

El uso de Instagram en la Enseñanza del Español como Lengua Extranjera (ELE)

ESTUDIANTE: ÁNGELES HUERTAS

TUTORA: ILEANA DE LA TEJA

UNIVERSIDAD: UNIVERSIDAD OBERTA DE CATALUNYA

PROGRAMA: MÁSTER ELEARNING

ASIGNATURA: TFM (INVESTIGACIÓN)

Índice

1.Introducción	3
2.Justificación.....	4
3.Revisión teórica.....	6
3.1 Competencia Comunicativa.....	6
3.2 Métodos en la enseñanza de un idioma	8
3.3 Niveles de referencia.....	9
3.4 El aprendizaje de ELE.....	10
3.5 Redes sociales.....	12
3.6 Instagram.....	14
4.Preguntas de investigación	15
5.Objetivos	17
5.1 Objetivo general.....	17
5.2 Objetivos específicos.....	18
6.Diseño de la Investigación	18
7.Técnicas e instrumentos.....	20
7.1 Muestra.....	21
7.2 Instrumento de recogida de datos.....	24
8.Planificación e implementación del trabajo de campo.....	29
9.Estrategia analítica.....	30
10. Aspectos éticos.....	31
11. Resultados del proceso de análisis	31
11.1 Perfil y etiqueta.....	32
11.2 Seguidores.....	32
11.3 Publicaciones.....	33
11.4 Formato.....	34
11.5 Contenido.....	34
11.6 Idioma de las explicaciones.....	35
11.7 Competencias.....	36
11.8 Niveles.....	37
11.9 Interacciones.....	37
12. Discusión de los resultados.....	38
13. Conclusiones.....	42
14. Limitaciones	44
15. Perspectivas de investigación.....	45
16. Bibliografía.....	47
17. Anexos.....	51

Abstract

Las nuevas tecnologías y las redes sociales juegan hoy en día un papel fundamental en la enseñanza de idiomas. Este trabajo intenta determinar la utilidad de la información que comparten algunos de los perfiles más seguidos de Instagram que se presentan como profesores de español para el desarrollo de la Competencia Comunicativa y por lo tanto para el aprendizaje del español. Para ello, se han seleccionado diez de las cuentas y se ha recogido, analizado y clasificado sus publicaciones durante dos semanas siguiendo las directrices del Marco Común Europeo de Referencia (2002) y del Instituto Cervantes. El proceso se ha realizado con metodología cuantitativa y usando la técnica de la Observación para la recogida de datos. Como resultado hay que destacar la presencia de la Competencia Lingüística/Gramatical en un 67,3% de las publicaciones analizadas, frente a la nula o casi nula concurrencia de competencias como la Pragmática, la Discursiva o la Sociolingüística. De este modo, se ha concluido que la utilidad de la información que comparten los perfiles analizados para el desarrollo de la Competencia Comunicativa y por lo tanto para el aprendizaje del español es nula o escasa. Además, se recalca la importancia de seguir investigando en esta materia para conocer desde otros ángulos que está ocurriendo en Instagram en relación con la enseñanza del Español como Lengua Extranjera (ELE).

Palabras clave: Enseñanza del Español como Lengua Extranjera, ELE, Competencia Comunicativa, Instagram, Redes Sociales y Enseñanza de idiomas.

1. Introducción

Las nuevas tecnologías han supuesto una revolución en todos los ámbitos y por lo tanto en el aprendizaje de idiomas. A lo largo de esta investigación se analizará la repercusión que tienen las nuevas tecnologías, en concreto las Redes Sociales y en especial Instagram, en el proceso de aprendizaje del español como segunda lengua.

No cabe duda de que la revolución tecnológica está presente en la sociedad y con ella el nacimiento de nuevas formas de aprender. Frente al concepto tradicional de profesor-estudiante, muchas personas se enfrentan al reto de adquirir un nuevo idioma utilizando herramientas online, bien como medio único de aprendizaje o como apoyo tras recibir otras clases regladas. Es en este terreno en el que las nuevas tecnologías y, por consiguiente, las Redes Sociales juegan un papel fundamental. Los antiguos manuales de papel han dado paso a los perfiles de Facebook, Instagram, Snap chat, Twitter... donde, al calor de la publicidad, han nacido centenares de perfiles ofreciendo recursos gratuitos para aprender idiomas, entre ellos el español.

Aprender una lengua es un camino complicado que depende de muchos componentes. Adquirir una segunda lengua (L2) es para algunos estudiosos un complejo entramado de variantes entre los que destacan los procesos fisiológicos, motivacionales, culturales o sociales. En este trabajo se pretende determinar la utilidad de Instagram en la enseñanza del Español como Lengua Extranjera (ELE) desde el punto de vista del desarrollo de la Competencia Comunicativa y la relación que existe en esta red social entre los 'estudiantes virtuales' y sus 'profesores', los perfiles más populares que se anuncian como enseñantes de español.

Esta investigación tiene su origen en intentar averiguar si la red social Instagram ayuda a los estudiantes a aprender una lengua o puede ser una forma de sentirse parte de una comunidad. Por lo tanto, hay que dejar claro, que esta investigación no pretende analizar si Instagram o cualquier otra red social son herramientas útiles en los procesos de aprendizaje guiados por un docente. Este es otro punto de investigación que requiere un análisis completamente diferente.

Por último, señalar que a lo largo de esta investigación se utilizará una terminología acorde con las nuevas tecnologías y que algunos de sus términos pueden ser

desconocidos por el lector. Por ello, en el apartado de Anexos (Anexo 1) existe un pequeño glosario con las palabras más utilizadas en el ámbito de las Redes Sociales y su definición tal y como se han empleado en este trabajo.

2. Justificación

Internet ha cambiado el mundo. La Red, tal y como afirma Piñol (2012), “ya no es una herramienta novedosa, sino que forma parte de nuestras vidas como la electricidad” (p.57). Nada puede entenderse sin esta red de comunicación que ha permitido a los seres humanos estar más conectados que nunca en su historia. Internet lo es todo y todo está en ella, especialmente la información. Si alguien busca a alguien, está en la Red y si alguien quiere saber algo, está en la Red.

El problema aparece cuando se analiza la información presente en esta gran Red que conecta a todos. No toda la información es válida. Así, dependiendo de los objetivos y las necesidades de las personas que acuden a Internet en busca de respuestas o soluciones existe mucho ‘conocimiento inútil o no adecuado’.

Esto también ocurre en la enseñanza. Los modelos de aprendizaje han cambiado y ahora todos los saberes pueden encontrarse en la Red. Muchas personas acuden a Internet en busca de respuestas, alejados del tradicional método de profesor como contenedor de sabiduría que lo transmite a sus estudiantes. Páginas webs para aprender sobre cualquier temática, blogs con consejos sobre temas variados, plataformas de enseñanza universitaria, cursos a distancia... Todo está en la Red. Sin embargo, no todos estos lugares están diseñados para enseñar. Es cierto, que cualquier persona, en teoría, podría formarse en cualquier tipo de temática de forma online. Pero, en la práctica, ¿es esto cierto?

