

## **XI Encuentro de Didáctica de la Historia Económica**

Santiago de Compostela, 26 y 27 de junio de 2014

### **Sesión**

#### **Cursos/aulas virtuales: posibilidades y limitaciones**

##### **Coordinadores:**

Mauro Hernández Benítez (UNED) y  
José Ubaldo Bernardos Sanz (UNED)

##### *Comunicación*

*El desarrollo económico en imágenes. El uso de Pinterest como herramienta  
para la docencia de historia económica*

##### **Autores/as:**

María Gómez Martín (Universidad de Oviedo/Archistec)  
Misael Arturo López Zapico (Investigador colaborador del Instituto Franklin-UAH y  
UNED/Centro asociado de Asturias)  
Julio Tascón Fernández (Investigador colaborador del Instituto Franklin-UAH (IP) y  
Universidad de Oviedo)

# **EL DESARROLLO ECONÓMICO EN IMÁGENES. EL USO DE PINTEREST COMO HERRAMIENTA PARA LA DOCENCIA DE HISTORIA ECONÓMICA**

**María Gómez Martín** (Universidad de Oviedo/Archistec)

**Misael Arturo López Zapico** (Investigador colaborador del Instituto Franklin-UAH y UNED/Centro asociado de Asturias)

**Julio Tascón Fernández** (Investigador colaborador del Instituto Franklin-UAH (IP) y Universidad de Oviedo)

## **RESUMEN**

Toda vez que la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) es ya una nueva realidad que ha influido en los hábitos de trabajo tanto de los docentes de Historia económica como de nuestros alumnos, hemos de encontrar metodologías que permitan acometer las complicaciones prácticas de una enseñanza basada en la adquisición de competencias. Dentro de esta filosofía de trabajo presentamos una práctica en torno a la revolución industrial recurriendo a la red social Pinterest, la cual pese a tener una gran implantación en los países anglosajones aún tiene en nuestro territorio una notable potencialidad de crecimiento.

Se trata de una herramienta basada en la máxima “una imagen vale más que mil palabras”. Por eso puede resultar adecuada para transmitir un conocimiento contextualizado a esos alumnos que en ocasiones son incapaces de visualizar elementos tan decisivos para la actividad económica desde una perspectiva histórica como pueden ser: el castillete de una mina, unas vías férreas, el tendido telegráfico o, en general, paisajes, herramientas y espacios industriales.

## **PALABRAS CLAVE**

Pinterest, Historia económica, Revolución industrial, Práctica, EEES

## **PUNTO DE PARTIDA: BUSCANDO UNA SOLUCIÓN A LOS PROBLEMAS**

Echando la vista atrás a los encuentros de didáctica que la AEHE ha realizado en lo que llevamos de siglo XXI podemos observar como en sus programas las incógnitas que presentaba la adecuación de los estudios universitarios españoles al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) aparecían siempre como uno de los temas recurrentes.<sup>1</sup> Como es lógico, esta atención fue transformándose desde un sentimiento que observaba su implantación como una oportunidad para el área de Historia e Instituciones Económicas –aunque ya anticipaba peligros que, como por ejemplo la masificación de los grupos, han acabado convirtiéndose en una realidad– hacia un claro pragmatismo (Arenas & Galán, 2003). El mismo evidenciaba hasta qué punto los docentes buscaban conocer la experiencia de sus pares, e incluso encontrar consuelo en ellos, dado que habían tenido que enfrentarse casi en soledad a una conversión mucho más profunda que un mero cambio en la filosofía educativa. De hecho, aquellos que habían contemplado la posibilidad de incorporarse al EEES mudando meramente el vocabulario pero realizando, en esencia, lo mismo que venían haciendo en cursos anteriores no han tardado en ser conscientes de su error. Las modificaciones han afectado también a la estructura administrativa y a la gestión general del curso por lo que, por más que puedan existir casos más aislados, aquel docente que no cumpla preceptos tales como pueden ser la consideración de la evaluación continua en la calificación final del alumno se arriesgan a tener problemas administrativos inexistentes hasta hace unos años.<sup>2</sup>

Algo muy distinto es que quienes escribimos estas líneas juzguemos que en esta implantación del EEES predominan más las sombras que las luces. Sin duda, era

---

<sup>1</sup> Los programas de los anteriores encuentros de didáctica de la asociación se pueden consultar en [http://www.aehe.net/docencia-seccion/didactica\\_encuentrosanteriores.html](http://www.aehe.net/docencia-seccion/didactica_encuentrosanteriores.html). Además también se pueden consultar las ponencias clasificadas por temas, lo que sirve para ponderar qué cuestiones han recibido una mayor atención. En este sentido, más allá de los apartados de prácticas en el aula y propuestas didácticas, los cuales son una especie de cajón de sastre, destacan los dedicados a la adaptación al EEES y las Nuevas Tecnologías. Véase [http://www.aehe.net/docencia-seccion/didactica\\_ponenciastemas.html](http://www.aehe.net/docencia-seccion/didactica_ponenciastemas.html).

