

Segundo Congreso Internacional de Ciencias Humanas "Actualidad de lo clásico y saberes en disputa de cara a la sociedad digital". Escuela de Humanidades, Universidad Nacional de San Martín, San Martín, 2022.

# Estrategias a la hora de divulgar historia por redes sociales: el caso Historias Destacadas.

Sayavedra, Facundo.

Cita:

Sayavedra, Facundo (2022). *Estrategias a la hora de divulgar historia por redes sociales: el caso Historias Destacadas*. Segundo Congreso Internacional de Ciencias Humanas "Actualidad de lo clásico y saberes en disputa de cara a la sociedad digital". Escuela de Humanidades, Universidad Nacional de San Martín, San Martín.

Dirección estable: <https://www.academica.org/2.congreso.internacional.de.ciencias.humanas/47>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eoQd/wpX>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.  
Para ver una copia de esta licencia, visite  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.academica.org>.

# Estrategias a la hora de divulgar historia por redes sociales: el caso Historias Destacadas.

Facundo Sayavedra (UBA/UNSAM)

[facundosayavedra@gmail.com](mailto:facundosayavedra@gmail.com)

## Introducción

En este trabajo abordaremos diversas estrategias para divulgar historia por Instagram. Analizaremos un estudio de caso: Historias Destacadas, canal que tiene más de 13.000 seguidores en Instagram. ¿Qué tener en cuenta a la hora de emprender un proyecto de divulgación histórica por esta red social? ¿Cómo encontrar el equilibrio entre la inmediatez de la plataforma y la complejidad de nuestra disciplina? ¿Cómo hacemos para llegarle a más gente? Estas serán algunas de las preguntas en torno a las cuales girará la ponencia.

## Palabras clave

Divulgación, historia, redes sociales, Instagram, efemérides

## ¿Qué es Historias Destacadas?

Historias Destacadas (HD) nace en enero de 2020 como proyecto de divulgación histórica por redes sociales. Originalmente estuvo compuesto por Facundo Sayavedra, Hernán Morlino, Agustín Zimmerman y Alejandro Benvenuto<sup>1</sup> aunque estos dos últimos ya no forman parte del equipo.

Es un canal de divulgación y reflexión histórica por redes sociales. Si bien está presente en Facebook, YouTube y Twitter, cuenta con mayor presencia en Instagram. Razón por la cual, nos limitaremos exclusivamente al análisis de esta última plataforma.

Cantidad aproximada de seguidores:

RED SOCIAL	SEGUIDORES
INSTAGRAM	+13.000
FACEBOOK	+1.700
YOUTUBE	+1.300
TWITTER	+600

---

<sup>1</sup> Nos conocimos en los pasillos de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires (UBA) mientras cursábamos la carrera de Historia.

## ¿Cuál es el objetivo de HD?

El objetivo principal del espacio es compartir algunos aprendizajes adquiridos durante nuestra formación como profesores de Historia y fomentar el pensamiento crítico y la discusión política del presente.

Al provenir de la universidad pública, nos sentimos en deuda con una sociedad que, de manera indirecta, ha financiado nuestros estudios. Fue así que decidimos *regalarle*<sup>2</sup> buena parte de nuestros saberes brindando ciertas herramientas teóricas y compartiendo estudios de caso.

Buscamos seguir creciendo e ir conquistando espacios paulatinamente, no solo en redes sociales sino también en medios de comunicación tradicionales como radio, prensa y TV.

## ¿Cómo y qué clase de contenido hace HD?

El contenido es muy variado, abarca diversos periodos y regiones aunque nos concentramos en historia argentina contemporánea. Por lo general, trabajamos con una agenda mensual programada aunque dejamos un espacio para cuestiones de coyuntura. Hay ciertas *efemérides* que son ineludibles aunque buscamos abordarlas de manera original y, en lo posible, relacionándolas con algún suceso del presente.