En el campo de la enseñanza del español, que es el tema que nos ocupa en este trabajo de investigación, existen multitud de plataformas que se anuncian como herramientas válidas para la Enseñanza del Español como Lengua Extranjera (ELE), entre las más famosas se encuentran Duolingo, Twieducate o Babble.com. Además, todas ellas utilizan Redes Sociales para estar conectados con sus alumnos y para publicitarse. Así, Twitter, Facebook, Instagram o YouTube están llenas de perfiles de academias de

idiomas que ofrecen sus servicios y también de perfiles de profesores ‘individuales’ de español que cada día suben a las redes sociales miles de publicaciones que en teoría ayudan a aprender español.

Pero, ¿es útil esta información? ¿Realmente las intenciones de estos profesores es ofrecer de forma gratuita esta sabiduría o buscan derivar a los estudiantes a una formación más reglada (sus academias)? ¿Son estos perfiles ‘ganchos’ para captar clientes? A tenor de estas preguntas se abre un amplio abanico de posibles investigaciones.

Este trabajo se centra en una de estas redes sociales: Instagram, con 800 millones de usuarios (el 90% menores de 35 años) y en la que se comparten cerca de 80 millones de fotos al día, según Cáceres, Perea da Silva, Vázquez y Torres (2017). Esta red, por tanto, es un excelente caldo de cultivo para el nacimiento de perfiles de profesores ‘gratis’ de español, cuyas cuentas son seguidas por miles de estudiantes. Pero, ¿realmente aprenden español sus seguidores? ¿Estos profesores siguen algún tipo de método? ¿Cuál es la relación que tienen con sus estudiantes?

Enseñar un idioma no consiste solo en hacer que el alumno repita una serie de palabras. Las frases deben encontrarse en un contexto y emplearse en una situación determinada, dentro de un código aceptado por una comunidad. Por tanto, un estudiante puede conocer miles de palabras, expresiones o frases, pero emplearlas de forma equivocada y por consiguiente no conseguir comunicarse. Así, el aspecto gramatical o léxico no son lo más importante, según Hymes (1996) “los factores sociales deben ser incluidos dentro de la concepción del fenómeno del lenguaje”(p.13). Enseñar un idioma por tanto requiere del llamado desarrollo de la Competencia Comunicativa, donde todos estos factores son tenidos en cuenta.

Ante la complejidad que supone enseñar un nuevo idioma a lo largo de los años se han sucedido diferentes fórmulas o métodos para hacerlo, todos ellos utilizando una didáctica y unas herramientas determinadas. ¿Utilizan los profesores ‘gratuitos’ de español en Instagram algún método? ¿Son útiles sus publicaciones para desarrollar la Competencia Comunicativa?

Estas son algunas de las cuestiones han llevado al nacimiento de esta investigación que intentará arrojar luz sobre qué está ocurriendo en Instagram en relación a la enseñanza del Español como Lengua Extranjera.

3. Revisión teórica

3.1 Competencia Comunicativa

El hombre es social por naturaleza, tal y como afirman Aristóteles y Santo Tomás de Aquino (Calvo, 2014). Este es el principal motivo por el que vive en sociedad y necesita un código para comunicarse, que en la mayoría de los casos es el lenguaje, un lenguaje que se aprende. Sin embargo, esta tarea es diferente dependiendo si se trata de la lengua materna o de una segunda lengua. El aprendizaje del primer idioma es teóricamente más sencillo ya que suele suceder en los primeros estadios de la vida.

En cambio, la adquisición de una segunda lengua (L2) no es una tarea fácil y en su aprendizaje participan todo tipo de aspectos entre los que destacan los sociales y los culturales, según aseguran Rueda y Dieste (2014). Siguiendo esta línea, tener una habilidad especial para aprender idiomas es importante, pero no lo único a tener en cuenta cuando se estudia un nuevo lenguaje. Así lo muestra Ruiz (2009) al afirmar que:

La edad es un factor complejo en el aprendizaje de una L2, cuyos efectos podemos contemplar en dos perspectivas distintas: velocidad y aprendizaje y logro final. (...) El elemento neurofisiológico no es lo más importante ya que también intervienen otros componentes asociados a la edad como la calidad del input o la capacidad de socialización, que interaccionan entre sí. (p.98)

Todo esto lleva a la idea de que aprender una segunda lengua es desarrollar una Competencia Comunicativa, según la guía que marca en toda Europa el aprendizaje de lenguas, llamado Marco Común de Referencia Europeo (MCER). Así, para Bermúdez y González (2011),

En la actualidad, la Competencia Comunicativa es vista como un compendio de saberes, capacidades, habilidades o aptitudes que participa en la producción de la convivencia y las relaciones interpersonales e intergrupales, ya que la coexistencia humana requiere la

mediación de una eficaz comunicación (p.97)

Esta Competencia, por lo tanto, está formada por varias subcompetencias como es la lingüística, la gramatical o la discursiva. Según Gómez de Enterría (2012), la Competencia Comunicativa está constituida por un grupo de habilidades y destrezas que se resume en:

- Competencia gramatical. Morfología, sintaxis, dominio y conocimiento del vocabulario...
- Competencia Sociolingüística. Capacidad para comprender y emitir vocabulario especializado, frases propias del contexto profesional...
- Competencia discursiva. Capacidad para producir textos tanto orales como escritos que tengan cohesión y coherencia dentro de cada contexto.

El Consejo de Europa (2002) en el Marco Común Europeo de Referencia, en su segundo capítulo, también hace referencia a esta Competencia, a la que incorpora tres subcompetencias fundamentales para su adquisición:

- Competencia Lingüística. Incluye los conocimientos y las destrezas léxicas, fonológicas y sintácticas, y otras dimensiones de la lengua como sistema.
- Competencia Sociolingüística. Las condiciones socioculturales del uso de la lengua (cortesía, las normas existentes en las relaciones entre generaciones, clases, sexos y grupos sociales...)
- Competencia Pragmática. Tiene que ver con el uso funcional de los recursos lingüísticos según el contexto en el que se desarrollen, como pueden ser el dominio del discurso, la cohesión, la coherencia o la ironía. Esta subcompetencia se refiere a la relación existente entre la lengua y su sistema y su uso y en un contexto comunicativo determinado.

Así, para el aprendizaje de una lengua hay que desarrollar varios aspectos relacionados con el léxico y la gramática, pero también otros que se centran en los aspectos socioculturales e incluso interculturales. De este modo, la subcompetencia Intercultural es definida como “la habilidad del aprendiente de una segunda lengua o lengua extranjera para desenvolverse adecuada y satisfactoriamente en las situaciones de

comunicación intercultural que se producen con frecuencia en la sociedad actual, caracterizada por la pluralidad” (Diccionario de Términos Clave de ELE del Instituto Cervantes, 2008) . Por lo tanto, aprender una lengua es también saber socializar en una determinada cultura.

Trabajos como el de Yanes, Hernández y Ortega (2015) en el que presentan una metodología determinada para desarrollar estas subcompetencias o la propuesta didáctica de Santamaría (2010) en la que manifiesta que toda lengua forma parte de un contexto sociocultural, intentan arrojar luz sobre la adquisición de la Competencia Comunicativa.