<sup>2</sup> Un claro ejemplo lo encontramos, por ejemplo, en la normativa que rige la evaluación de los estudios de grado en la Universidad de Oviedo donde se indica en su artículo 20 que: “los resultados de las pruebas y actividades de evaluación desarrolladas durante el período lectivo deben hacerse públicos al menos cinco días naturales antes de la fecha de la prueba final de evaluación, o, en el caso de no existir esta prueba, antes de que finalice el período de evaluación final del semestre correspondiente. La publicación podrá realizarse exclusivamente por medios telemáticos, siempre que se garantice la protección de datos personales” (BOPA, 2010).

necesaria una profunda renovación del sistema universitario español pero como lamentablemente suele suceder no se han movilizad los recursos suficiente,s ni se ha tenido en consideración la opinión de gran parte de la comunidad educativa. El resultado ha sido que el sistema de educación en competencias ha quedado lastrado por la imposibilidad de aplicar estos criterios en aulas con más de ochenta alumnos – cifras muy lejanas a las aprobadas durante la verificación de los grados– y unas plantillas que se han visto reducidas de forma severa. Todo ello por no hablar de la escasa comunicación existente entre los diversos departamentos implicados en los grados que propicia que se sigan manteniendo solapamientos y zonas de sombra salvo que exista una verdadera labor de coordinación que suele traducirse en más carga de trabajo, sin reconocimiento, para aquellas personas realmente comprometidas con una mejora de la calidad y preocupadas por la formación del alumnado. No es por tanto extraño que dentro de las sesiones planificadas para las presentes jornadas se dedique una a debatir justamente sobre las competencias y su evaluación.<sup>3</sup>

Sin embargo, por más que existan voces advirtiendo sobre la desnudez del emperador, su cortejo no ha aminorado la marcha. Nuevamente, los encuentros de didáctica de la AEHE son un correcto termómetro para calibrar esta evolución, pues si anteriormente se hablaba de grados y programaciones, desde 2007 empezó a existir una preocupación por la Historia económica en los cursos de posgrado que se ve hoy acentuada por el análisis sobre las escuelas de doctorado que comienzan a poblar el sistema universitario español y los requerimientos para los futuros doctores. En suma, es preciso no caer ni en la desidia ni en la complacencia, pero sobre todo tratar de combatir el desánimo con las pocas armas de las que disponemos. A falta de un profundo reordenamiento, cada vez más necesario ante la imposibilidad de ocultar las deficiencias existentes, los docentes hemos, pues, de valernos de medios que permitan superar las dificultades siendo un buen aliado las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Al igual que manteníamos una postura crítica hacia las bases de Bolonia tampoco estas herramientas son la panacea, pero si pueden ayudar a que los docentes interesados por ofrecer a los estudiantes una experiencia educativa lo más completa posible puedan ahorrar tiempo y sobre todo evitar desmoralizarse. Sobre todo, cuando también por parte del alumnado existen notables carencias que no se circunscriben únicamente a una falta de conocimientos sino que obedecen, a su vez, a una innegable ausencia de motivación, causada, entre

---

<sup>3</sup> Véase el programa del encuentro en <http://www.usc.es/es/congresos/xiedhe/programa.html>.

otras cuestiones, por las nulas expectativas que ofrece el mercado laboral en nuestro país.

Dicho todo lo anterior y ciñéndonos a la necesidad de tratar de desarrollar la labor docente de la mejor forma posible pese a las mencionadas limitaciones, la práctica que exponemos a continuación pretende ejemplificar cómo las nuevas tecnologías pueden servir a nuestros fines. Partiendo de experiencias anteriores sobre el uso del potencial de las redes sociales para despertar el interés de los estudiantes por la Historia económica (López Zapico & Tascón Fernández, 2013) y, sin renunciar a los elementos positivos que pueden extraerse de los presupuestos del constructivismo (Fosnot, 1996) o el conectivismo (Siemens, 2005), recurrimos ahora a Pinterest; una herramienta que, frente a otras redes como Twitter o Facebook en las que priman los contenidos textuales más que los visuales, fomenta el uso de las imágenes haciendo suya la máxima “una imagen vale más que mil palabras”. Característica que permitirá combatir una de las carencias que hemos venido detectando en los alumnos más jóvenes: su falta de capacidad para visualizar objetos, tecnologías o usos sociales de épocas pretéritas. Debilidades que se hacen especialmente notables durante los temas dedicados a analizar los procesos de industrialización y que han propiciado que centremos nuestra práctica en este periodo.