Por ejemplo, el 17 de agosto de 2021, día del Paso a la Inmortalidad del General San Martín, decidimos hablar sobre el impuesto excepcional que el Libertador exigió a la población más rica en el marco de Guerra de la Independencia (1815). El objetivo del *posteo* era apelar a la historia para discutir el Aporte Solidario y Extraordinario<sup>3</sup> que había impulsado recientemente el gobierno del presidente Alberto Fernández.

## Estrategias y consejos para divulgar historia en Instagram.

En 2011, el historiador Gabriel Di Meglio publicó un artículo en donde habló sobre la relación entre la divulgación histórica y la academia. Su texto, entre otras cuestiones, da cuenta de una tensión y cierta desconfianza mutua entre ambas esferas (Di Meglio, 2011, p. 1). También ofrece una serie de consejos para divulgar la disciplina en medios tradicionales, sin embargo, poco se ha dicho sobre las redes sociales.

Para llenar ese vacío, proponemos las siguientes recomendaciones:

---

<sup>2</sup> Utilizamos este término ya que es un emprendimiento sin fines de lucro, aunque tenemos una sección en donde el público puede realizar aportes si así lo desea (Cafecito App).

<sup>3</sup> Ley 27.605 publicada en el Boletín Oficial el 18 de diciembre de 2020.

- Crear una marca: pensar un nombre (se sugiere utilizar la palabra *historia*, para que sea más sencillo encontrar este tipo de contenido), crear un logo, una estética con determinada letra y tamaño, una paleta de colores característicos y una buena descripción en el perfil.
- Al igual que recomienda Di Meglio, es fundamental ser sintético y emplear un lenguaje accesible. En los primeros párrafos debe estar claro el nudo o el problema. Sugerimos emplear la estructura periodística de las 5w (*Who, what, when, where, why*. Quién, qué, cuándo, dónde, por qué). No recomendamos ahondar en cuestiones historiográficas o en discusiones académicas.
- Debemos seleccionar imágenes y videos en alta definición. El buscador de Google, por ejemplo, tiene un filtro para esto: herramientas/tamaño/grandes.
- Instagram nos da la opción de establecer nuestra cuenta como *profesional*. Al hacerlo, podemos acceder a una serie de estadísticas gratuitas (qué cantidad de seguidores tenemos, género, edad, procedencia, etcétera). Estas métricas deben ser monitoreadas a menudo para tener una dimensión cabal de nuestros receptores.
- Una vez que contamos con información sobre nuestros seguidores debemos adaptar nuestro contenido. Por ejemplo, si nuestra audiencia es mayoritariamente joven deberíamos emplear ciertos modismos o términos propios de la juventud. En cuanto a la temática, si nos siguen de tal o cual provincia o país deberíamos concentrarnos en hablar sobre esa región.
- Subir contenido con frecuencia. Al menos una vez a la semana. También sugerimos compartir contenido de cuentas similares para generar vínculos recíprocos horizontales con otros colegas.
- Hacer uso del humor y mostrar la cara nos humaniza y puede ser útil para crear lazos con nuestros seguidores.
- En el caso de los videos, es fundamental su dinamismo. Debe haber constante movimiento, incluso cuando aparecen imágenes. Se recomienda emplear subtítulos.
- Los títulos deben ser llamativos y/o informativos. Por lo general los usuarios solo leen titulares, debemos llamar su atención o adelantarles de qué vamos a hablar.
- Un formato útil es el carrusel. Esto es, una serie de hasta 10 fotos junto a un texto breve en la misma imagen.
- Instagram nos permite escribir hasta 2.200 caracteres. El exceso de texto no funciona, un consejo es escribir párrafos breves y separados o reemplazar

palabras por íconos, por ejemplo, una bandera francesa en lugar de la palabra Francia.