3.2 Métodos en la enseñanza de un idioma

El método que se utiliza para la enseñanza de un idioma es por tanto esencial para lograr que el estudiante asimile determinados conocimientos y avance en su proceso de aprendizaje. Por método se entiende, según El Diccionario de Términos Clave de ELE del Instituto Cervantes (2008) “Un conjunto de procedimientos, establecidos a partir de un enfoque, para determinar el programa de enseñanza, sus objetivos, sus contenidos, las técnicas de trabajo, los tipos de actividades, y los respectivos papeles y funciones de profesores, alumnos y materiales didácticos”. Por lo tanto, un método requiere de un enfoque (establece la base teórica en la que se encuentra el método), un diseño (para determinar objetivos, organización de actividades, papel del alumno y profesor y materiales utilizados) y un procedimiento (la técnica y la puesta en práctica).

En la enseñanza de idiomas se han empleado tradicionalmente diversos métodos, algunos de estos son, según Martínez, Olivencia y Terrón (2016):

- Método gramática - traducción: Se centra en el estudio gramatical de la lengua, por tanto, su objetivo principal es la parte de la lectura y escritura, dejando en un segundo plano los ejercicios relacionados con la comunicación. Este método se ha llevado a cabo mayormente hasta el siglo XX, aunque en la actualidad se sigue utilizando, se realiza combinándolo con otro tipo de método.
- Método natural: El cual consiste en la práctica oral a través de la escucha y la imitación.

- Método directo: Es muy similar en lo que respecta al objeto de estudio como es el aprendizaje de la lengua. Sin embargo, como diferencia con el método natural, se vuelve a trabajar la lengua escrita, de una manera instructiva, es decir, la meta que se propone es que el discente infiera las normas de uso de la lengua. Con todo ello, este método cuenta con cierto aspecto negativo, ya que para su enseñanza, se requiere contar con docentes nativos, materiales específicos y grupos reducidos, recursos que muchas escuelas no disponen de ellos.
- Método audiolingüístico: Consiste en una manera de aprender un tanto rápida e intensiva, basada en la repetición de diálogos y una gramática simple. Es cierto, que este método cada vez está más en desuso debido a que es poco significativo, poco eficaz y el aprendizaje no es bueno para el discente.

En la actualidad, algunos de estos métodos son considerados por varios autores obsoletos y se trabaja más, según el Instituto Cervantes (2008), con la idea de los enfoques, donde el aprendizaje es una gestión conjunta entre profesor y alumno. De este modo, ahora, uno de los métodos más utilizados en la enseñanza de idiomas es el:

- Método Comunicativo que pone al estudiante en el centro de la enseñanza y en el que se prioriza las diferentes necesidades que puede tener en el alumno dependiendo de la situación en la que se encuentre. Así, este tipo de método introduce por primera vez el concepto de competencias, anteriormente descrito.

3.3 Niveles de referencia

Adquirir un nuevo idioma significa, por lo tanto, desarrollar una serie de competencias a través de un método de enseñanza, pero también hacerlo de forma gradual. Es decir, siguiendo unas pautas que están marcadas y graduadas por el MCER en niveles, desde el A1 al C2.

Así, según el Diccionario de Términos Clave del Instituto Cervantes (2008) los niveles de referencia “son unas escalas en las que se describen los sucesivos grados de dominio que pueden alcanzarse en el aprendizaje de una segunda lengua”.

De este modo, hay tres grandes niveles:

- Nivel A. Subdivido en A1 o nivel de acceso y A2 o nivel de plataforma
- Nivel B de usuarios independientes. Subdivido en nivel B1 y B2
- Nivel C de usuario experimentado. Subdivido en C1 (nivel de dominio operativo y eficaz) y C2 (nivel de maestría)

Estos niveles tienen en cuenta desde el léxico del estudiante hasta su gramática pasando por las expresiones idiomáticas o el lenguaje no verbal. Para superar un nivel, los profesores y examinadores también analizan aspectos como:

- El alcance (su flexibilidad para reformular ideas u ofrecer diferentes tipos de vista)
- La corrección (dominio gramatical)
- La fluidez, la interacción con su interlocutor (participar en las conversaciones de forma espontánea o mantener conversaciones naturales)
- La coherencia en su discurso (las palabras, expresiones... que se utilizan son adecuadas al contexto/situación en el que el estudiante se encuentra)

3.4 El aprendizaje de ELE

El aprendizaje de una segunda lengua se logra, por lo tanto, siguiendo un método que permita el desarrollo de unas competencias de forma gradual. Sin embargo, en la era digital todo ha cambiado y los libros en formato papel y la pizarra con tizas han sido sustituidos por ordenadores y programas informáticos. La aparición de Internet y las nuevas tecnologías han supuesto una revolución en los modelos de enseñanza. Los antiguos modelos de profesor como contenedor de sabiduría han evolucionado a diferentes teorías como la de Vygotsky (1978), en la que se marca la importancia de las relaciones sociales y la colaboración, o la teoría del conectivismo desarrollada por Siemens (2004), en la que se afirma que el conocimiento está distribuido en las redes de personas y que por lo tanto el aprendizaje no es más que el proceso de conectar y navegar entre estas redes. Se trata, de este modo, de un aprendizaje horizontal, donde el estudiante controla su proceso.

El profesor, por tanto, deja de tener todo el poder para convertirse en un guía en este aprendizaje. Aquí es donde las Redes Sociales hacen su aparición como conectores entre el estudiante y esa sabiduría o entre estudiantes y estudiantes. El papel del profesor, por lo tanto, cambia. Así aparecen varias ideas, una de ellas es la de García (2002), quien inicia un nuevo camino al considerar que el gran cambio del elearning no está en el uso de las TIC, sino en la nueva forma en la que los profesionales ven la formación. En esta línea John Dewey (1994), ofrece un método en el que se trabaja en el concepto de educación centrada en el niño y en una metodología de proyectos. Esta nueva fórmula encaja con la metodología propuesta por muchos estudiosos de la enseñanza del español como es el caso de Santamaría Martínez (2010).

Las Redes Sociales tienen, de esta manera, la clave del aprendizaje, no solo como herramientas en las clases con metodología guiada, sino como supuestos 'contenedores de sabiduría' al que el estudiante acude para aprender un segundo idioma, en este caso el español. Así que cabría preguntarse si el estudiante es capaz de adquirir esta Competencia Comunicativa simplemente acudiendo a la base del conocimiento: los perfiles presentes en las Redes Sociales (en este caso Instagram) que ofrecen aprender español.

En la época donde la idea de La Aldea Global de McLuhan y Power (1995), la era de la información, donde todo está interconectado y el acceso a la información es relativamente fácil, tiene lógica que los estudiantes busquen sus propios recursos para formarse alejados de la enseñanza reglada. Las redes sociales han supuesto en este sentido un apoyo a este otro tipo de formación, en teoría menos estructurada.

La aparición de Internet ha revolucionado el mundo de la enseñanza. Los modelos tradicionales jerarquizados de profesor–alumno han quedado completamente desfasados para dar lugar a una evolución de la idea presentadas por Vygotsky (1978) que se centra en un concepto de enseñanza basado en el aprendizaje colaborativo. En la actualidad y partiendo de los conceptos de este investigador, los alumnos son quienes tienen la responsabilidad del aprendizaje y lo diseñan (Panitz 2001). Se trata de un aprendizaje totalmente horizontal en el que los estudiantes comparten la tarea de su formación, tal y como señala Johnson (citado por Sotomayor, 2010, p. 4). Y es en este aprendizaje horizontal donde los estudiantes toman la iniciativa y buscan sus propias

redes, que en la mayoría de los casos están alejadas de la enseñanza tradicional.

