el transcurso del curso académico se dedicaron parte de las sesiones para orientar a la clase sobre esta tarea: visionado de vídeos de influencers relacionados con la materia, explicación de algunos programas, subida a la plataforma de videotutoriales sobre algunos programas, etc. el 48% de los estudiantes consideraron esta tarea como algo difícil.

Tan solo el 20% de los encuestados señalaron la opción de fácil o muy fácil. El 12% muy difícil y el resto neutral.

Al 62,5% de los alumnos y alumnas les sirvió como referencia los vídeos visionados a lo largo del curso. El 33,3 % no y el 4,2% no sabe/ no contesta.

La mayoría de los programas que utilizaron para la edición de sus vídeos fueron los que se explicaron en clase: Filmora en su gran mayoría y Powtoon.

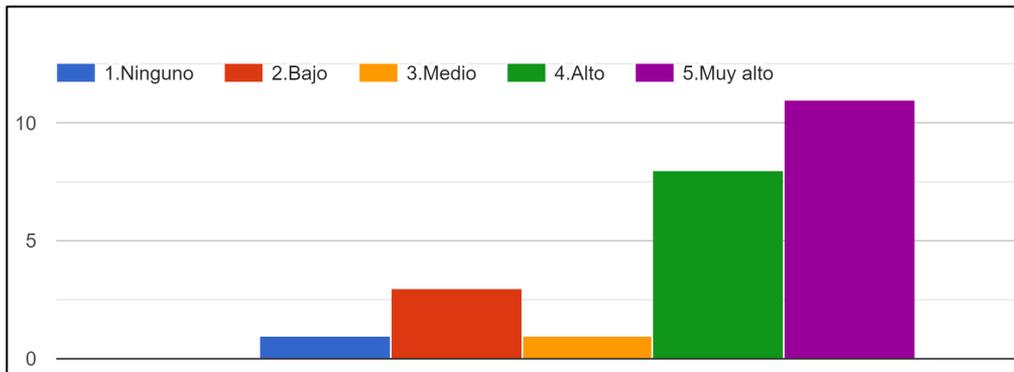
### *Conocimiento de los superalimentos*

A la pregunta, ¿crees que el trabajo de los superalimentos te ha ayudado a tener un mejor conocimiento de estos? La mayoría de los alumnos y alumnas estuvieron de acuerdo y completamente de acuerdo (88%).

El 79% de los estudiantes valoraron como positivo que el trabajo fuese voluntario, el 12 % no y el resto contestaron preguntas abiertas al respecto.

### *Grado de diversión*

El grado de diversión que les supuso la grabación y la edición de vídeos fue para el 79% de los estudiantes de alto a muy alto (Figura 2).



*Fig. 2. Grado de distracción de los estudiantes durante la realización del proyecto de innovación docente.*

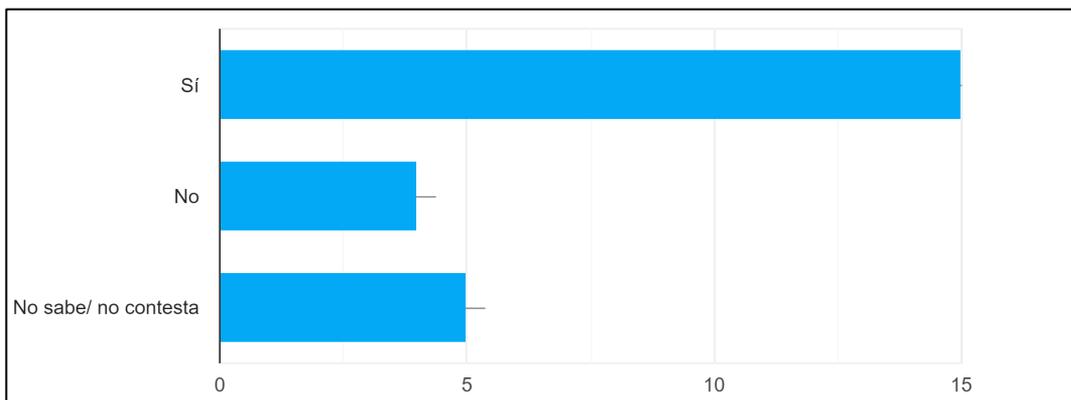
### *Consulta de estudios científicos*

El 87,5% de los alumnos y alumnas comprendieron con este trabajo que no es lo mismo mirar información en Google que en bases de datos científicas

Además con el trabajo, los estudiantes constataron que no siempre la información en Internet no siempre es verídica.

