

Оригинални научни рад
УДК: 81'243
316.472.4:004.738.12INSTAGRAM
37.091.3.:811.134.2
doi: 10.5937/zrffp54-48909

INSTAGRAM COMO HERRAMIENTA DIDÁCTICA EN LAS CLASES DE ELE

Irena M. SELAKOVIĆ¹
Universidad de Kragujevac
Facultad de Filología y Artes
Departamento de Filología Hispánica
Kragujevac (Serbia)

¹ irena.selakovic@filum.kg.ac.rs;  <https://orcid.org/0000-0003-2584-0922>

Примљен: 25. 1. 2024.
Прихваћен: 2. 12. 2024.

INSTAGRAM COMO HERRAMIENTA DIDÁCTICA EN LAS CLASES DE ELE²

Palabras clave:
clases de ELE;
herramientas
didácticas;
Instagram;
redes sociales;
estudiantes.

Resumen. En este trabajo nos centramos en la importancia de los perfiles de *Instagram* que se ocupan de la enseñanza de la lengua española. Nuestro objetivo es examinar su impacto en los estudiantes de primer año de la Facultad de Filología y Artes en la Universidad de Kragujevac que aprenden español como lengua extranjera. Los recursos de aprendizaje en las redes sociales son cada día más accesibles para los usuarios y representan una base importante de datos de información de campos diversos. La hipótesis de la que partimos es que los estudiantes encuestados siguen el contenido de *Instagram* a diario, pero que no aprovechan al máximo las ventajas que ofrecen diversos perfiles en esta red social para aprender español. Opinamos que estos perfiles no pueden sustituir al curso de español, pero que pueden ser de gran ayuda para los estudiantes como material adicional debido a la forma multimodal de presentar la información. A través de la encuesta anónima intentamos examinar la importancia de dichos perfiles a la hora de aprender español como lengua extranjera en nuestra Facultad. Los resultados de la investigación muestran que la mayoría de los estudiantes no estaba familiarizada con el papel didáctico de *Instagram*, pero después de realizar esta investigación, llegamos a la conclusión que esta red social motiva a los estudiantes a mejorar su español de una manera creativa e innovadora. Por esta razón, sugeriremos formas en las que *Instagram* puede incluirse en el aprendizaje de idiomas.

² Los resultados de este trabajo fueron presentados en la conferencia internacional titulada *III Encuentro de Jóvenes Hispanistas* del Departamento de Estudios Hispánicos y el Centro de Investigaciones sobre América Latina de la Universidad Eötvös Loránd (Budapest, Hungría), el 5 de marzo de 2021. El trabajo presentado llevó el nombre *Las cuentas de Instagram como herramienta didáctica en la clase de ELE*.

Introducción – el papel de las redes sociales en la educación

Vivimos en la época en la que el consumo de internet equivale al consumo del aire que respiramos todos los días. Como destacan Blasco Magraner y López Ramos (2020, pág. 27), “uno de los dispositivos que más han contribuido a hacer posible este hecho son los móviles o *smartphones*”. Cada usuario de los móviles o *smartphones* puede instalar el número ilimitado de las aplicaciones. Entre las aplicaciones de las redes sociales más usadas actualmente en Serbia se destacan *Instagram*, *Facebook*, *Twitter* y *TikTok*.

De una forma u otra, estas redes sociales afectan nuestra vida a diario e influyen en la forma en la que entendemos el mundo que nos rodea. Sharma (2024, pág. 168) recuerda que hoy, después de muchos años de existencia, las redes sociales ya no se limitan a publicar fotos o vídeos de vacaciones en línea. Con el tiempo, han ganado credibilidad como fuente confiable de información y plataformas en las que organizaciones e individuos pueden comunicarse con el público.

Era sólo cuestión de tiempo que las redes sociales entraran en el sector educativo y se convirtieran en objeto de numerosos estudios e investigaciones. Hoyos Zavala (2016, pág. 1072) en su trabajo sugiere que los profesores, ya que las redes sociales forman parte integral de la vida diaria de los jóvenes, aprovechen la disposición de los estudiantes hacia el uso de estas plataformas para integrarlas en la enseñanza y así utilicen su máximo potencial con fines educativos y formativos.

Martí Climent y García Vidal (2018, pág. 144) mencionan el gran uso de las redes sociales en el ámbito de la educación. Destacan especialmente la importancia de las competencias que se desarrollan con la ayuda del uso de internet y las redes sociales que luego pueden servirles tanto para fines educativos como laborales. Kumar Meena (2013, pág. 859) destaca que las redes sociales han sido de gran ayuda a la hora de incorporar al proceso educativo aspectos de inclusión, colaboración, aprendizaje autodirigido, autoconocimiento, interacción continua y flexibilidad. Todos estos aspectos, como explica el autor, de diversas maneras promueven el desarrollo de habilidades transferibles, técnicas y sociales que son valiosas en el ámbito de la educación.

Macías (2016, pág. 228) explica que “las redes sociales, entendidas como comunidad abierta y no jerarquizada, se basan en el principio de las tres ces: contenido, construcción y colaboración”. Utilizada adecuadamente, una plataforma virtual, o una red social, a cierta manera permite al profesorado crear un ambiente de trabajo similar al de un aula de idiomas. Nos referimos principalmente al ambiente de aula que se logra durante la realización de diversas actividades que implican el trabajo en grupo, como describir fotografías, comentar vídeos y actividades similares, cuya realización también puede ser posible a través de una plataforma virtual como *Google Classroom* e incluso una cuenta compartida de *Instagram*.