Las Redes Sociales e Internet son los que permiten este gran salto al convertirse en el lugar de reunión de todos los saberes que los estudiantes necesitan y en un punto de encuentro de los aprendientes. Así, el trabajo colaborativo alcanza su culmen con la aparición de la web 3.0 o web semántica en 2006 de la mano de Zeldman (2006). Sin duda, una web en la que los grupos sociales y sus relaciones tienen una gran importancia a través de las bases de datos que permiten conectar a personas con los mismos intereses, crear y compartir recursos, almacenar información e incluso hacen posible la aparición de algunas técnicas de enseñanza como puede ser la de la escritura colaborativa (Speck, Johnson, Dice y Heaton, 1999)

3.5 Redes sociales

Por todo ello, algunas técnicas, como el uso del Wiki aplicado a la docencia, se han convertido en grandes herramientas en la enseñanza de idiomas. Según Sotomayor (2010) experiencias como las de Lund (2008) o Blin (2006) ponen de manifiesto su eficacia. Como también lo hace el uso de las Redes Sociales tan comunes como Facebook, Twitter o Sonico, que no solo sirven para poner en contacto a las personas, sino también como herramientas para practicar y aprender.

Esta idea también se ofrece desde la perspectiva inversa, y así plataformas como Lingualia, Busuu, Livemocha o Babel, que se presentan como herramientas para aprender un idioma, también cumplen una función de red social ofreciendo a sus miembros la posibilidad de entablar relaciones de amistad en diversas lenguas.

Este entramado de Redes Sociales y plataformas utilizadas por los estudiantes para el aprendizaje de un nuevo idioma ha llevado a que estudiosas como Formara (2010) señalen que las Redes Sociales han hecho posible que en el día a día de los alumnos y en las clases esté presente un nuevo concepto: El aprendizaje invisible de Cobo y Moravec (2011). Una idea que también ha sido desarrollada también por Naso, Balbi, Nelson y Peri (2012) cuando plantean que

Desde un punto de vista estratégico y de enseñanza, los usuarios tienden a pasar más tiempo en las redes sociales más que en cualquier otro sitio, con lo cual son una excelente oportunidad para potenciar el aprendizaje. Las mismas permiten al alumno

expresarse por sí mismo, entablar relaciones, así como atender a las exigencias propias de su educación. (p.1).

Igualmente, estos autores hablan de que estas redes pueden mejorar el ambiente de trabajo o del aumento del sentimiento de comunidad. En esta misma línea trabajan Gómez y López (2010) al analizar el uso de Facebook como herramienta universitaria y concluir que las Redes Sociales "constituyen una interesante oportunidad de usarse en un futuro muy próximo, a favor de los educadores y, por supuesto, de los estudiantes de esta nueva era" (p.5). Este es quizá uno de los puntos a analizar para comprender por qué los estudiantes de español buscan seguir a un determinado perfil en Instagram, puede que para sentirse parte de un colectivo de estudio muy diferente a las aulas presenciales, pero que en cierto modo imprime carácter de comunidad.

En lo que respecta al uso de las Redes Sociales en la enseñanza reglada, en concreto en el aprendizaje de idiomas, es evidente que surgen diferentes controversias. Dependiendo de su fin hay redes más populares que otras y no siempre se utilizan las más conocidas por el gran público como pueden ser Facebook o Twitter. Así lo relatan Borromeo y Ramírez (2016) cuando mencionan que Facebook y Twitter no son las únicas usadas en lo relacionado a la enseñanza y el aprendizaje de idiomas. Hay otras mucho más populares como por ejemplo: Twieducate, Babble.com, Duolingo, English Baby, My happy planet, Palabea, por nombrar algunas de las más relevantes. Todas estas redes sociales están especializadas en el aprendizaje de idiomas, cosa que por ejemplo Twitter y Facebook no logran, según Crilla (2011), Devi y Nayak (2013) "por no estar enfocadas en ello" (citados por Borromeo y Ramírez, 2016, p.193). Tampoco lo está Instagram, la red objeto de estudio en esta investigación. Por este motivo es interesante conocer qué ocurre en estos perfiles y por qué hay miles de personas siguiéndolos.

Por otra parte, Bartolomé (2015), afirma en las conclusiones de la mesa redonda Redes Sociales en la enseñanza de ELE, del XXV Congreso Internacional de la ASELE (Asociación para la Enseñanza del Español como Lengua Extranjera), que

Los estudiantes de clases presenciales apenas participan en tareas creadas con ellas (con redes sociales), debido fundamentalmente, creemos, a que consideran las redes como un medio "privado" de comunicación e interrelación con sus amigos y colegas, no un modo de aprender una lengua: les gusta poner una foto que han hecho en un

determinado local de ocio, pero no hacer una actividad como opinar sobre una película o escribir un microrrelato en Twitter, ya que les resulta artificioso e inútil, cuando al día siguiente van a encontrarse con el profesor y los compañeros en clase. (p.28)

Ante esta situación, en el mismo Congreso Internacional de ASELE, los expertos apuntaron que las Redes Sociales son un elemento más, pero que por sí mismas no constituyen una metodología de enseñanza. Además, apuntaron que las Redes Sociales están perdiendo usuarios en los últimos años basándose en el informe 'Los medios sociales de 2014'¹, donde, según estos expertos, este desinterés de los usuarios se debe fundamentalmente a:

- La pérdida general del interés (55%)
- La preocupación por la privacidad (26%)
- La publicidad y el marketing que se aprovecha de las Redes Sociales (21%)
- El miedo a que cualquiera pueda acceder a los datos personales (17%).

3.6 Instagram

Estas afirmaciones, sin embargo, contrastan con el aumento progresivo de seguidores en Instagram y el uso del mismo en algunas iniciativas en clase, como el realizado por Martín y Munday (2014) en el programa 'Desafía Instagram ELE', donde los profesores y los estudiantes buscan, comparten y en teoría aprenden nuevo vocabulario con el uso de esta red. Al igual que el trabajo 'Muéstrame tu ciudad' de Umaña, Larco y Rojas (2016) de la Universidad de Chile, donde los estudiantes de una ciudad de Chile intercambian experiencias e imágenes con estudiantes de Inglaterra con el objetivo de desarrollar, entre otras, la destreza intercultural. Ambos trabajos citados por Merino (2015).

La idea del uso de Instagram como una herramienta útil ha sido desarrollada por Martín y Munday (2014) al afirmar que esta red social puede usarse para "practicar vocabulario, reforzar estructuras gramaticales, crear conversaciones y - quizás más importante- conectar a los estudiantes con una comunidad de aprendizaje global" (p.1). Además, esta red social tiene la ventaja de usarse con el móvil y ser la red social, señalan estos autores, con uno de los mayores porcentajes de uso diario (un 51%), solo superado por

¹ <http://actualidad.rt.com/sociedad/view/131303-red-social-facebook-twitter-investigacion>

Facebook (61%) y Youtube (55%). Y, además, cuenta con varias ventajas para la práctica del español.

