

Redes sociales y enseñanza de la Historia: el perfil de *Instagram CarpeDiem-Agencia de Viajes Intertemporales*

Diego Téllez Alarcía
Departamento de Ciencias de la Educación, Universidad de La Rioja

1. INTRODUCCIÓN

El éxito de las redes sociales es una de las manifestaciones más evidentes de la revolución tecnológica de las últimas décadas. Aunque su capacidad para la comunicación o el entretenimiento es el aspecto que más se percibe habitualmente, en los últimos años algunos estudios van destacando poco a poco su potencial educativo. Cada vez son más los proyectos didácticos que se sirven de una u otra red social: *WW2 Tweets from 1940* y *RealTime WWI*, en *Twitter* (actualmente *X*), perfiles como los de doña *Ana de Austria* y doña *Jacinta 2.0* en *Facebook* (Téllez 2023) o el de Francisco de Goya en *Instagram* (Ciria Sánchez 2023) son solo algunos ejemplos al respecto. Y es que autores como Serge Noiret opinan que las redes sociales “están ampliando la posibilidad de producir y diseminar conocimiento también en el campo de la Historia” (2018: 112). Este punto de vista es compartido en mayor o menor medida por otros especialistas (Túñez y Sixto 2012; Takseva 2013; o Gamboa 2022). Visto desde su punto de vista, la explosión de las redes sociales como medio de comunicación y de intercambio de información presenta una oportunidad revolucionaria también para la transmisión del conocimiento histórico.

Por otro lado, la literatura en torno a los viajes en el tiempo tiene ya una larga tradición desde la publicación de la primera novela que explotó esta temática: el *Anacronópete* de Enrique Gaspar (1887). Según el propio protagonista este artefacto, una especie de arca de Noé “debe su nombre a tres voces griegas: Ana, que significa hacia atrás; crono, el tiempo, y petes, el que vuela”. Precedió en casi 10 años a la célebre *The Time Machine*, de H. G. Wells, cuyo éxito internacional abrió el subgénero a otros muchos autores y no solo del mundo de la literatura. Volviendo al ámbito hispanohablante y a los últimos años, es más que conocida la serie de televisión *El Ministerio del Tiempo*, que ya va por su cuarta temporada (se ha confirmado el rodaje de la quinta), con gran éxito de crítica y público, aunando, dicho sea de paso, la Historia con la televisión y ofreciendo un interesante recurso didáctico (Rovira-Collado, Llorens García, Fernández Tari 2016).

Para finalizar, y como tercera pata del proyecto tendríamos la aplicación en él de las técnicas propias del *hot seating*, es decir, de la empatía histórica, una actividad didáctica habitual en el mundo anglosajón, pero poco frecuente en España, consistente en que un actor caracterizado como un personaje histórico visite el aula e interactúe con los estudiantes (Lazarakou 2008; Guillén 2016). Hemos adaptado este enfoque a esta actividad. Para nuestra “agencia de viajes temporales” cada participante debe seleccionar un “embajador” y “ponerse en sus zapatos” para poder ofrecer experiencias en sus respectivas épocas. El resultado, los vídeos de cada uno de ellos, puede ser visualizado desde cualquier rincón del mundo, lo que permitiría emular las “visitas” del *hot seating*, solo que en versión virtual.

Viajes en el tiempo, empatía histórica y empleo de nuevas tecnologías como plataforma fueron las tres premisas previas ofrecidas a los estudiantes a la hora de confeccionar su proyecto de innovación docente.

2. MARCO Y DESARROLLO DEL PROYECTO

El marco del proyecto son las aulas de la asignatura Innovación educativa en Ciencias Sociales, una optativa que se imparte a alumnos de 3.º del Grado de Educación Primaria de la Universidad de La Rioja. Como el propio nombre indica, el objetivo de la materia es profundizar en la capacidad innovadora de los futuros maestros dotándoles de los conocimientos y herramientas necesarias para trasladarla en un futuro próximo a los colegios de Primaria donde desempeñen su tarea docente.