## **EL USO DE PINTEREST COMO HERRAMIENTA DOCENTE: UNA OPORTUNIDAD POR EXPLORAR**

Los datos atestiguan que las redes sociales en Internet se han convertido en un espacio de interacción sin más barreras que las tecnológicas con una marcada tendencia al crecimiento (Shaw, 2012). Independientemente del rumbo que puedan adoptar en un futuro próximo –existiendo la posibilidad de que haya trasvases de usuarios de unas a otras, puedan aparecer otras nuevas o se tienda a la especialización–, parece claro que son una realidad duradera y a la que los docentes no debemos dar la espalda.<sup>4</sup> De hecho, consideramos como muy buena noticia la consolidación de redes sociales destinadas a que los investigadores difundan los resultados de sus trabajos como puedan ser Academia, ResearchGate, Feelsynapsis, etc. En otras palabras, al igual que hemos asimilado instrumentos como el correo electrónico, las presentaciones multimedia o los campus virtuales, debemos ser

---

<sup>4</sup> Un breve informe realizado recientemente por la consultora We are social cifraba que a la altura de enero de 2014, más de 1.800 millones de personas eran usuarios activos de redes sociales en el mundo lo que arroja que 1 de cada 4 habitantes del mundo utilizan estas herramientas (We Are Social, 2014).

receptivos a la incorporación de estas plataformas bien en su faceta generalista o bien aquellas especialmente diseñadas para la enseñanza. Así existe ya una larga literatura al respecto sobre experiencias muy diversas y con múltiples objetivos que sirve para reflejar su amplio calado en la comunidad educativa (Rennie & Morrison, 2013).

Para nuestra práctica hemos apostado en esta ocasión por una red focalizada en la difusión de imágenes y que puede considerarse como una recién llegada si la comparamos con otras plataformas mucho más consolidadas como pueden ser Facebook, YouTube o Twitter. Todo ello claro, teniendo en cuenta la rapidez que caracteriza a este mundo 2.0 (Van Dijck, 2013). Nos estamos refiriendo a Pinterest la cual dio sus primeros pasos en 2010, pero no fue hasta el año siguiente cuando realmente se convirtió en un fenómeno a escala global. Organizada como un enorme tablón de anuncios, su filosofía es la de compartir ideas, curiosidades y todo tipo de proyectos creativos bajo un denominador común: el poder de la imagen (Macías, 2013).<sup>5</sup> Sus usuarios disponen, por tanto, de un espacio en el que pueden subir fotografías y toda clase de recursos gráficos –en el lenguaje de Pinterest se conocen cada uno de ellos como pin por la similitud con la chincheta que soportaría el anuncio en un tablón–, así como replicar los pines de otros perfiles (repinear).<sup>6</sup> Entre las funcionalidades de Pinterest para su uso como herramienta docente, al margen de tratarse de una red social abierta y, por ende, sin coste adicional, destaca la posibilidad de ordenar estos pines por categorías en tantos álbumes como se considere oportuno así como la de realizar búsquedas por palabras clave (etiquetas).

Aunque con evidentes limitaciones frente a otras redes generalistas, la fuerza que le otorgaba ser una plataforma altamente visual en un contexto en el que la popularización de los *smartphones* hace que sus usuarios dispongan de una cámara fotográfica que permite compartir las instantáneas de forma inmediata, llevó a que en 2013 los perfiles registrados en Pinterest alcanzaran los 70 millones de los cuales aproximadamente un 20% la utilizaban con una frecuencia mensual (The Next Web, 2013). Un rápido crecimiento que todavía no parece haber tocado techo y que ayuda a explicar que en su momento fuera la primera red social en alcanzar los 10 millones de usuarios en un menor plazo de tiempo que el resto de redes. Sin embargo, este

---

<sup>5</sup> En un reciente estudio basado en datos obtenidos de la observación del comportamiento de estudiantes universitarios que utilizan Pinterest se indica que las cinco motivaciones principales para usar Pinterest se organizan en las dimensiones: moda, proyectos creativos, entretenimiento, exploración virtual –que incluiría ideas, inspiración, aprendizaje– y organización (Mull & Lee, 2014).