El uso de imágenes asociadas a palabras o expresiones, la posibilidad de interacción entre los participantes o, gracias a su sistema de etiquetado, el acceso a ejemplos creados por nativos de todo el mundo hispanohablante. También, su uso se hace a través de dispositivos móviles (aprendizaje móvil), es ubicuo y está centrado tanto en el alumno como en una comunidad de aprendizaje, de la que también se benefician los profesores de ELE. (p.1)

En esta misma línea se encuentra Cuadros (2014) cuando apunta que las Redes Sociales que más acogida han tenido por los estudiantes desde el 2008 hasta el 2014 han sido:

- Google + Hangouts y WhatsApp (RS de charla en línea)
- Moodle, Blackboard, Edmodo (RS para el aprendizaje)
- Pinterest e Instagram (RS para compartir imágenes y añadir descripciones)

(Datos citados también en Rico y Roble, 2017, p. 42).

Ante esta situación cobra sentido intentar averiguar qué está ocurriendo en Instagram en relación a la enseñanza de ELE.

4. Preguntas de investigación

Las redes sociales son relevantes en todos los ámbitos, hoy en día cada vez están más presentes en la vida cotidiana, y más en una sociedad que desea estar conectada en todo momento. Como bien afirma Castells (2001) es innegable que aquellos que no están conectados quedan excluidos de la sociedad. Así las cosas, profundizar en este tipo de relaciones y su utilidad en el aprendizaje es algo necesario.

Instagram, creada por Kevin Systrom y Mike Krieger en octubre de 2010, con más de 800 millones de usuarios activos en todo el mundo se ha convertido en una de las redes sociales con más proyección. Según Cáceres et al. (2017), en un día en Instagram se pueden llegar a compartir alrededor de 80 millones de fotos y una media de 3,5 billones de 'me gustas'. Todo ello con un 90% de usuarios menores de 35 años.

Esta red social, en la que sus miembros se relacionan subiendo imágenes, y desde hace poco, vídeos cortos, permite hacer comentarios y pulsar el botón de 'me gusta'. Además, tiene dos tipos de cuentas: una privada (cerrada solo para seguidores autorizados) y otra pública (todos los usuarios pueden verla). Este tipo de cuentas abiertas es la que normalmente tienen las academias y los profesores de español para ofrecer contenidos con el supuesto objetivo de enseñar español.

Esta realidad contrasta con el concepto aportado por Bartolomé (2015) donde la experta apuntó que las redes sociales son un elemento más, pero que por sí mismas no constituyen un método de enseñanza.

De la misma idea es Franziskaa Lys (1999), quien señala que “no es la tecnología lo que hace exitosa la enseñanza sino el cuidado y atención prestados a la integración pedagógica de estas nuevas tecnologías y las oportunidades que se presentan como resultado”, citada por Orozo (2103). Esta idea de integrar la tecnología dentro de un sistema reglado de enseñanza es compartida por varios autores, como Martín (2012), quien añade que el alumnado en la actualidad ya está inmerso en un proceso de aprendizaje en continua evolución donde todas estas nuevas tecnologías influyen su aprendizaje. Por lo tanto, tal y como apunta Ramos (2007), todos estos nuevos mecanismos para aprender forman parte la vida del estudiante, puesto que “un aprendiente de una Lengua Extranjera activa numerosos recursos de aprendizaje de forma individual, influido por el entorno sociocultural en el que está inmerso”. (p.67)

Así, en el siglo XXI, parte de estos recursos que activa el alumno se encuentran en las Redes Sociales. En estos entornos virtuales y en especial en Instagram hay un buen número de perfiles que ofrecen contenido para supuestamente aprender español y que estos son seguidos por miles de personas. Por ello sería de utilidad analizar si estas publicaciones propician el aprendizaje de un idioma o son simplemente anuncios publicitarios que pretenden conducir al alumno a otro tipo de enseñanza más reglada.

En la sociedad donde la idea de La Aldea Global ya es una realidad sería interesante saber:

1. Qué tipo de métodos para la enseñanza del español como lengua extranjera utilizan estos perfiles para dar contenido a sus publicaciones.
2. Qué tipo de competencias relacionadas con la Competencia Comunicativa se pueden desarrollar siguiendo estos perfiles.

5. Objetivos

5.1 Objetivo general

La enseñanza de las lenguas se enmarca dentro de la necesidad de comunicarse que tiene el ser humano. Según Jorge Urrutia (1990) la comunicación está en todas partes y es la base de las relaciones del pensamiento humano. Así, la definición de este concepto tiene múltiples variantes dependiendo del enfoque que el autor tome. El Diccionario de Términos Clave del Instituto Cervantes (2008) establece que:

La comunicación es la función primordial del lenguaje y objeto de estudio de múltiples disciplinas: la Lingüística teórica, la Lingüística aplicada a la didáctica de la LE, la Psicolingüística, la Sociolingüística, la Filosofía del lenguaje, las Ciencias de la información, las Tecnologías de la comunicación, la Cibernética, etc.

Para Pasquali (citado por Bermudez y González, 2011, p.72) una comunicación eficaz es el “proceso de interacción en el que dos o más sujetos se reconocen como iguales, comparten experiencias, actúan con sentido de comunidad en función de un diálogo orientado a la construcción de acuerdos”.

El modelo de comunicación clásico más extendido es el de R. Jakobson (citado por Rodrigo, 1989, p.58) donde existe un destinatario, un emisor, un contexto, un mensaje, un contacto y un código. De este modo, para que exista una comunicación real el emisor y el receptor deben compartir el mismo código. En el caso del ser humano el sistema de comunicación más utilizado es el lenguaje, que, por un lado, es "una cualidad natural del ser humano y, por el otro, producto de una cultura (...) Una herencia histórica enmarcada en una sociedad y una naturaleza; como otras instituciones humanas, evolucionan con el tiempo" (Urrutia, 1990, p.64). Esta evolución del lenguaje ha hecho posible que cada sociedad cuente con un lenguaje, un código único que comparten sus

hablantes y que es necesario aprender en toda su extensión para llegar a una comunicación aceptable.

Así, a la necesidad de comunicación se le une la obligación de aprender este código y, por consiguiente, da origen al nacimiento de la enseñanza de un idioma como segunda lengua. Como se ha indicado anteriormente este aprendizaje debe ser gradual y seguir, según los autores reseñados anteriormente, unas pautas para alcanzar la Competencia Comunicativa.

El uso de las redes sociales y en concreto Instagram como vehículo para este aprendizaje podría no ser del todo eficaz. De este modo el objetivo general de esta investigación es determinar la utilidad de la información que comparten algunos de los perfiles más seguidos de Instagram que se presentan como profesores de español para el desarrollo de la Competencia Comunicativa y por lo tanto para el aprendizaje del español.

5.2 Objetivos específicos

Esta investigación, además, cuenta con varios objetivos específicos necesarios para alcanzar su fin. Así, en este trabajo se pretende:

- Clasificar la información que se comparte en estos perfiles de Instagram siguiendo las pautas marcadas para el desarrollo de la Competencia Comunicativa, según el Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas (MCER) y el Instituto Cervantes.
- Describir el contenido y el formato de las publicaciones que realizan los perfiles más seguidos de Instagram que se presentan como profesores de español.
- Catalogar las publicaciones por niveles y contabilizar qué nivel / niveles del idioma del español son los más frecuentes en dichas publicaciones (A1-C2).
- Clasificar las interacciones presentes en el proceso de comunicación entre estos perfiles (profesores) y sus seguidores (alumnos).