En cuanto al uso de las redes sociales en la clase de la lengua extranjera, Gómez et al., (2012, pág. 132) explican que:

“Las redes permiten y favorecen publicar y compartir información, el auto-aprendizaje; el trabajo en equipo; la comunicación, tanto entre alumnos como entre alumno-profesor; la retroalimentación; el acceso a otras fuentes de información que apoyan e incluso facilitan el aprendizaje constructivista y el aprendizaje colaborativo; y el contacto con los expertos.” (Gómez et al., 2012, pág. 132)

Cuando se trata de la competencia lingüística, el uso de las redes sociales permite a los estudiantes “desarrollar la capacidad lectora, la expresión oral y la creación de textos escritos multimedia del alumnado” (Martí Climent y García Vidal, 2018, pág. 145). Creemos que la estimulación de estas habilidades puede ser más efectiva si como las herramientas en clase de idiomas se utilizan las herramientas que los estudiantes disfrutaban usando en su vida diaria.

Revisión de la bibliografía

Cuando hablamos de las investigaciones que se han llevado al cabo hasta ahora sobre el poder educativo de *Instagram* en función de lenguas extranjeras, tenemos que decir que se trata de investigaciones recientes y, por lo tanto, innovadoras.

Montaner-Villalba (2019) en su investigación *Instagram como herramienta para fomentar la expresión escrita en lengua inglesa: investigación-acción*, a base de dos grupos de alumnos (grupo experimental y grupo control), intentó verificar si el uso de *Instagram* en el aula de inglés puede ser determinante en la mejora de la competencia en producción escrita en estudios de Bachillerato. Los alumnos del grupo experimental realizaron las actividades de expresión escrita en *Instagram*, y los alumnos del grupo control en *Word Office*. Los resultados a los que llegó el autor afirman que el grupo experimental tuvo más éxito a la hora de mejorar la expresión escrita.

Otro estudio relacionado con la escritura a base de *Instagram* como recurso didáctico es la investigación de Fausto Medina (2020) *Instagram como recurso*

didáctico para desarrollar la escritura creativa: caso microrrelato en la que se propone que *Instagram* pueda ser un gran aporte a la hora de planificar las actividades a través de las cuales se desarrolla una de las competencias más significativas – la escritura.

Villa Echevarría (2020) en su trabajo *Instagram como nueva herramienta para la enseñanza de una segunda lengua* explica las metodologías usadas a través de las redes sociales para enseñar una segunda lengua, presentando una unidad didáctica especialmente preparada para los alumnos del inglés usando *Instagram*.

Martínez Hernández (2020) en su trabajo *Instagram como recurso didáctico en la Educación Superior en los Grados de Infantil y Primaria* destaca la importancia de las competencias de usar las redes sociales, ya que los alumnos, sobre todo, los estudiantes en las Universidades, las usan en gran medida. La autora menciona que *Instagram* “es una herramienta muy útil para los profesores, con múltiples posibilidades didácticas en las que se aúna el trabajo cooperativo, el trabajo fuera y dentro del aula, la transmisión y recopilación de información y la socialización globalizada” (Martínez Hernández, 2020, pág. 133).

Lugrin (2022) en su investigación empírica *El uso de Instagram como instancia de aprendizaje y para democratizar el conocimiento didáctico del portugués como lengua extranjera* analiza el uso de *Instagram* como red social de preferencia con el conocimiento didáctico en el marco de la formación docente en portugués como lengua extranjera. La autora creyó la cuenta de *Instagram* bajo el nombre *didáctica_ple* y la usó con fines didácticos en su investigación desde el 12 de agosto hasta el 15 de octubre de 2021. En su trabajo se explican fortalezas, pero también las debilidades a la hora de realizar las actividades a través de esta red social.

El poder educativo de Instagram

En este trabajo nos centramos en la importancia de los perfiles de *Instagram* que se ocupan de la promoción y enseñanza de la lengua y cultura española.³ El objetivo principal de nuestro trabajo es examinar su impacto en los estudiantes a la hora de aprender español como lengua extranjera.

La razón por la que elegimos esta red social es por su gran popularidad y la forma en la que presenta su contenido a los usuarios: en forma de fotos, descripciones breves, vídeos y opciones de transmisión en vivo. Los recursos de aprendizaje en las redes sociales son cada día más accesibles para los usuarios, además representan una base importante de datos de información de campos

³ Se trata de los perfiles de las escuelas de idiomas o profesores, pero también de los usuarios que promueven tanto cultura, como rasgos lingüísticos de español con el fin de desarrollar entre la gente el aprendizaje del español en línea. Es importante destacar que en esta investigación no se obligó a los estudiantes a seguir determinados perfiles, sino que nos interesó más si lo hacían de forma independiente.

diversos. Según eso, en *Instagram* se pueden encontrar perfiles que promueven tanto la gramática del español, como las curiosidades culturales de España y los países de Hispanoamérica.

Lo importante es destacar que no creemos que estos perfiles puedan sustituir el curso de español, pero creemos que pueden ser de gran ayuda para los estudiantes como un tipo de material adicional debido a la forma moderna de presentar la información. Como destaca Bartolomé (2002, pág. 35), “el profesor es un elemento clave, refiriéndonos aquí a una persona física y real con quien el alumno establece una relación no mediada (referido a los medios)”. Gómez et al. (2012, pág. 137) afirman que “la actitud positiva del alumnado y las vastas posibilidades comunicativas posibilitan también la utilización didáctica de las redes sociales, siempre y cuando, los docentes planifiquen y gestionen adecuadamente estos recursos”. Por esta razón, queremos examinar la importancia de estos perfiles a la hora de aprender español como lengua extranjera en nuestra Facultad, así como ver cuál es el papel del docente en ese caso.