<sup>6</sup> Su nombre es un juego de palabras que aúna *pin* e *interest* para representar que se comparte aquello que pueda ser atractivo para nuestros seguidores ([www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)).

fulgurante éxito se debe sobre todo a su buena acogida entre los angloparlantes siendo todavía un reto para sus programadores conquistar otros idiomas.<sup>7</sup>

Este explosivo incremento no tardó en despertar el interés de los estudiosos quienes pronto defendieron su potencial empresarial al tener una disposición que invitaba a su uso como recurso publicitario y que hacía de Pinterest una atractiva vía para un marketing directo no excesivamente invasivo (Gilbert, Bakhshi, Chang, & Terveen, 2013).<sup>8</sup> Además de analizar sus particularidades frente a otros sitios de *microblogging* como Twitter o aplicaciones para compartir fotografías de manera inmediata como Instragram, otra variable que se ha estudiado es el diferente comportamiento de los usuarios de Pinterest según su género al haber sido descrita en ocasiones como una red preferentemente femenina (Ottoni et al., 2013; Phillips, Miller, & McQuarrie, 2013; Ródenas, 2013; Sago, 2013). Cabe mencionar, a su vez, que el perfil del usuario medio de la red se encuentra en un segmento de edad que va de los 25 a los 34 años (32%), seguido muy de cerca por el que comprende a los usuarios más jóvenes (de los 16 a los 24 años) (GlobalWebIndex, 2014).

Más allá de estas cuestiones de innegable interés práctico para marcas comerciales, artistas gráficos o industrias culturales de diversa condición, también existen ya algunos autores que han señalado la capacidad de Pinterest para auxiliar en la práctica docente a distintos niveles. Entre las aplicaciones sugeridas están las de utilizar el tablón virtual para compartir recursos adicionales con los alumnos, orientarlos a nivel bibliográfico, usarla de manera colaborativa o promover que sean los propios estudiantes quienes gestionen que contenidos merecerían la pena ser agregados (Educators Technology, 2012, 2013; Online Universities, 2012). Sin embargo, apenas se ha pasado aún a la fase en la que estos trabajos –que también tienen su réplica en los procesos formativos de futuros *community manager* o gestores de recursos humanos (Price, 2013)– han ido más allá de señalar la necesidad de implementar métodos de enseñanza y aprendizaje activos, tendiendo lazos hacia la introducción en el aula de tecnologías móviles como pueden ser *smartphones*, tabletas, libros electrónicos, etc. (Cassidy et al., 2014; O'Bannon & Thomas, 2014). En suma, parece existir un consenso en torno a la necesidad de que los profesores se

---

<sup>7</sup> De los aproximadamente 70 millones de usuarios de Pinterest a nivel mundial en 2013 más del 70% se ubicaba en Estados Unidos, y no es hasta el puesto cinco cuando aparece México como primer país no angloparlante, si bien es necesario tener en cuenta su proximidad a la potencia norteamericana. España ocupa un meritorio séptimo lugar, en este ranking, con una cifra que ronda las 700.000 cuentas abiertas.

<sup>8</sup> Una descripción muy básica de lo que se califica como marketing invasivo la encontramos en Manzano (2010). Para su diferenciación frente al marketing de permiso puede servir la píldora informativa accesible en <http://www.dineroenimagen.com/2013-11-22/29249>.

encuentren con sus alumnos allá donde están, es decir, en las redes sociales (Loizzo & Ertmer, 2014) lo que no deja de ser una plasmación de los ideales conectivistas aplicados a todos los niveles educativos desde primaria hasta las etapas superiores (Sheninger, 2014).

Por lo anteriormente mencionado, Pinterest aparece como un campo fértil para hacer pruebas siguiendo el camino apenas desbrozado con anterioridad por algunos colegas. Así, contamos con experiencias desde el ámbito del diseño gráfico (Holt, 2012), la sociología (Jurgenson, 2012) o la antropología (Pearce & Learmonth, 2013), pero no hemos encontrado ninguna práctica centrada en la Historia económica.<sup>9</sup> Paradójicamente, ha sido una experiencia alejada propiamente de la práctica docente como es la desarrollada por los gestores de la Biblioteca de la universidad canadiense de Regina la que más nos ha servido para diseñar la incursión en nuestra materia (Hansen, Nowlan, & Winter, 2012; Shires, 2013).