6. Diseño de la investigación

El objetivo general de esta investigación, como se ha señalado anteriormente, es determinar la utilidad de la información que comparten algunos de los perfiles de ELE más seguidos de Instagram para el desarrollo de la Competencia Comunicativa y por lo tanto para el aprendizaje del español. Además, pretende clasificar la información que publican estos perfiles en esta red social para el desarrollo de la Competencia Comunicativa, siguiendo las pautas marcadas por el Marco Común Europeo de Referencia de las Lenguas y el Instituto Cervantes; describir este contenido y su formato; y catalogar las publicaciones por niveles de referencia, y clasificar sus interacciones.

Para alcanzar este objetivo general se ha considerado que la metodología cuantitativa es la más adecuada que ya que según Mateo (2000) se centra en fenómenos observables, como es el caso de la investigación que nos ocupa, y busca generalizar resultados a partir de muestras representativas. Esta metodología por tanto puede ser útil para arrojar luz sobre lo que ocurre en Instagram con respecto a la enseñanza del español y más concretamente de la Competencia Comunicativa, al ser dos fenómenos que pueden ser observados. Además, este estudio, al tratarse de una investigación sin los recursos (económicos y de personal) suficientes para realizarla a gran escala, puede servir, por tanto, de estudio piloto para una posterior ampliación del número de sujetos de estudio y del espacio temporal analizado.

Así, siguiendo estas dos premisas se ha optado por este tipo de metodología que también engloba las características presentadas por Albert, Latorre, Rincón, Arnal y Vidal (citados por Rodríguez y Valldeoriola, 2018, p.25). Se trata, según estos autores, de una metodología objetiva, positivista, tangible y externa al investigador; que busca generalizar resultados; que se utiliza para fenómenos observables; cuenta con la finalidad de conocer, explicar la realidad, controlarla y efectuar predicciones; tiene un procedimiento hipotético-deductivo, y utiliza un análisis de datos (deductivo y estadístico) que está orientado a la comprobación, contraste o falsación de hipótesis.

Esta metodología, por consiguiente, permite realizar el estudio de una realidad en la que el observador no participa, como en este caso que trata sobre de lo que sucede en Instagram con respecto a la enseñanza de ELE. Además, ofrece la posibilidad de generalizar resultados sobre lo acontecido en esta red y explicar parte de una de las

realidades presentes en esta Red Social, en este caso la relacionada con la enseñanza de ELE. Todo ello a través de la descripción, catalogación y clasificación de las publicaciones analizadas, que permiten llegar a unas conclusiones a través de la deducción y el análisis de los datos recogidos.

Sin embargo, esta metodología tiene puntos débiles. Habría que destacar que se trata de una metodología con menor validez interna que la cualitativa, según Sarduy (2007). Ya que, aunque es cierto que se obtienen datos interesantes para ser extrapolables a una población más general, los resultados, según este mismo autor, no tienen en cuenta el factor más subjetivo de los sujetos de estudio. Así, en esta investigación con el uso de esta metodología no es posible conocer qué piensan los individuos que forman parte de la muestra y los motivos personales que les llevan a comportarse de una determinada forma (en este caso realizar determinadas publicaciones o seguir a un perfil).

Todo ello significa que con la metodología cuantitativa los resultados se basan más en los números que otro tipo de factores más sociales que pueden mover a las personas a actuar ante determinadas situaciones. Esta carencia, como se indicará en el apartado '14. Limitaciones', puede suplirse con una investigación complementaria cualitativa con entrevistas o grupos de discusión focal.

7. Técnicas e instrumentos

Una vez seleccionada la metodología cuantitativa, para la recogida de datos se ha optado por la técnica de la Observación al considerar que para saber qué ocurre en Instagram con la enseñanza del Español como Lengua Extranjera la mejor fórmula es observar, sin participar. Algo que permitirá la consecución de los objetivos específicos y con ellos alcanzar el objetivo general de determinar la utilidad de la información recogida para el desarrollo de la Competencia Comunicativa.

Esta técnica de recogida de datos es según Sans (2004), Arnal (2000) y Mateo (2000) la ideal para aplicar en estudios que se den en una situación real, con un bajo grado de control por parte de los investigadores, donde el estudioso tenga una actitud pasiva (el investigador solo puede registrar las mediciones), no exista manipulación de variables y,

además, no haya una relación causa-efecto. Características todas necesarias para la consecución del objetivo general de esta investigación, así como para responder a las preguntas de investigación.

De este modo, siguiendo las palabras de Santos (1999) en las que afirma que “observar no consiste simplemente en mirar, sino en buscar. Lo cual exige un principio estructurador de la mirada y del pensamiento” (p.425), se ha optado por trabajar ‘buscando’ de forma metódica usando para ello las herramientas que a continuación se describen. Así, en la elección de esta técnica ha tenido en cuenta las palabras de De Ketele (1984), en las que hace referencia a una atención voluntaria, pero también de un proceso terminal y organizado para que la recogida de datos siga una línea de una observación sistemática.

La elección de los sujetos a observar ha sido, pues, el primer paso, seguido de la selección de los instrumentos que se van a utilizar para realizar dicho trabajo.

7.1 Muestra

Siguiendo esta idea, primero se ha realizado la selección de los perfiles a utilizar como referentes en esta investigación, para posteriormente extraer de ellos la información que se va a clasificar, describir y catalogar. Se ha elegido un número de 10 sujetos, por considerar que es una cantidad lo suficientemente representativa para este tipo de investigación y que se adapta a los recursos humanos y material disponibles.

El proceso de selección ha contado con cuatro pasos claves:

- Clasificación de los *hashtags* (o etiquetas) más utilizados en Instagram en relación con la Enseñanza del Español como Lengua Extranjera (ELE)
- Identificación de los perfiles más activos en esta red social a partir de estos *hashtags*.
- Identificación de los influyentes² de ELE a través de la utilización de herramientas de social media.

² La Real Academia de la Lengua Española recomienda el uso de influyente para designar a las personas que tienen influencia en la red. El uso de influencer/influencers es un anglicismo

- Cruce de los datos anteriores para hacer una criba y elegir a los perfiles más activos y que afirman tener como misión principal la enseñanza del español como lengua extranjera

Con la consecución de estos cuatro puntos se ha determinado cuáles de los perfiles presentes en Instagram y relacionados con ELE tienen interés en esta investigación. Se trata, por tanto, de una muestra de perfiles muy concretos. Es un muestreo no probabilístico realizado con el propósito de seleccionar aquellos individuos relevantes para esta investigación.

La elección de una muestra no probabilística se ha realizado tras considerar que no todos los miembros presentes en Instagram son válidos para los objetivos de este trabajo de análisis, ya que existen infinidad de cuentas que se anuncian como enseñantes de español, pero que después o no tienen actividad o sus publicaciones están alejadas de tal fin.

Tal y como indica McMillan y Schumacher (2001) no todos los miembros de la población –en este de caso Instagram- tiene la misma oportunidad de ser incluidos, así que se ha decidido seleccionar a los sujetos por sus características. Se trata de una muestra de diez sujetos que se adapta a las necesidades de esta investigación y que pretende arrojar luz sobre una parte de lo que está ocurriendo en Instagram en relación a la enseñanza de ELE. Se trata por tanto de seleccionar a los sujetos que tal como indica Crewell (2015) ofrezcan una información útil para responder a preguntas e hipótesis. Se sigue por lo tanto el camino marcado por Cohen, Manion y Morrison (2003), quienes recomiendan seguir esta selección cuando se intenta extraer conclusiones que pueden ser generalizadas y cuando, además, se trate de estudios pilotos, como es este caso.