Una de las actividades estrella de la asignatura es el desarrollo de un proyecto de innovación docente cuyos protagonistas sean los propios alumnos. A lo largo de los años se han completado iniciativas tan interesantes como la creación de perfiles de *Facebook* o *Instagram* de personajes históricos destacados o el diseño de una *Escape Street* (la versión al aire libre de las *Escape Rooms*). En los cursos 2019-20 y 2020-21, la opción seleccionada fue esta “agencia de viajes intertemporales”.

El punto de partida siempre es el mismo: un debate abierto a toda la clase a manera de *brainstorm* en el que se anotan todas las ideas que surgen sobre cómo enfocar el proyecto. Tras discutir distintas posibilidades los alumnos escogieron trabajar en algo que emplease las redes sociales como plataforma de difusión, seleccionando más concretamente, los vídeos cortos como recurso a generar. Se pusieron sobre el tapete distintas posibilidades: shorts de *Youtube*, vídeos *Tik Toks*... Sin embargo, la decisión de crear una “agencia de viajes intertemporales” al estilo de *Carpe Diem*, la presentada en el capítulo 34 (tercera temporada) del *Ministerio del*

*Tiempo*¹, hizo que la mayoría prefiriese la red social *Instagram*, muy popular entre los jóvenes de su edad, y su herramienta *reels*. Existe suficiente literatura académica que apoya su empleo en la universidad (Alonso y Terol 2020).

Una vez establecido el marco del proyecto se pasó a definir las épocas históricas a trabajar en él. Para ello se acudió al Decreto 24/2014, de 13 de junio, por el que se establece el currículo de la Educación Primaria en la Comunidad Autónoma de La Rioja, con el fin de casar los intereses de los estudiantes participantes en el proyecto, con las necesidades reales de un alumno del ciclo de Educación Primaria. Cada época histórica debía ser “presentada” por un “embajador”, esto es, un personaje célebre que hubiese vivido en aquel tiempo y que invitase a los espectadores a visitar su periodo. En la siguiente tabla se ofrece el resultado de las deliberaciones

TABLA 1.
Épocas y “embajadores” seleccionados, con el nombre del alumno que los trabajará.

Época Histórica	Embajador	Alumno
Prehistoria	Troglodita	Leyre
Egipto Antiguo	Cleopatra	Carlos
Grecia Clásica	Gaia	María
Roma Antigua	Cornelia Escipión	Amara
Vikingos	Rey Ragnar	Mikel
Francia medieval	Juana de Arco	Lucía
Inquisición	Torquemada	Alejandra
Renacimiento	Julio II	Silvana
Descubrimiento América	Cristóbal Colón	Yenerith
Revolución Francesa	Olympe de Gouges	Eva
Guerra Civil	Franco	Alfonso
Bomba atómica	Einstein	Teresa
Primer viaje a la Luna	Neil Amstrong	María

Respecto al tono de los vídeos se acordó buscar un modelo próximo al anuncio de publicidad, donde el “embajador” intentase “vender” su destino a un público amplio utilizando los recursos propios del *marketing*. Se aconsejó el empleo del sentido del humor y se

¹ El capítulo puede visionarse en este enlace <https://www.rtve.es/play/videos/programa/ministerio-del-tiempo-carpe-diem-agencia-viajes-intertemporales/4280310/>.

promocionó la práctica de las habilidades retóricas y de oratoria (tanto en el aspecto del lenguaje verbal como en el del no verbal) para ayudar a cautivar al espectador. Aunque no incluidas en los objetivos primordiales del proyecto, se consideraron competencias que se podían trabajar transversalmente y que serían de suma ayuda en el futuro profesional de los alumnos participantes en la actividad.