Con el fin de dar a conocer sus servicios se convirtieron en activos usuarios de Pinterest, logrando un importante impacto con acciones tan sencillas como las de generar interés por las actividades de la institución así como dar a conocer las nuevas adquisiciones de la biblioteca. Para ello, crearon una cuenta a la que fueron sumando álbumes con títulos como «bibliotecas que nos encantan», «noticias de ayer» o «arte con libros». La utilización de fotografías antiguas, muchas de ellas subidas a Pinterest por diversos archivos, centros de documentación, museos y otras instituciones será uno de los ejes de la práctica que hemos diseñado. A la par, también juzgamos como muy recomendable emular su galería de imágenes de forma que tengamos la posibilidad de presentar a los estudiantes una suerte de bibliografía visual compartiendo las portadas de manuales o libros clásicos sobre el tema que nos concierne. Finalmente, también nos hemos inspirado en su tablero denominado «¿Qué estás leyendo?» pues su carácter colaborativo, orientado a que otros usuarios compartan y gestionen sus contenidos, esconde una clara aplicación de los preceptos sostenidos por el EEES. Los alumnos se implicarán de forma directa en la experiencia con Pinterest, desarrollarán competencias y habilidades tanto específicas como generales para, en último término, ser capaces de fomentar el trabajo autónomo tanto de ellos mismos como de sus pares.

---

<sup>9</sup> Sí que existe algún intento desde el ámbito de la economía, como esta propuesta del profesor Mo Tanweer sobre comercio internacional y proteccionismo WEB (Riley, 2012).

## DETRÁS DE LA HISTORIA HAY ALGO MÁS QUE TEORÍA

Atendiendo a la oportunidad que presenta Pinterest para fomentar un acercamiento a la Historia económica desde una perspectiva que pueda resultar menos distante al estudiante, hemos diseñado una práctica que pueda servir de ejemplo sobre cómo se podrían encarar un conjunto de acciones complementarias a las tradicionales explicaciones en clase o lecturas recomendadas. En nuestro caso hemos optado por centrarnos en un tema clásico como es la revolución industrial, sin menoscabo de que existan recursos suficientemente interesantes en esta red social que puedan ser utilizados para la ilustración de otros procesos históricos.

La elección no ha sido en todo caso casual pues hemos detectado las dificultades que tienen muchos alumnos para llegar a entender plenamente el shock social que produjo la industrialización o la magnitud de unos cambios tecnológicos que parecen hoy menospreciarse por su primitivismo. De ahí que, hayamos titulado la práctica con una expresión con la que queremos reforzar una idea que por su simplicidad en ocasiones acaba siendo soslayada. El germen del cambio y el protagonista de la Historia económica es, en definitiva, el ser humano. De poco sirve dominar conceptos como evolución, innovación o institución, si se pierde de vista la complejidad social que sustenta el devenir histórico. Por ello, consideramos necesario instruir a los alumnos de tal modo que sean capaces de mirar al pasado con el mismo nivel de comprensión que cuando observan el presente. De ahí sale el otro *leitmotiv* de esta práctica que enlaza íntimamente con la filosofía que anima a Pinterest: “una imagen vale más que mil palabras”.

Dejando a un lado posibles debates sobre si determinadas personas aprenden mejor con estímulos visuales frente a otras formas de construir conocimientos, lo que queremos destacar es la conveniencia de apoyarse en recursos audiovisuales en la docencia de una materia tan rica como la Historia económica. De lo contrario podemos caer en el error de pensar que los estudiantes serán capaces de cubrir la ausencia de los mismos por un instinto de curiosidad que posiblemente deberían tener desarrollado al llegar a las etapas superiores de la educación pero del que adolecen en la práctica. Además, al igual que es posible describir el tiempo presente de forma visual también las épocas pretéritas pueden reconstruirse recurriendo de esta manera (Barbosa, 2013).

Antes de describir el diseño de la práctica, cabe mencionar que al tratarse de un trabajo aún en curso las posibilidades de implementación del proyecto se modificarán en base a las necesidades sobrevenidas con la intención de subsanar las posibles

incidencias. Por tanto, lo importante no es tanto seguir el guion que hemos definido sino que cada uno pueda adaptarlo a su propio criterio.

## **LA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL (PRÁCTICA CON PINTEREST)**

### **OBJETIVOS GENERALES**

- Utilizar la red social Pinterest como medio para enriquecer el conocimiento de los alumnos de Historia económica.
- Ofrecer un espacio de diálogo y colaboración entre el docente y los estudiantes mediante el uso de un lenguaje tecnológico común.
- Fomentar el trabajo grupal e impulsar la capacidad del alumnado para encontrar fuentes de información susceptibles de ser utilizadas en su proceso formativo.
- Promover el trabajo autónomo, la crítica textual y el debate.
- Incorporar una metodología activa de carácter innovador que sirva para motivar a los alumnos y mejorar la práctica docente.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Comprender el proceso histórico que condujo a la revolución industrial y entender sus antecedentes.
- Ver la evolución técnica y los descubrimientos científicos como motor de la época.
- Reconocer las manifestaciones artísticas del periodo.
- Asimilar las principales interpretaciones historiográficas sobre el fenómeno.
- Observar el impacto de la revolución industrial en la sociedad y en el paisaje.