De este modo, la selección de los perfiles de este estudio se ha realizado, tal y como se indicó anteriormente, siguiendo los siguientes pasos:

1. Clasificación de los *hashtags* (o etiquetas) más utilizados en Instagram en relación con la Enseñanza del Español como Lengua Extranjera (ELE)
 - Spanishclass 89.031 publicaciones

- Spanishteacher 57.001 publicaciones
- Learningspanish 50.009 publicaciones
- Spanishlessons 32.009 publicaciones
- Spanishlanguage 24.008 publicaciones
- Clasesdeespanol 1.275 publicaciones
- Profesordeespañol 1.767 publicaciones

2. Identificación de los perfiles más activos en esta red social a partir de estos *hashtags*

3. Identificación de los diez primeros influyentes de ELE a través de la utilización de la herramienta de social media Heepsy

- <https://www.instagram.com/espanhofacil/> 24.900 seguidores
(Españolfacil)
- <https://www.instagram.com/bestspanishlessons/> 10.900 seguidores
(bestspanishlessons)
- <https://www.instagram.com/learningmyspanish/> 10.000 seguidores
(learningmyspanish)
- <https://www.instagram.com/learningwithmarcus/> 9.657 seguidores
(learningwithmarcus)
- <https://www.instagram.com/hola.spanish/> 8.400 seguidores
(hola.spanish)
- <https://www.instagram.com/holaconlola/> 8.400 seguidores
(holaconlola)
- <https://www.instagram.com/socialspanish.co/> 5.900 seguidores (socialspanish)
- <https://www.instagram.com/spanishwithvicente/> 5.500 seguidores
(spanishwithvicente)
- <https://www.instagram.com/spanishlyspeaking/> 5.600 seguidores
(spanishlyspeaking)
- <https://www.instagram.com/learnspanishwithme/> 5.732 seguidores
(learnspanishwithme)

4. Cruce de los datos anteriores para hacer una criba y elegir a los perfiles más activos y

que afirman tener como misión principal la enseñanza del español como lengua extranjera

Finalmente, la selección arrojó estos diez perfiles para realizar la investigación:

- <https://www.instagram.com/learningmyspanish/> 10.000 seguidores
(Learningmyspanish)
- <https://www.instagram.com/sipspanish> 9.492 seguidores
(Sipspanish)
- <https://www.instagram.com/hola.spanish/> 8.400 seguidores
(Hola.spanish)
- <https://www.instagram.com/socialspanish.co/> 5.900 seguidores
(Socialspanish)
- <https://www.instagram.com/spanishwithvicente/> 5.500 seguidores
(Spanishwithvicente)
- <https://www.instagram.com/spanishlyspeaking/> 5.600 seguidores
(Spanishlyspeaking)
- <https://www.instagram.com/learnspanishwithme/> 5.732 seguidores
(Learnsanishwithme)
- <https://www.instagram.com/spanishtomind/> 4.400 seguidores
(Spanishtomind)
- <https://www.instagram.com/marielainspanish/> 3.200 seguidores
(Marielainspanish)
- <https://www.instagram.com/betterinspanish/> 2.000 seguidores
(Betterinspanish)

7.2 Instrumento de recogida de datos

Una vez elegidos los perfiles se han seguido estas cuentas durante 15 días en el periodo comprendido entre el 1 y el 15 de septiembre de 2018. Se ha elegido esta fecha por ser un periodo de inicio de clases, donde los estudiantes están más motivados en el aprendizaje y los perfiles, por su parte suelen, realizar más publicaciones para atraer a más estudiantes, lo que se traduce en más seguidores en Instagram.

Para el seguimiento de estas cuentas se ha realizado, como se indicó anteriormente, una observación externa natural ya que en Instagram no es necesario ser seguidor de una cuenta abierta para ver sus publicaciones. De este modo se ha podido observar su comportamiento sin intervenir en el proceso.

En cuanto a los registros, se ha optado por guardar por medio de fotografías las publicaciones realizadas por cada uno de los perfiles para que quede constancia posterior en caso de que estos perfiles borraran sus publicaciones. Además, se ha elaborado una ficha de recogida de datos elaborada a partir de un código arbitrario extraído de la definición que el Consejo de Europa (2002) en su Marco Común Europeo de Referencia y el Instituto Cervantes (2006) realizan.

Así, en cada uno de los perfiles y en cada una de sus publicaciones se ha contabilizado el número de apariciones de las siguientes competencias definidas por el Diccionario de Términos Clave del Instituto Cervantes (2008):

- Competencia Lingüística / gramatical. Conocimientos y destrezas léxicas, fonológicas o sintácticas, además de otras dimensiones de la lengua como sistema. Morfología, sintaxis, vocabulario...
- Competencia Sociolingüística. Las condiciones socioculturales del uso de la lengua (cortesía, las normas existentes en las relaciones entre generaciones, clases, sexos y grupos sociales...) Capacidad para comprender y emitir vocabulario especializado, frases propias del contexto profesional...
- Competencia discursiva. Capacidad para producir textos tanto orales como escritos que tengan cohesión y coherencia dentro de cada contexto.
- Competencia Pragmática. Está relacionada con el uso funcional de los recursos lingüísticos según el contexto en el que se desarrollen. Aquí también se incluyen el dominio del discurso, la cohesión, la coherencia o la ironía. Esta subcompetencia, por tanto, hace referencia a la relación existente entre la lengua y su sistema y su uso en un contexto comunicativo determinado.

- Competencia Intercultural. Definida como la habilidad del aprendiente de una segunda lengua o lengua extranjera para desenvolverse adecuada y satisfactoriamente en las situaciones de comunicación intercultural que se producen con frecuencia en la sociedad actual, caracterizada por la pluralidad.

Además, en las mediciones también se ha tenido en cuenta:

- La palabra más usada en la descripción de su perfil para saber si se anuncian como profesores de español. Dato esencial en esta investigación.
- Los *hashtags* más utilizados por las cuentas en cada una de las publicaciones, para saber cómo autodenominan estas cuentas la información que ellas mismas publican y para conocer qué idioma utilizan en sus etiquetas. Esto permitirá, unido la lengua que utilizan en las explicaciones de sus publicaciones, determinar el objetivo que siguen estos perfiles y si entre ellos se encuentra el desarrollo de la Competencia Comunicativa.
- El idioma que utilizan estos perfiles en las explicaciones que aparecen en sus publicaciones. Se ha diferenciado entre español, inglés o ambos. Como se ha explicado anteriormente esto serviría para conocer el objetivo de estos perfiles.
- El nivel de referencia (A1-C2). A qué nivel de español están dirigidas las publicaciones. Qué estudiantes podrán entender estas publicaciones. Esto denotará si existe progresión en la enseñanza y por lo tanto si se sigue algún método.
- El Número de seguidores de cada uno de los perfiles. Este dato, junto al tipo de interacción existente entre ambos, permitirá saber si existe comunicación real entre seguidores (estudiantes) y perfiles (profesores) y por lo tanto desarrollo de la Competencia Comunicativa.
- Las Interacciones. Para conocer el tipo de comunicación con la cuenta. Esto unido al número de seguidores permitirá saber si existe diálogo entre los seguidores (estudiantes) y perfiles (profesores) necesario en todo proceso de aprendizaje y por lo tanto en el desarrollo de la Competencia Comunicativa.
- El contenido, que se ha clasificado en:
 - Léxico