La red social *Instagram* principalmente tuvo el nombre *Burbn* y estaba disponible para los usuarios de los *iPhones*, es decir, el sistema operativo *iOS*, de la marca *Apple*. Mike Krieger y Kevin Systrom, fundadores de esta aplicación, más tarde decidieron cambiar el nombre a *Instagram* ya que determinaron que su objetivo principal iba a ser compartición de las fotografías de los móviles y el nombre se parecía al nombre de “instant telegram” (esp. *telegrama instantáneo*). Desde el año 2012 la aplicación también estaba disponible para los usuarios de *Android* y en 2013 fue creada la versión para *Windows*. A partir de ese momento se inicia la creación de un gran número de perfiles privados y profesionales⁴ y la publicación de fotos y contenido creativo de los usuarios (Holmes, 2015⁵).

Según las palabras de Walsh Phillips (2017⁶), “las empresas que han estado esperando ingresar al mercado de la publicidad móvil están comenzando en *Instagram* porque la infraestructura ya está ahí para ellos.” Lo mismo pasó con los perfiles que son objeto de nuestra investigación. Decidieron aprovechar todo el potencial de la plataforma que ofrece una amplia gama de formas de presentar cierto material a los usuarios. Este material, como ya hemos enfatizado, se puede publicar en forma de fotos, vídeos, pero también en forma de las transmisiones

⁴ Hay tres tipos de perfiles en *Instagram*. Por un lado, existen perfiles privados, para los cuales los propietarios deben aprobar el seguimiento de contenido y, por otro lado, los perfiles profesionales y de los creadores de contenido, cuyo contenido está disponible para todos y se puede compartir en forma de historias cortas en otros perfiles. Los perfiles de *Instagram* que se ocupan de la promoción del idioma español y la cultura hispana son principalmente perfiles profesionales y están disponibles para cualquier persona que desea información diaria sobre diversos fenómenos lingüísticos del idioma español o características culturales de los países hispanos.

⁵ Se trata de una versión *Kindle* del libro en la que las páginas no están marcadas.

⁶ Se trata de una versión *Kindle* del libro en la que las páginas no están marcadas.

en vivo, tal y como realización de diversas encuestas, cuestionarios, etc. Además, existe la posibilidad de comunicación directa con los perfiles comentando las publicaciones o mandando mensajes directos que se destacan en la esquina superior derecha de la aplicación.⁷

En los tiempos que vivimos, hay tantos medios diferentes que pueden facilitar el trabajo de los profesores de idiomas extranjeros. Sin embargo, según Villa Echevarría (2020, pág. 6), es muy difícil encontrar el camino correcto que motive a los estudiantes a aprender, y que, además, no sería una obligación sino un goce de conocer y descubrir cosas nuevas. Por esta razón, pensamos que *Instagram*, una de las redes más populares entre los adolescentes, potencialmente representa una herramienta adecuada y atractiva que facilitará el aprendizaje del material a los estudiantes de lengua española.

Cuando hablamos de *Instagram* como una herramienta en la enseñanza, podemos decir que se trata de una herramienta moderna por dos razones. En primer lugar, porque la aplicación se creó a principios del siglo XXI, y en segundo, porque los profesores recientemente han comenzado a incluirla en sus clases como herramienta Web 2.0 y a aprovechar su potencial didáctico.

Web 2.0, como destacan Blasco Magraner y López Ramos (2020, pág. 28), “es el fenómeno social relacionado con la interacción en internet mediante las redes sociales”. Macías (2016, pág. 226) destaca que:

“Como es bien sabido, la expresión Web 2.0 – también llamada Web social – alude a un estadio en el desarrollo de internet caracterizado por la aparición de un cierto número de herramientas que permiten una completa interacción entre los proveedores de contenidos de las páginas web y sus usuarios; al mismo tiempo, como estas nuevas herramientas no precisan de especiales conocimientos de informática, cualquier persona puede subir información a la Red, convirtiéndose así en creador de contenidos.” (Macías, 2016, pág. 226)

Alonso García et al. (2015, pág. 91) explican el fenómeno que se conoce en el mundo anglosajón como *blended learning* (*b-learning* o BL). Se trata de la metodología mixta, opuesta a la enseñanza tradicional que se desarrolla justo después de *e-learning* en era tecnológica. Este modelo también es conocido por el nombre *el modelo semipresencial*. Bartolomé (2002, pág. 38) confirma que “el modelo semipresencial se caracteriza por realizar algunos procesos de formación en entornos de e-learning y otros mediante encuentros presenciales”. Este modelo destaca los beneficios tanto de las clases tradicionales como las clases en línea, pero tratando de dejar de lado las desventajas existentes. Por una parte, trata de desarrollar en los alumnos la capacidad de auto-organizarse, habilidades para la

⁷ En nuestro trabajo, no nos centraremos principalmente en la estructura y apariencia de la aplicación *Instagram*, porque se está constantemente trabajando en su mejora y a menudo hay un cambio y reemplazo de ciertos parámetros.

comunicación escrita, y estilos de aprendizaje autónomo, y, por otra parte, trata de utilizar los beneficios de la lengua viva en el aula a través del contacto directo con los compañeros y el profesor.