Una vez establecido este marco de trabajo, el proyecto se ha desarrollado en varias fases:

Fase 1: en la primera se ha realizado el acopio de información necesaria sobre el personaje histórico a través de una investigación documental e iconográfica de su biografía. Para reforzar esta búsqueda varias actividades de la propia asignatura se han enfocado en facilitar esta recopilación de información necesaria para recrear del modo más convincente posible a los “embajadores” y su época. Así, por ejemplo, la elaboración de un “currículo vitae” de cada uno de los “embajadores”, una línea del tiempo de su época, etc. De este modo, a su vez, se daba a conocer a los estudiantes otras herramientas básicas para el estudio histórico (fuentes documentales e iconográficas, biografías, ejes cronológicos).

Fase 2: una vez completada esta primera fase de investigación, se ha procedido al diseño de los guiones de cada uno de los vídeos, teniendo en cuenta aspectos no solo relativos al texto, sino también al vestuario y *atrezzo* a emplear, a los medios técnicos (audio, vídeo, fondos, imágenes de relleno), etc.

Fase 3: la tercera fase ha consistido en la grabación de los cortos por cada uno de los estudiantes.

Final: para finalizar se realizó una puesta en común y visualización de todos los vídeos obtenidos, paso previo a la creación del perfil de *Instagram* y su subida a la red.

3. OBJETIVOS ALCANZADOS

Una vez finalizado el plazo de ejecución del Proyecto de Innovación Docente podemos definir los objetivos que se han cumplido. Por un lado, están los relacionados con los alumnos de la asignatura Innovación Educativa en Didáctica de las Ciencias Sociales:

- Dar a conocer a los alumnos de la asignatura el potencial de las redes sociales como recurso didáctico para la enseñanza-aprendizaje de Historia.
- Desarrollar competencias para la creación de un recurso de estas características y sus recursos satélites (líneas de tiempo, mapas interactivos, genealogías, juegos interactivos, memes, fotomontajes, etc.).

- Fomentar las capacidades vinculadas a la investigación de un tema histórico: consulta de fuentes primarias, bibliografía, proceso de información histórica...

Por otro, los vinculados a la comunidad educativa en general:

- Crear un recurso transmedia enfocado a los diversos niveles educativos capaz de ayudar en los procesos de enseñanza-aprendizaje de la Historia Universal y de diversos temas transversales (especialmente, valores como el feminismo, el ecologismo, el respeto y la tolerancia, etc.)

El sentir general del alumnado tras la realización del proyecto es sumamente positivo, destacándose la manera innovadora de afrontar la enseñanza-aprendizaje de la Historia y la motivación generada por el enfoque seleccionado.

4. RESULTADOS OBTENIDOS

Si ponemos el acento en los resultados de aprendizaje de los alumnos implicados en el proyecto, cabe decir que han sido muy satisfactorios. Se ha podido evaluar positivamente el nivel de aprendizaje de las competencias implicadas en el desarrollo del perfil de la Agencia de Viajes Intertemporales (digital, lingüística, sociales, aprender a aprender) así como numerosos contenidos que se han tenido que investigar para la elaboración del recurso. Además, los estudiantes han mostrado un alto nivel de implicación en el proyecto, destacando la motivación que han afirmado sentir por participar en una iniciativa de estas características.

Si nos concentramos en el recurso resultante, cabe reconocer que tanto desde el punto de vista del diseño del perfil como de la elaboración técnica de los vídeos hay numerosos aspectos mejorables. Las limitaciones que la pandemia ha impuesto a todo tipo de actividad no son ajenas a estas imperfecciones ya que no ha sido posible realizar grabaciones de mayor calidad en estudios más profesionales (en la propia localidad donde se asienta la universidad hay algunos, como el de Gota de Leche, disponibles a interesados particulares en general), invertir tiempo y esfuerzo en la adquisición/elaboración de un vestuario apropiado (pudiendo requerirse incluso el asesoramiento de algún recreador histórico), etc. En todo caso no parecen dificultades insoslayables en el futuro si se desea replicar la actividad.

5. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Considerado en su globalidad el proyecto puede ser evaluado positivamente por haber alcanzado los objetivos que se proponía, admitiendo los diversos aspectos que podrían mejorarse citados en el epígrafe anterior.