### **METODOLOGÍA Y ACCIONES A DESARROLLAR**

Al tratarse de una práctica que los alumnos deben realizar fuera de las horas lectivas la misma es plenamente compatible con el ritmo de trabajo que cada docente quiera establecer en sus clases. En nuestro caso consideramos que un plazo adecuado para maximizar los beneficios del uso de Pinterest puede ser un periodo que no exceda de

las 4-6 semanas. El inicio de la práctica podría plantearse a la par que comiencen las explicaciones de los temas relacionados con los procesos de industrialización y las causas que propiciaron que Inglaterra se convirtiera en su vanguardia. Tradicionalmente, al llegar a este punto del temario, solíamos incluir recursos gráficos en las presentaciones de power point e incluso visionábamos breves fragmentos de algún documental que sirviera para hacer más asequible la comprensión de esta auténtica revolución económica. Sin necesidad de renunciar a esta pauta, la principal novedad radica en que destinaremos una hora de las sesiones de prácticas a realizar un breve taller sobre Pinterest.

Previamente, es conveniente que el profesor, al margen de dominar el uso de la red social, haya creado un perfil público en la misma que pueda ser compartido con los estudiantes. En nuestro caso hemos creado una cuenta llamada “Archistec\_didáctica” (<http://es.pinterest.com/adidactica/>) que actuará como nuestro tablón principal al que iremos sumando otros álbumes específicos. Por la experiencia de la que disponemos en el manejo de Pinterest conviene que las categorías de estos últimos ya las tengamos definidas en el momento de implementar la práctica pues así podemos definirlos como colaborativos. Esta característica es la que permitirá a los alumnos compartir contenidos en cada uno de los tablonos prefijados y para su activación simplemente necesitaremos conocer el perfil con el que van a actuar nuestros alumnos. Este proceso de puesta en marcha puede realizarse perfectamente en una tarde y, al margen de las tareas de configuración, resulta oportuno que cada uno de los tableros disponga de un par de pines con el fin de ejemplificar qué tipos de contenidos pueden englobarse bajo las etiquetas creadas. Atendiendo a los objetivos específicos definidos anteriormente, nuestra propuesta incluye la creación de cinco tableros:

1. Trabajo infantil
2. Paisajes industriales
3. Inventos
4. Manifestaciones artísticas
5. Bibliografía



Una vez que ya disponemos de un perfil propio y hemos arrancado la cuenta pineando en todos los tableros, estamos listos para acometer la siguiente fase que hemos calificado como taller. Esta suerte de sesión cero será esencial para que la práctica funcione correctamente y seamos capaces de alcanzar los objetivos marcados. Durante la misma no solo se explicará con detenimiento cuál va a ser el desarrollo de la práctica –incluyendo expresamente una mención a cada una de las actividades que vamos a desplegar durante su ejecución– sino que también se ofrecerá a los estudiantes una información detallada sobre Pinterest y su funcionamiento. Como es posible que algunos ya conozcan la dinámica de esta red social, e incluso sean usuarios activos, es importante que al finalizar la sesión todos los alumnos puedan ser capaces de crear una cuenta y conocer los rudimentos básicos así como qué recursos pueden utilizar para dominar su manejo. Esto asegurará que los menos duchos en este tipo de plataforma no partan en una situación de desventaja frente a sus compañeros.<sup>10</sup>

Partiendo de esta clase inicial, durante el mes siguiente se llevará a cabo la parte principal del proceso la cual depende íntegramente del trabajo autónomo del alumno, aunque siempre con cierta supervisión del docente:

1. Cada estudiante será invitado a compartir dos pines en cada uno de los tableros siguiendo la división temática ya expuesta. Para ello tendrá un plazo de dos-tres semanas.
2. Finalizado este periodo, a la cuenta se habrán agregado un buen número de imágenes y se puede dar por concluida esta fase procediendo el profesor a deshabilitar la opción colaborativa.
3. A su vez se fijará una sesión práctica en la que se realizará una exposición conjunta de algunas de las imágenes más destacadas que servirá para abrir un

---

<sup>10</sup> Como apoyo a las explicaciones del profesor, en el campus virtual de la asignatura es conveniente compartir un breve prontuario que contenga las instrucciones para realizar la práctica, así como un enlace a la sección de ayuda de Pinterest: <http://help.pinterest.com/es>

debate que responda a cuestiones que sirvan conocer sus impresiones y la conexión que hayan sido capaces de realizar con la teoría.