Por tanto, creemos que el *Instagram* como herramienta didáctica sería muy adecuada dentro de la forma de enseñar según el principio del *blended learning*. En primer lugar, porque es una aplicación que prácticamente todos conocen, y en segundo lugar, porque el móvil es un dispositivo que cada uno de nosotros usa todos los días y que no requeriría un esfuerzo o entrenamiento adicional. Blasco Magraner y López Ramos (2020, pág. 29) también destacan las ventajas de utilizar el móvil como soporte de clase. Según los autores, con el uso de los móviles en las clases los profesores se aseguran de que se trata de un soporte que los estudiantes siempre lo llevarían consigo. Es normal que los estudiantes a veces se olvidan los libros o manuales de la clase en casa, y es cierto que con el uso de los móviles eso también puede pasar, pero probablemente en menor medida. Además, los autores añaden que se trata de una herramienta para la cual no es necesario exigir un gasto adicional a las familias, ya que casi todos los alumnos lo tienen.

La metodología de la investigación

Descripción de la investigación

La investigación en la que se basa nuestro trabajo fue sobre el uso de la plataforma *Instagram* con fines didácticos relacionados con el aprendizaje de español y las clases de ELE. Se realizó en febrero de 2021 (año escolar 2020/2021) a través de la encuesta anónima especialmente preparada para los estudiantes de español como lengua extranjera en la Facultad de Filología y Artes de la Universidad de Kragujevac. La idea detrás de la investigación surgió del deseo de examinar si los estudiantes conocen otras funciones de *Instagram*, además de las básicas – comunicación, publicidad y entretenimiento. La investigación se realizó durante el período de la pandemia COVID, cuando los estudiantes pasaron de las aulas a un sistema de trabajo en línea usando computadoras y teléfonos móviles para asistir a clases.

La hipótesis y los objetivos principales

El objetivo de la encuesta era investigar el impacto de *Instagram* en el aprendizaje del español como lengua extranjera en la Facultad de Filología y Artes en Kragujevac. Uno de los propósitos también fue encontrar las formas en las que *Instagram* podría incluirse en el aprendizaje de idiomas en línea, tanto el español, como algún otro idioma. La hipótesis de la que partimos fue que los estudiantes encuestados usaban la aplicación *Instagram* a diario con fines de entretenimiento,

pero que no aprovechaban al máximo las facilidades que ofrecían perfiles relacionados con la enseñanza de español en esta red social.

Los participantes

La investigación involucró a 46 estudiantes de filología de Facultad de Filología y Artes en la Universidad de Kragujevac de primer curso (generación 2020/2021). Se trata de los estudiantes que a la hora de investigación tuvieron diecinueve años⁸ y estaban matriculados en los programas de estudios: *Lengua y literatura serbia* (14 estudiantes), *Lengua y literatura francesa* (5 estudiantes), *Lengua y literatura alemana* (1 estudiante) y *Lengua y literatura inglesa* (26 estudiantes). Estos estudiantes estaban matriculados a nuestra clase de *Español como lengua extranjera 1* durante el año escolar 2020/2021 y tenían las clases de acuerdo con el plan de estudios que incluía la combinación de los manuales *Sueña* y *Prisma*, tanto libros, como cuadernos de ejercicios. Esto quiere decir que dependía principalmente del profesor si se utilizaría algún tipo de material multimedia en la clase. También es importante señalar que ninguno de los estudiantes estudió español antes de ingresar a la universidad y que todos los estudiantes interesados en la investigación dieron su consentimiento verbal para la realización de la encuesta.

Los instrumentos de la investigación

Como el instrumento de la investigación se usó la encuesta especialmente preparada para los estudiantes. Las preguntas de la encuesta fueron de tipo cerrado y abierto y se realizó a través de *Formularios de Google*. Los resultados de la encuesta se presentan cuantitativa y cualitativamente.

Las tareas de la investigación

Sobre la base de la investigación establecida, surgen varias tareas:

1. Investigar en qué medida los estudiantes utilizan la aplicación *Instagram*;
2. Investigar el nivel didáctico de *Instagram* para aprender idiomas;
3. Investigar el impacto de los perfiles de *Instagram* a la hora de aprender español;
4. Investigar de qué manera es posible la implementación de *Instagram* en las clases de ELE.

⁸ Con respecto a los datos demográficos, no incluimos el género como elemento de datos porque consideramos que no era necesario para nuestra investigación.

Los resultados de la investigación

El uso de la aplicación de Instagram por parte de nuestros estudiantes

Como asumimos al principio, los estudiantes utilizan en gran medida esta red social, más precisamente, el 93,5% utiliza *Instagram* casi todos los días, mientras que el 6,5% de los estudiantes afirma que no la utiliza. Estos datos no fueron sorprendentes. *Instagram* se ha convertido en un medio de comunicación indispensable que nos facilita la información y notifica sobre las cosas de misma manera como hacen otros medios de comunicación. Gracias a los formatos en los que se presentan las informaciones, tenemos a nuestra disposición el contenido escrito, el contenido en forma de fotos y vídeos, pero también el contacto directo a la hora real con los creadores de esos contenidos u otros usuarios. Los participantes de la investigación usan esta red social para subir fotos y vídeos sobre su vida diaria, con el fin de informar a sus seguidores sobre sus actividades o las cosas que les ocurren. Los encuestados sustituyeron los mensajes cortos de teléfono móvil por mensajes instantáneos en las redes sociales, entre las que destaca *Instagram* como aplicación que utilizan con mucha frecuencia. Gracias al servicio que esta red ofrece, los usuarios pueden enviar un número ilimitado de mensajes, sin pago adicional, siempre y cuando están conectados a internet. Además de los mensajes directos de texto, envían mensajes en forma de fotos, vídeos o mensajes de audio. Estos formatos permiten a sus usuarios estar en pleno contacto con sus interlocutores, presentarles de forma vívida y realista lo que sucede en sus vidas, informarles sobre diferentes cosas, mostrarles dónde se encuentran o contarles algo en forma de mensajes de voz, lo que les ahorrará tiempo frente al antiguo envío de mensajes tradicionales a través de la telefonía móvil. Además, si alguien quiere llamar a su interlocutor mediante videollamada, también se ofrece esa opción.