Destaca por encima de todo la motivación que se ha generado en el alumnado, multiplicando la implicación y el trabajo con respecto a actividades de corte más tradicional. En las valoraciones posteriores, los estudiantes valoran muy positivamente que se tenga en cuenta su opinión a la hora de diseñar el proyecto, que se introduzca el uso de las TICs en él y especialmente una herramienta de su día a día como son las redes sociales, y un enfoque que permite conocer la Historia de un modo alternativo, lúdico y participativo.

6. MATERIAL ELABORADO, ADQUIRIDO Y DISPONIBILIDAD PARA SU USO

El principal material elaborado es el perfil de Instagram propiamente dicho, totalmente abierto al público y disponible en https://www.instagram.com/carpediem_viajeintertemporal/channel/. En él se ha colgado una selección de todos los vídeos grabados por expreso deseo de algunos alumnos (no todos han dado permiso para hacer pública su contribución) o por la escasa calidad de alguno de ellos (bien sea técnica o bien sea de contenido).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALONSO, Nadia y TEROL, Raúl (2020). Alfabetización transmedia y redes sociales: Instagram como herramienta docente en el aula universitaria. La Revista Icono 14, 18(2), 138-161. <https://doi.org/10.7195/ri14.v18i2.1518>.
- CIRIA SÁNCHEZ, Andrea (2023). Francisco de Goya: una propuesta didáctica para la enseñanza de historia a través de Instagram [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de La Rioja]. Trabajos académicos-Universidad de La Rioja.
- DECRETO 24/2014, DE 13 DE JUNIO [con fuerza de ley]. Por el que se establece el currículo de la Educación Primaria en la Comunidad Autónoma de La Rioja. 16 de junio de 2014. BOR nº 74.
- GAMBOA FALLAS, Marisol (2022). Enseñar historia mediante las redes sociales y enseñar sobre las redes sociales mediante la historia: los alcances de las redes sociales en la enseñanza de la historia. Revista Perspectivas: Estudios Sociales y Educación Cívica, 24, 2022, 1-20. <http://dx.doi.org/10.15359/rp.24.3>.
- GUILLÉN FRANCO, Marcos (2016). Un viaje al siglo XVI a partir de los casos de un corsario y un bandolero. Una experiencia de empatía histórica en Secundaria. CLIO. History and History teaching, 42.

- LAZARAKOU, Elisabeth (2008). Empathy as a Tool for Historical Understanding: An Evaluative Approach of the Ancient Greek Primary History Curriculum. *International Journal of Social Education*, 23, 27-50.
- NOIRET, Serge (2018). Trabajar con el pasado en internet: la historia pública digital y las narraciones de las redes sociales. *Ayer* 110, 111-140.
- OLIVARES, Javier, YUBERO, Alicia, ROY, María y VIGIL, Marc (Productores ejecutivos). (2015-2020). El Ministerio del Tiempo [Serie de Televisión]. Onza Partners, Cliffhanger, Globomedia y TVE.
- ROVIRA-COLLADO, José, LLORENS GARCÍA, Ramón F. y FERNÁNDEZ TARI, Sara (2016). Una propuesta transmedia para la Educación Literaria. El ministerio del Tiempo. XIV Jornadas de Redes de Investigación en Docencia Univesitaria: investigación, innovación y enseñanza universitaria: enfoques pluridisciplinarios, 569-584.
- TAKSEVA, Tatjana (2013). Social Software and the Evolution of User Expertise. *Future Trends in Knowledge Creation and Dissemination*. Hershey: Information Science Reference.
- TÉLLEZ, Diego (2023). Doña Jacinta 2.0: Un proyecto para la enseñanza de historia a través de Facebook. *Contextos Educativos: Revista de Educación*, 31, 135-154. <https://doi.org/10.18172/con.5077>.
- TÚÑEZ LÓPEZ, Miguel y SIXTO GARCÍA, José (2012). Las redes sociales como entorno docente: análisis del uso de Facebook en la docencia universitaria. *Pixel-Bit, Revista de Medios y Educación* 41, 77-92.
- WELLS, Herbert George (1895). *The Time Machine*. London: William Heinemann.