### *Influencer*

A la pregunta ¿crees que desarrollar la faceta de influencer puede ser una buena opción de trabajo en un futuro? El 62% respondieron que es una buena opción, el 20,8 % respondió que no sabe/ no contesta y el 16,7 % que no sabe (Figura 3).



*Fig. 3. Opinión del alumnado a la pregunta ¿crees que desarrollar la faceta de influencer puede ser una buena opción de trabajo en un futuro?*

### *Nota asignada al trabajo*

Los alumnos y alumnas expresaron su opinión sobre la nota asignada al trabajo respecto a la nota final de la asignatura. En este sentido, podían marcar cinco opciones: Completamente en desacuerdo, en desacuerdo, indiferente, de acuerdo y completamente de acuerdo.

El 58% de los encuestados expresaron su conformidad respecto a ella. El 29% indiferente y el resto en desacuerdo.

También se les preguntó que nota le asignarían a la propuesta de trabajo. En este sentido, el 25 % le asignó un 8, el 20,5 % un 7 y un 9 respectivamente y el 4,2% un 10.

### *Motivación*

El grado motivación se midió siguiendo una escala Likert de 1 a 5 (ninguno, bajo, medio y alto y muy alto).

La mayoría de los alumnos y alumnas respondió que alto y muy alto (62,5%) y el 29 % medio.

### *Realización de trabajos alternativos:*

A la pregunta, una vez realizado el trabajo, ¿prefieres realizar trabajos alternativos en lugar de los trabajos tradicionales (exposición, entrega de dossier, etc.? El 66,7% respondieron que sí, un 20,8 que no y el resto otra respuesta.

### *Satisfacción general*

El 25% le asignaron una nota de un 7, un 32,14% puntuaron valores entre 8-10. El 12,5% un 9.

### *Difusión de los vídeos.*

Tan sólo 3 de los grupos autorizaron que los vídeos se difundieran por redes sociales.

## **4. Conclusiones**

Los resultados obtenidos en este estudio permiten concluir que la utilización de las redes sociales en el ámbito educativo y la transformación de los estudiantes en influencers contribuyó al desarrollo de diferentes competencias a través de los resultados de aprendizaje establecidos en la asignatura de Bromatología en el Grado de Nutrición Humana y Dietética mejorando el conocimiento científico de los superalimentos y aumentando la motivación, la diversión y la implicación del alumnado.

La labor docente requiere de una constante adaptación a los cambios sociales y una formación permanente para adaptarse a las nuevas herramientas que aparecen día tras día para poder mejorar el proceso de enseñanza y aprendizaje. Esta labor no siempre es fácil ya que el docente universitario tiene que compaginar su faceta educativa con la investigadora.

Este trabajo presentó diferentes limitaciones como una muestra poblacional pequeña y un tiempo limitado a pesar de una planificación exhaustiva realizada previamente. No obstante, evidencia que las redes sociales pueden ser plataformas para mejorar el aprendizaje de los alumnos y alumnas y podrían diseñarse a partir de ellas diversas metodologías docentes. En este sentido, son necesarias más investigaciones al respecto.

## Referencias

- Araujo, J. C. (2019). El componente social. Un indicador del trabajo colaborativo online. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 8(1), 171-200. <https://doi.org/10.21071/edmetic.v8i1.1110>
- Marín-Díaz, V., & Cabero-Almenara, J. (2019). Las redes sociales en educación: desde la innovación a la investigación educativa. *RIED-Revista Iberoamericana De Educación a Distancia*, 22(2), 25–33. <https://doi.org/10.5944/ried.22.2.2424>.
- Chávez, J. J. (2015). Uso de las redes educativas en la educación superior. Un caso específico. *ComHumnitás: Revista Científica de Comunicación*, 6(1), 82-96.
- Garay, U., Tejada, E., y Castaño, C. (2017). Percepciones del alumnado hacia el aprendizaje mediante objetos educativos enriquecidos con realidad aumentada. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 6(1), 145-164 <https://doi.org/10.21071/edmetic.v6i1.5812>
- Kirsch, F., Lohmann, M., & Böhl, G.-F. (2022). The Public's Understanding of Superfoods. *Sustainability*, 14(7), Art. 7. <https://doi.org/10.3390/su14073916>.
- Rosli, M., Saleh, N. S., Aris, B., Ahmad, M., Sejzi, A., y Shamsudin, N. (2016). E-Learning and social media motivation factor model. *International Education studies*, 9(1), 20-30. <https://doi.org/10.5539/ies.v9n1p20>.
- Silvestre, E., & Cruz, O. (2016). Conociendo la próxima generación de estudiantes universitarios dominicanos a través de las redes sociales. *Ciencia y Sociedad*, 41(3), 475-503.