El nivel didáctico de Instagram

Después de las preguntas sobre el uso básico de *Instagram*, dirigimos el foco de nuestra investigación hacia su función didáctica. Para introducir el tema, preguntamos a los estudiantes si les resulta más fácil aprender idioma o rasgos culturales a base de libros y manuales bajo la supervisión de profesores, la forma en la que siempre se ha hecho, o con la ayuda de material audiovisual (combinación de fotos, música, vídeos, dibujos, emoticonos, etc.). Con esta pregunta queríamos focalizar el carácter multimodal de *Instagram* y establecer un paralelo entre los materiales de aprendizaje de idiomas tradicionales e innovadores. El 19,6% marcó la respuesta con la ayuda de libros y manuales, mientras que hasta el 80,4% optó por el material audiovisual. Las respuestas de esta pregunta muestran que los estudiantes son conscientes de que el idioma se puede aprender con la ayuda de

diferentes materiales didácticos, y no solo a través de libros y manuales. El método comunicativo y otros métodos modernos en la enseñanza de idiomas abren perspectivas y posibilidades, tanto para los profesores como para los estudiantes. El enfoque de la enseñanza moderna son las necesidades de los estudiantes, y la investigación en la que su actitud sale a la luz es de gran ayuda cuando se trata de la preparación de lecciones y la organización de la enseñanza. Asimismo, está claro que los estudiantes están preparados para la implementación de diversos materiales audiovisuales, incluidas las redes sociales debido a su carácter multimodal.

Queríamos investigar si los estudiantes, al mencionar el uso didáctico de *Instagram*, piensan en esta red social como una potencial herramienta didáctica para el aprendizaje de lenguas extranjeras. Les preguntamos si están de acuerdo en que *Instagram* es un medio audiovisual adecuado que puede cumplir una función didáctica a la hora de aprender lenguas extranjeras. El 73,9% dijo que estaba de acuerdo, mientras que el 26,1% votó lo contrario. Aunque una gran cantidad de estudiantes respondió afirmativamente a esta pregunta, vemos que hay estudiantes que todavía no entienden cómo se podría relacionar *Instagram* con el aprendizaje de idiomas.

La hipótesis de la que partimos, como ya indicamos, fue que los estudiantes utilizaban la aplicación de *Instagram*, pero que no seguían perfiles que promovían el aprendizaje del español y publicaban el material a diario relacionado tanto con la gramática como con la cultura de España y otros países hispanos. Los resultados obtenidos por la encuesta demostraron que nuestra hipótesis fue corroborada. El 69,6% de los estudiantes no los sigue, mientras que el 30,4% afirma que sí. Los estudiantes no estaban familiarizados con el poder didáctico de *Instagram* antes de participar en nuestra investigación. Estas respuestas no nos sorprendieron, considerando que este no es el rol principal que *Instagram* tiene y que los estudiantes lo utilizan mayoritariamente para otros fines que ya hemos comentado.

Uno de los objetivos principales de nuestro trabajo fue determinar si los perfiles de *Instagram* cuya intención es enseñar español representan material didáctico que puede ser útil a la hora de aprender español como lengua extranjera. El 54,3% de los estudiantes cree que estos perfiles pueden ser de gran ayuda a la hora de aprender español como lengua extranjera; el 37% piensa que quizás pueden ser de gran ayuda; mientras que el 8,7% no cree que estos perfiles puedan ser de gran ayuda a la hora de aprender español como lengua extranjera. Estas respuestas, una vez más confirman que los estudiantes no tienen muy claro cómo se puede relacionar una red social como *Instagram* con el aprendizaje de idiomas. Conocen el carácter divertido de las redes sociales, pero aún no del todo el potencial didáctico que tiene.

El impacto de los perfiles de Instagram a la hora de aprender español

En cuanto al impacto de los perfiles de *Instagram* a la hora de aprender o mejorar el español, la primera pregunta fue sobre qué contenido multimodal de *Instagram* les gusta más a los estudiantes para aprender el idioma. El 4,3% votó por la gramática (conjugación de verbos, tiempos verbales, explicación del uso de artículos, preposiciones, etc.); el 8,7% votó por contrastar el idioma (comparando los fenómenos lingüísticos de la lengua materna o alguna otra con el español); el 28,3% votó por el vocabulario (significado de los sustantivos y otros tipos de palabras, explicación de la fraseología y combinaciones de palabras establecidas ...); el 30,4% votó por la cultura (explicando diferentes rasgos culturales de España o de algún otro país hispano); y el 28,3% votó por todo mencionado. Presumimos que los estudiantes asociarán principalmente el papel didáctico de *Instagram* con características léxicas del idioma o elementos de la cultura. El vocabulario y la cultura se presentan en mayor medida como publicaciones de los perfiles mencionados, pero tampoco se descuidan las unidades gramaticales, así como el estudio contrastado de dos idiomas.