Dado el carácter provisional que tiene esta práctica consideramos que es preferible que la misma no sea evaluada en esta primera edición aunque sí que se elaborará un cuestionario para sopesar el grado de satisfacción entre el alumnado y refinar su funcionamiento. Si por el contrario, se apostara por tener en cuenta la práctica para la calificación global la misma tendría que derivar no solo de la interacción en la red social de un entregable que habría de elaborar el alumno. En el mismo tendría que justificar porque cree que las imágenes que ha pinado son relevantes para la materia y deberá elegir para comentar una imagen de cada tablero compartida por alguno de sus compañeros.

## **CONCLUSIONES PROVISIONALES Y EXPECTATIVAS**

En esta primera aproximación a Pinterest aunque sea a un nivel esencialmente teórico, hemos ofrecido argumentos suficientes como para justificar su utilización en las aulas. El docente universitario debe ir acostumbrándose a este tipo de metodologías, pues solo así venceremos las dificultades que plantea la adaptación a la EEES. Consideramos que nuestra práctica contribuye a despertar el interés de un alumnado, en general, poco motivado y las expectativas desde un punto de vista coste-resultado parecen prometedoras. Por descontado, cuando dispongamos de datos sobre participación real estaremos en condiciones de aportar un análisis mucho más ajustado a los logros conseguidos.

En el texto nos hemos centrado solo en la faceta puramente visual de la herramienta pero no hemos de perder de vista que algunas de las descripciones que acompañan a las imágenes están hipervinculadas. Esto abre una puerta a maximizar los contenidos y, también, a un proceso de aprendizaje ampliado que podría basarse en la posibilidad de pinar vídeos o, incluso, clips de audio lo que también genera expectativas para introducir el análisis sobre aspectos tan interesantes como pueden ser los sonidos de las fábricas. Asimismo, la selección temática que hemos planteado – trabajo infantil, paisajes, etc. – puede ser modificada a conveniencia para añadir nuevas categorías que permitan introducir enfoques como el de la Historia ambiental, lugares de socialización etc. Por último, como campo también por explorar está la potencialidad de Pinterest para que los alumnos que cursen un grado con un itinerario bilingüe puedan mejorar sus habilidades idiomáticas y adquieran un nuevo vocabulario específico, gracias a este tipo de prácticas.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arenas, C., & Galán, A. (2003). "La Historia económica en el Espacio Europeo de Educación Superior". VII Encuentro de Didáctica de la Historia Económica, Murcia.
- Barbosa, M. V. (2013). "El caso de la red social Pinterest. Representación propia y coleccionismo virtual a través de imágenes". *Revista de Comunicación «Vivat Academia»*, 15 (122), 92-105.
- Boletín Oficial del Principado de Asturias N.º 125 de 1-VI-2010, Acuerdo de 30 de abril de 2010, del consejo de Gobierno de la Universidad de Oviedo, por el que se aprueba el reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje y de las competencias adquiridas por el alumnado.
- Cassidy, E. D., et al. (2014). "Higher Education and Emerging Technologies: Shifting Trends in Student Usage". *The Journal of Academic Librarianship*, 40 (2), 124-133.
- Dinero en imagen. (2013). "Marketing invasivo vs marketing de permiso". *Dinero en Imagen.com*. En <http://www.dineroenimagen.com/2013-11-22/29249>
- Educators Technology. (2012). "Educators Guide to the use of Pinterest in Education ~ Educational Technology and Mobile Learning". En <http://www.educatorstechnology.com/2012/06/educators-guide-to-use-of-pinterest-in.html>
- Educators Technology. (2013). "30+ Ways Teachers Can Use Pinterest ~ Educational Technology and Mobile Learning". En <http://www.educatorstechnology.com/2013/05/30-ways-teachers-can-use-pinterest.html>
- Fosnot, C. T. (1996). *Constructivism: theory, perspectives, and practice*. New York: Teachers College Press.
- Gilbert, E., Bakhshi, S., Chang, S., & Terveen, L. (2013). "«I Need to Try This»?": A Statistical Overview of Pinterest". En *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 2427–2436). New York, NY, USA: ACM. doi:10.1145/2470654.2481336
- GlobalWebIndex. (2014). "GWI Social Q4 2013 - Summary.pdf - Archivo compartido desde Box". En <https://propellergroup.app.box.com/s/g6hqyzz4jv7q48aoibrx>.