- Usar #hashtags, entre 5 y 10. Ayudará a encontrar el contenido.
- Publicar las fuentes que usamos. Eso le dará credibilidad y calidad al posteo y además despertará el interés de quienes quieran profundizar las lecturas.
- Trabajar en equipo. Es deseable dividir tareas. Antes de publicar, debemos releer y chequear la información y la ortografía. Un error histórico nos resta credibilidad, un error ortográfico seriedad.
- Debemos contestar los comentarios, con respeto y seriedad. Como si fueran alumnos.
- En cuanto a las historias, recomendamos usar encuestas, música o cuestionarios. Es importante interactuar con nuestros seguidores, además esto le dará mayor alcance.

## ¿Cómo crecemos en Instagram?

Si queremos tener un alcance masivo es fundamental que nos siga mucha gente. Probablemente, un community manager tenga mejores respuestas para esta pregunta, sin embargo, desde nuestra experiencia, hemos aprendido algunas lecciones:

- Para crecer tenemos dos opciones: la primera es pagar, para eso debemos establecer nuestra cuenta como *profesional* e ir al apartado *herramientas publicitarias*. Allí podemos promocionar una publicación/historia dirigida tanto a buscar nuevos seguidores como a llamar la atención de los que ya tenemos. También existe la posibilidad de comprar seguidores<sup>4</sup>. La segunda opción es crecer manualmente. En principio, es fundamental seguir a mucha gente y esperar a que nos sigan de vuelta. Se recomienda comenzar con cuentas de historia o museos y luego seguir a sus seguidores ya que, probablemente, estén interesados en nuestra disciplina. Recomendamos descargar aplicaciones<sup>5</sup> para controlar a quienes seguimos y no nos siguen. A estos últimos deberíamos eliminarlos y seguir a otros.
- Es importante que, en principio, le pidamos a familiares, amigos y colegas que nos sigan y recomienden, que nos den “me gusta”, comenten, compartan y guarden la publicación. Esto hará que el algoritmo identifique la publicación como interesante y la destaque.

---

<sup>4</sup> Esto nunca lo hicimos, desconocemos como funciona ese mercado, pero existe.

<sup>5</sup> Una opción gratuita es *Followers/Unfollowers* (Android).

- Otra estrategia es comentar publicaciones de otras cuentas de historia, influencers o medios de comunicación. Es deseable que nuestro contenido coincida con el de la cuenta a la cual le comentamos. Por ejemplo, si Clarín sube una imagen de Sarmiento por el Día del maestro, invitar a quienes leen los comentarios a visitar nuestro sitio ya que vamos a hablar sobre esa efeméride o profundizamos algún aspecto.
- Tener cuidado con el uso de determinadas palabras e imágenes. La censura en Instagram existe y se llama *shadow ban* o *baneo*. El primero hará que nuestra publicación se oculte y el segundo nos suspenderá la cuenta. Puede ser momentáneo o para siempre. Recomendamos no publicar desnudos, malas palabras, imágenes explícitas, etcétera.

### **A modo de cierre**

La idea de este trabajo es que sirva como guía para aquellos historiadores e historiadoras que deseen dar sus primeros pasos en la divulgación histórica por Instagram. Buscamos, además, complementar los consejos que dio Gabriel Di Meglio para divulgar historia en medios tradicionales.

Si Historias Destacadas pudo pasar de 0 a más de 13.000 seguidores en menos de dos años (sin haber puesto plata, sin conocimientos previos y siendo autodidactas) significa que hay un interés por la historia contada por historiadores, incluso en una plataforma en donde prima la imagen y la inmediatez. Es falso que no haya espacio para la lectura y la reflexión. Debemos encontrar la manera de adaptar nuestro contenido para hacerlo riguroso y cordial.

Si no ocupamos estos espacios, otros lo harán. La historia es un campo de batalla donde no solo se combate en la academia y en los medios de comunicación tradicionales. En las redes sociales también se habla de historia.

### **Bibliografía:**

**Di Meglio**, Gabriel, “Wolf, el lobo. Observaciones y propuestas sobre la relación entre producción académica y divulgación histórica” en Revista Nuevo Topo nº 8, 2011.