Cuando se les preguntó qué formato de publicaciones de perfil de *Instagram* para aprender español les gusta más, respondieron de la siguiente manera: el 13% dijo publicaciones en forma de fotos y algunas canciones en español; el 15,2% dijo las publicaciones en forma de relatos breves a través de los cuales se realizan preguntas o encuestas a los usuarios; el 17,4% dijo vídeos que explican la gramática o las características culturales; el 28,3% dijo las publicaciones en forma de fotografías con explicaciones de fenómenos lingüísticos o rasgos culturales; y el 26,1% dijo todo mencionado. A partir de estas respuestas, podemos concluir que los estudiantes conocen los formatos de las publicaciones en *Instagram* y saben para qué fines se pueden utilizar, así como que a un gran número de estudiantes les cuesta decidirse por un solo formato. Después de esta pregunta, notamos durante la investigación que los estudiantes están comenzando a comprender lentamente cómo se puede conectar el papel didáctico de *Instagram* con el aprendizaje de idiomas extranjeros.

En cuanto a la opinión subjetiva sobre el conocimiento del idioma español durante el seguimiento de los perfiles de aprendizaje de español en *Instagram*, queríamos saber si el nivel de español de los estudiantes ha mejorado desde que empezaron a seguirlos. El 30,4% de los estudiantes que siguen estos perfiles declararon que creen que su nivel de español está mejorando, sobre todo porque ese tipo de aprendizaje es más interesante que el aprendizaje en el aula. Por un lado, casi todos están de acuerdo que su vocabulario va aumentando. Recuerdan cosas de una manera más fácil cuando tienen en mente una imagen, una explicación en dos idiomas (en su lengua materna y en español), cuando pueden escuchar cómo se pronuncia alguna palabra y después la escriben en su cuaderno. De esa

manera, progresan en la pronunciación de palabras. También, dijeron que se trata de una forma interesante de conocer una nueva cultura. Con el uso de estos perfiles, aprenden inconscientemente, porque, mientras navegan por las historias de *Instagram* memorizan cosas nuevas. Gracias a las recomendaciones de otros usuarios por *Instagram*, vieron muchas películas recomendadas y escucharon la música, lo que también tuvo un impacto positivo a la hora de mejorar su nivel de español. Sin embargo, algunos estudiantes destacaron que estos perfiles les ayudaron, pero en pequeña medida, considerando que no dedicaron mucho tiempo a aprender. Por otro lado, algunos estudiantes consideran que los perfiles de *Instagram* dedicados al aprendizaje de idiomas no pueden aportar mucho al aprendizaje de nuevos idiomas, aunque pueden ser útiles, por ejemplo, para escuchar o aprender nuevas palabras o recibir informaciones interesantes sobre la cultura meta. Estos estudiantes piensan que otras redes sociales, por ejemplo *YouTube*, son más adecuadas para el aprendizaje básico de un nuevo idioma.

Es importante destacar que una gran cantidad de estudiantes, que inicialmente declararon que no seguían estos perfiles, dijeron que tenían la intención de seguirlos. Esto solo una vez más demuestra que los estudiantes no estaban familiarizados con el carácter didáctico de *Instagram*, pero tienen el deseo de mejorar sus habilidades lingüísticas con la ayuda de herramientas didácticas e innovadoras. No debemos ignorar la reacción positiva de los compañeros del grupo que ya tenían experiencia con los perfiles mencionados. Los estudiantes suelen decir que trabajar en grupo facilita mucho su proceso de aprendizaje, por lo que creemos que un grupo de estudiantes que han tenido contacto con *Instagram* como herramienta didáctica puede animar a los estudiantes que no lo han hecho hasta ahora y motivarlos a probar algo nuevo.

Una de las preguntas muy importantes de la encuesta fue “¿Crees que es posible aprender español siguiendo solamente estos perfiles o piensas que estos perfiles sirven como una fuente adicional de información?” El 4,3% afirmó que estos perfiles no tienen ningún impacto en el aprendizaje del español como lengua extranjera; el 4,3% dijo que es posible aprender español solamente con estos perfiles; el 91,3% afirmó que el docente juega un papel clave en la explicación y la enseñanza, y que estos perfiles sirven como fuente adicional de información. La mayoría de los estudiantes cree que *Instagram* solamente puede servir como un repaso de lo aprendido, pero no para aprender cosas nuevas de cierto grado de dificultad, porque nada puede, como destacan, reemplazar la palabra viva de un profesor. Los estudiantes son conscientes de la importancia del rol de maestro, ya sea en el aula o en línea. De esta forma, queda claro que, aunque vivimos en una era moderna donde todo está al alcance de los alumnos a través de internet, el profesor sigue siendo uno de los factores más importantes del aula de lenguas extranjeras. Los encuestados son conscientes de que *Instagram* u otras redes sociales sirven para adoptar y perfeccionar lo que ya se ha aprendido en el aula.