- Hansen, K., Nowlan, G., & Winter, C. (2012). "Pinterest as a Tool: Applications in Academic Libraries and Higher Education". *Partnership: The Canadian Journal of Library & Information Practice & Research*, 7 (2), 1-11.
- Holt, K. (2012). "Teachers pin with their students". *The Daily Dot*. En <http://www.dailydot.com/society/teachers-pin-their-students/>
- Jurgenson, N. (2012). "Pinterest and Feminism". *The society Pages*. En <http://thesocietypages.org/cyborgology/2012/03/05/pinterest-and-feminism/>
- Loizzo, J., & Ertmer, P. (2014). "10 Tips for Implementing Social Media in the Classroom". *Learning & Leading with Technology*, 41 (6), 32-35.
- López Zapico, M. A., & Tascón Fernández, J. (2013). "El uso de Twitter como herramienta para la enseñanza universitaria en el ámbito de las ciencias sociales: Un estudio de caso desde la Historia económica". *Teoría de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, 14 (2), 316-345.
- Macías, M. Á. G. (2013). *Pinterest. La red social visual y creativa*. Editorial UOC.
- Manzano, R. (2010). "Marketing invasive". *Marketing Weblog*. En <http://marketing.blogs.ie.edu/archives/2010/03/marketing-invasivo.php>
- Mull, I. R., & Lee, S.-E. (2014). «PIN» pointing the motivational dimensions behind Pinterest. *Computers in Human Behavior*, 33, 192-200.
- O'Bannon, B. W., & Thomas, K. (2014). "Teacher perceptions of using mobile phones in the classroom: Age matters!". *Computers & Education*, 74, 15-25.
- Online Universities. (2012). "16 Ways Educators Use Pinterest". *OnlineUniversities.com*. En <http://www.onlineuniversities.com/ways-educators-use-pinterest>
- Otoni, R., et al. (2013). "Ladies First: Analyzing Gender Roles and Behaviors in Pinterest". En *Proceedings of the Seventh International AAAI Conference on Weblogs and Social Media* (pp. 457-465).
- Pearce, N., & Learmonth, S. (2013). "Learning beyond the classroom: evaluating the use of Pinterest in learning and teaching in an introductory anthropology class". *Journal of Interactive Media in Education*, En <http://jime.open.ac.uk/jime/article/view/2013-12>

- Phillips, B. J., Miller, J., & McQuarrie, E. F. (2013). "Dreaming in Picture. Pinterest and the Visual Imagination". En American Academy of Advertising, Albuquerque.
- Price, K. B. (2013). "Using Pinterest as a training and Development Tool". *T + D Magazine*, 67 (11), 76-77.
- Rennie, F., & Morrison, T. M. (2013). *E-learning and Social Networking Handbook: Resources for Higher Education*. London: Routledge.
- Riley, G. (2012). Student Collaboration using Pinterest. <http://www.tutor2u.net>. En <http://www.tutor2u.net/blog/index.php/economics/comments/student-collaboration-using-pinterest>
- Ródenas, G. (2013). "Capturar es compartir. Filosofía, redes sociales y fotografía 2.0". *Enrahonar: Quaderns de filosofia*, (50), 59-72.
- Sago, B. (2013). "Factors Influencing Social Media Adoption and Frequency of Use: An Examination of Facebook, Twitter, Pinterest and Google+". *International Journal of Business & Commerce*, 3 (1), 1-14.
- Shaw, M. (2012). "The State of Social Media. Online Marketing Institute London". En <http://www.slideshare.net/IFslideshares/the-state-of-social-media-2012>.
- Sheninger, E. (2014). "Connectedness: The New Standard". *Principal Leadership*, 14, 46-52.
- Shires, J. M. (2013). "External Communications and Promotions: The University of Regina Library Experience". *Journal of Library Innovation*, 4 (2), 78-100.
- Siemens, G. (2005). "Connectivism: A learning theory for the digital age". En *International Journal of Instructional Technology and Distance Learning*.
- The Next Web. (2013). "SemioCast: Pinterest now has 70 million users and is steadily gaining momentum outside the US". *The Next Web*. En <http://thenextweb.com/socialmedia/2013/07/10/semioCast-pinterest-now-has-70-million-users-and-is-steadily-gaining-momentum-outside-the-us/>
- Van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press.
- We Are Social. (2014). *Social, Digital & Mobile Around The World (January 2014)*. En <http://www.slideshare.net/wearesocialsg/social-digital-mobile-around-the-world-january-2014>