Los estudiantes tienen la misma actitud como la que tuvimos nosotros cuando partimos con la investigación. Los perfiles de *Instagram* para aprender y promover el idioma español y las culturas hispánicas sirven como una fuente adicional de información, material complementario y una forma interesante de identificar y recordar cosas ya aprendidas en clase, pero no como el principal medio de aprendizaje de idiomas. ¿Por qué? Una de las razones es, detrás de un gran número de estos perfiles se encuentran profesores que imparten clases particulares de idiomas. El material que se comparte es normalmente material al que se puede acceder fácilmente en internet por propia cuenta; sin embargo, las explicaciones más serias y complejas a menudo se dejan fuera y se guardan para una clase en el aula o en línea. Otra posible razón de esto es el hecho que las personas pasan cada vez menos tiempo en *Instagram* prestando atención a una sola publicación. Cada vez hay menos texto, y los vídeos que se publican son cada vez más cortos. El algoritmo de la aplicación cambia día a día y, nos guste o no, dicho contenido se mostrará en nuestra página de inicio.

La implementación de *Instagram* en las clases de ELE

Además de la influencia de los perfiles de *Instagram* mencionados a lo largo de este artículo, dentro de esta investigación también quisimos examinar cómo los estudiantes incluirían *Instagram* en las clases y la enseñanza del español. Dado que la mayoría de los estudiantes usa esta aplicación principalmente para divertirse y pasar su tiempo libre disfrutando del contenido que allí se ofrece, pensábamos que sería conveniente ver qué actividades les serían interesantes y de qué manera les gustaría seguir el contenido relacionado con el idioma español y las culturas hispánicas. Las presentaremos en la siguiente tabla:

Tabla 1. Actividades para la implementación de *Instagram* en clases de ELE

Formar los cuestionarios sobre la cultura e historia de España para repasar y fortalecer los conocimientos.
Realizar las conversaciones o presentaciones en grupo a través de las videollamadas.
Recomendaciones de series o películas en español y después organizar un debate sobre diferentes aspectos del visionado.
Recomendaciones de la música española a través de <i>Instagram</i> .
Publicar cuentos cortos en español que enriquezcan su vocabulario.
Crear perfiles en los que se explique el vocabulario con más detalle.
Publicaciones de vídeos que expliquen características gramaticales y culturales.
Escribir y publicar canciones en español para mejorar el vocabulario.
Publicar imágenes con textos que los enseñen sobre la cultura de España.

Seguir los usuarios nativos de España o países de Latinoamérica y hablar con ellos sobre su cultura o el origen del idioma.
Compartir canciones o escenas de las series con una discusión sobre la gramática española que pueda haberse adjuntado.
Publicar datos interesantes sobre el idioma español.
Grabación de vídeos y publicación en <i>Instagram</i> sobre un tema específico (enseñanza, viajes, etc.)
Revisar y comentar publicaciones de determinados perfiles junto con el profesor.
Invertir tiempo y buscar perfiles interesantes en <i>Instagram</i> relacionados con el aprendizaje de español, y compartirlos entre los compañeros de la clase a través de las presentaciones.
Crear un perfil de <i>Instagram</i> común entre los estudiantes y realizar diferentes talleres creativos que juntos diseñarían.
El profesor podría crear un perfil privado en <i>Instagram</i> para cada curso y permitir el seguimiento solo a estudiantes universitarios. Esto sería una forma más fácil de comunicarse con el profesor que por correo electrónico.

Conclusión

Después de la investigación realizada y los resultados presentados, llegamos a varias conclusiones.

En primer lugar, se ha corroborado la hipótesis de la que partíamos. La mayoría de los estudiantes no estaba familiarizada con el papel didáctico de *Instagram*. Antes de la investigación realizada, la mayoría de los estudiantes utilizaba esta red social exclusivamente con fines de comunicación, publicidad y entretenimiento.

Después de realizar la investigación y procesar los resultados, llegamos a la conclusión que *Instagram* motiva aún más a los estudiantes a mejorar su español de una manera creativa e innovadora que el enfoque de enseñanza tradicional.

Sin embargo, los estudiantes son conscientes de que *Instagram* es solo una ayuda o soporte para la adquisición del idioma y que su finalidad didáctica está en la función de material complementario.

Según la opinión subjetiva de los estudiantes, *Instagram* crea un ambiente positivo en el aula y fuera de ella y anima a los estudiantes a trabajar en grupo, lo que se manifestó a través del deseo de crear un perfil común y realizar diversas actividades. Las actividades mencionadas no necesariamente tienen que realizarse únicamente en clases de lengua española. Creemos que su realización puede ser posible en las clases de cualquier lengua extranjera, con las modificaciones que favorezcan y contribuyan a la adecuada adquisición de la lengua de destino. En

consecuencia, esperamos que la investigación realizada pueda ayudar e inspirar a profesores de otras lenguas extranjeras que quieran incluir herramientas didácticas modernas en sus clases e ir más allá de la enseñanza tradicional.

Con base en la encuesta realizada y las opiniones de los estudiantes, podemos concluir que *Instagram* podría ser de gran utilidad en la educación en un contexto social cambiado, como fue el caso del período de la pandemia de COVID, en el que hubo un aumento de métodos de aprendizaje en línea y a distancia. En ese caso, es muy importante prestar atención a las tendencias educativas actuales, como el mayor uso de la tecnología móvil y la necesidad de incluir en el aprendizaje de idiomas las plataformas digitales que les resulten familiares a los estudiantes.

En términos de implicaciones didácticas, sería interesante examinar cómo se pudieran superar con la ayuda de *Instagram* ciertas barreras lingüísticas con las que los estudiantes se enfrentan en español y que no existen en su lengua materna.

Referencias

- Alonso García, S., Morte-Toboso, E. y Almansa-Núñez, S. (2015). Redes sociales aplicadas a la educación: EDMODO. *Revista de Educación Mediática y TIC*, 4(2), 88–111. <https://doi.org/10.21071/edmetic.v4i2.3964>
- Bartolomé, A. (2002). Universidades en la Red. ¿Universidad presencial o virtual?. *Crítica*, LII(896), 34–38.
- Blasco Magraner, J. S. y López Ramos, R. (2020). Instagram como herramienta de aprendizaje musical en educación secundaria y bachillerato. *Vivat Academia: Revista de Comunicación*, 151, 25–45. <https://doi.org/10.15178/va.2020.151.25-45>
- Gómez, M., Roses, S. y Farias, P. (2012). El uso académico de las redes sociales en universitarios. *Revista Comunicar*, 38(19), 131–138. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-03-04>
- Holmes, J. (2015). *Instagram Blackbook: Everything You Need to Know about Instagram for Business and Personal—Ultimate Instagram Marketing Book*. Kindle Edition.
- Hoyos Zavala, A. E. (2016). Influencia de las redes sociales en la educación superior. En: R. Mancinas-Chávez (Coord.), *Actas del I Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento. Comunicación y Desarrollo Social* (pág. 1067–1078). Sevilla: Egregius.
- Kumar Meena, V. (2013). Role of social media in education. *International Journal of Creative Research Thoughts (IJCRT)*, 1, 858–860.
- Lugrin, P. A. (2022). El uso de Instagram como instancia de aprendizaje y para democratizar el conocimiento didáctico del portugués como lengua extranjera. *XVII Congreso de Tecnología en Educación & Educación en Tecnología* (pág. 148–153). <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/139938>
- Macías, C. (2016). Las redes sociales como herramientas de aprendizaje: algunas consideraciones. *Revista de Estudios Latinos (RELat)*, 16, 225–256. <https://doi.org/10.23808/rel.v16i0.87689>
- Martí Climent, A. y García Vidal, P. (2018). Redes sociales en la enseñanza superior. *Congreso Nacional de Innovación Educativa y Docencia en Red (IN-RED 2018)* (pág. 141–154). Valencia, Spain: Editorial UPV. <https://doi.org/10.4995/INRED2018.2018.8623>

- Martínez Hernández, A. (2020). Instagram como recurso didáctico en la Educación Superior en los Grados de Infantil y Primaria. En: REDINE (Coord.), *Contribuciones de la Tecnología Digital en el Desarrollo Educativo y Social* (pág. 124–134). Eindhoven, NL: Adaya Press.
- Medina, F. (2020). Instagram como recurso didáctico para desarrollar la escritura creativa: caso microrrelato. *Cuaderno de Pedagogía Universitaria*, 17(33), 84–93. <https://doi.org/10.29197/cpu.v17i33.380>
- Montaner-Villalba, S. (2019). Instagram como herramienta para fomentar la expresión escrita en lengua inglesa: investigación-acción. En: K. G. Ramírez Paredes (Coord.), *Recursos Educativos para el Aula del Siglo XXI* (pág. 130–137). Eindhoven, NL: Adaya Press.
- Sharma, M. (2024). Social media and its role in education. *Multidisciplinary Approaches in Social Sciences, Education & Languages*, 2, 167–177.
- Villa Echevarría, A. (2020). *Instagram como nueva herramienta para la enseñanza de una segunda lengua*. Santander: Universidad de Cantabria.
- Walsh Phillips, K. (2017). *Ultimate Guide to Instagram for Business*. Entrepreneur Press. Kindle Edition.

Ирена М. СЕЛАКОВИЋ

Универзитет у Крагујевцу
Филолошко-уметнички факултет
Катедра за хиспанистику
Крагујевац (Србија)

Инстаграм као дидактичко средство на часовима шпанског као страног језика

Резиме

У овом раду обрађујемо значај Инстаграм профила који се баве подучавањем шпанског као страног језика. Примарни циљ рада био је испитати утицај ових профила на студенте прве године Филолошко-уметничког факултета Универзитета у Крагујевцу који уче шпански као страни језик. Средства за учење преко друштвених мрежа сваког дана постају све доступнија корисницима и представљају веома битну базу података из различитих области. Хипотеза од које полазимо гласила је да испитаници дневно прате садржај који се пласира на Инстаграму, али да не користе максимално погодности које нуде различити профили на овој друштвеној мрежи за учење шпанског језика. Сматрамо да ови профили на могу да се поистовете са курсом шпанског језика, али да могу да буду од велике помоћи студентима у виду комплементарног материјала захваљујући мултимодалном начину презентовања информација. Желели смо да помоћу анонимне анкете испитамо значај споменутих профила током учења шпанског као страног језика на Филолошко-уметничком

факултету Универзитета у Крагујевцу. Резултати истраживања показују да већина студената није била упозната са дидактичком улогом Инстаграма, али након спроведеног истраживања долазимо до закључка да ова друштвена мрежа мотивише студенте за усавршавањем језичких способности шпанског језика на креативан и иновативан начин. Због тога су на крају рада предложени начини за имплементацију Инстаграма на часовима језика.

Кључне речи: часови шпанског језика; дидактичка средства; Инстаграм; друштвене мреже; студенти.



Овај чланак је објављен и дистрибуира се под лиценцом *Creative Commons ауторско-некомерцијално 4.0 међународна* (CC BY-NC 4.0 | <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

This paper is published and distributed under the terms and conditions of the *Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International* license (CC BY-NC 4.0 | <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).