- Verbos
- Gramática
- Cultura
- Personales
- Para otros profesores
- Venta
- Publicaciones y formato:
 - Número de publicaciones totales
 - Formato fotografía
 - Formato infografía
 - Formato video
 - Imagen con audio

Todos estos datos ayudan también a conocer el tipo de metodología que utilizan los perfiles de Instagram. Así, se ha tenido en cuenta el contenido de las publicaciones, el formato, la presencia de competencias y en qué cantidad aparecen cada uno de estos elementos. De este modo, como anteriormente se ha explicado, se puede deducir si se trata de:

- Método gramática –traducción, la mayoría de las publicaciones están relacionadas con la gramática y además se ofrece una traducción en otra lengua.
- Método natural, la mayor parte de las publicaciones son vídeos que ofrecen ejercicios de escucha e imitación.
- Método directo, las publicaciones más comunes son las de ejercicios de escucha e imitación, pero en la destreza escrita. Así que son audios o bien escritos.
- Método audiolingüístico, se ofrece mayoritariamente al estudiante la repetición de diálogos sin tener en cuenta el contexto. Por lo tanto, audios o vídeos.
- Método Comunicativo, la mayoría de las publicaciones tienen en cuenta alguna de las competencias presentes en la Competencia Comunicativa. Se utiliza todo tipo de formato y ejercicios.

Además, se ha contabilizado el número de interacciones de los estudiantes con las publicaciones y se ha identificado qué tipo de interacción es (solo darle al ‘me gusta’ o

hacer algún comentario’) para poder establecer si el estudiante es reactivo a las publicaciones. Esta actitud puede ser un indicador para determinar si el estudiante responde a alguno de los métodos o si, por el contrario, los perfiles simplemente publican información sin recibir *feedback*. Ya que algo esencial cuando se utiliza un método es saber si el estudiante está poniendo en práctica lo aprendido. Esta actitud también puede ser un indicador para determinar la relación con el perfil (profesor) y así saber si se está produciendo una comunicación real, donde el estudiante (seguidor) reacciona al estímulo del profesor (perfil). Todo ello es esencial porque una de las características esenciales de la Competencia Comunicativa, como su propio nombre indica, es que exista comunicación.

La recolección de datos se ha realizado de forma individual por cada perfil y después se ha volcado todo lo recogido a una matriz de datos en Excel con toda la información recabada. En el apartado Anexos se encuentra la ficha utilizada (Anexo 2), un enlace a todas las fichas individuales (Anexo 3), así como la matriz de datos (Anexo 4) que recopila la información de todos los perfiles. Hay que destacar que una parte de esta recolección de datos comenzó a realizarse en la asignatura ‘Técnicas de Análisis de datos’ para la posible realización de un artículo de investigación.

En cuanto al proceso de construcción de esta ficha y su validación se han seguido las siguientes fases.

- Revisión de la literatura relacionada con la Competencia Comunicativa y enseñanza de ELE como:
 - Consejo de Europa (2002) en el Marco Común Europeo de Referencia
 - Diccionario de Términos Clave del Instituto Cervantes (2008)
 - Hymes (1996)
- Revisión de otras fichas para recolección general de información en redes sociales como las ofrecidas por la profesora Castro de Reyes (2015)
- Elaboración de una primera versión de la ficha
- Prueba de funcionamiento de la ficha con varias publicaciones
- Elaboración de una segunda versión
- Prueba de funcionamiento

- Valoración de diferentes profesionales en la enseñanza de ELE. Tras la realización de la segunda versión, la ficha fue entregada a otros dos profesores independientes de ELE que la probaron de forma individual recogiendo datos de 10 publicaciones en Instagram relacionadas con la enseñanza del Español como Lengua Extranjera. Estos profesionales llegaron a la conclusión que sus parámetros servían para medir la Competencia Comunicativa
- Valoración de la tutora de esta investigación

8. Planificación e implementación del trabajo de campo

El trabajo de campo de esta investigación se realizó durante el mes de abril. Estos son los pasos seguidos y sus fechas.

Actividad	Abril			
	S1	S2	S3	S4
Selección de la muestra				
1. Clasificación de <i>hashtags</i>				
3. Identificación perfiles				
4. Identificación influyentes				
5. Curce de datos				
Creación ficha y validación				
Ficha definitiva				
Recogida de datos				
Pasar datos a Matriz				

En siguiente cuadro, además, se puede ver cuáles han sido los pasos en la realización de todo el Trabajo de Fin de Máster de Investigación.

Actividad	Marzo		Abril				Mayo				Junio	
Semanas	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2
1.Introducción												
2.justificación												
3.Revisión teórica												
4. Preguntas de investigación												
5.Objetivo general												
6.Objetivos específicos												
7.Diseño de investigación												
8.Técnicas e instrumentos												
9.Planificación												
10.Estrategia analítica												
11. Aspectos éticos												
12. Resultados del proceso												
13. Conclusiones												
14. Limitaciones y perspectivas												
15. Bibliografía												
16. Anexos												
Primera entrega global del TFI												
Entrega definitiva tutora TFI												
Entrega para evaluación TFI												

9. Estrategia analítica

Una vez seleccionada la metodología cuantitativa y la Observación como técnica de recogida de datos, el siguiente paso ha sido determinar qué metodología se seguirá para el análisis de los datos. Para ello se ha tenido en cuenta que en esta investigación se ha seguido una observación sistemática con unas herramientas que han permitido una recogida de datos ordenada.

Así, tras este trabajo de recogida de datos se ha optado, igualmente, por una exposición de los resultados clara y estructura. De este modo, se ha elegido el procedimiento de la Representación Gráfica por considerar que es un método válido en estos modelos de valores absolutos, tal y como señala Egger (2008) al afirmar que las representaciones visuales de los datos son fundamentales en la ciencia y que son muy frecuentes, ya que esto ayuda a la visualización y a la interpretación de dichos datos.

Este método de representación permitirá, por tanto, ordenar los resultados por categorías, ofrecer de forma inteligible los datos para su posterior discusión y llegar, de

este modo, a las conclusiones. Además, los gráficos servirán para resumir y recopilar de manera visual los resultados, un aspecto fundamental para poder hacer una discusión de los resultados productiva.

10. Aspectos éticos

Respecto a los aspectos éticos, esta investigación se ha realizado en Instagram, una red social abierta para todos los públicos (mayores de edad) y con unas cuentas públicas que cualquier persona puede ver. Así, que tanto los perfiles de los profesores, como los perfiles de los estudiantes no tienen ninguna restricción en cuanto a ser analizados, al igual que las interacciones que se producen entre ellos.

De este modo, no es necesario solicitar ningún de autorización a las personas implicadas en esta investigación ya que la observación de estas cuentas y sus acciones está permitida legalmente y es algo que los propietarios de estas cuentas conocen cuando deciden abrir un perfil de forma pública, tal y como queda reflejado en las normas de esta red social³.

11. Resultados del proceso de análisis

Una vez realizada la observación de la diez cuentas y recogidos todos los datos en una matriz de datos (Anexo 4), se ha optado, como se señaló anteriormente, por la representación gráfica. Así, todos los datos han sido clasificados y ordenados siguiendo el orden de la ficha creada para su recogida.

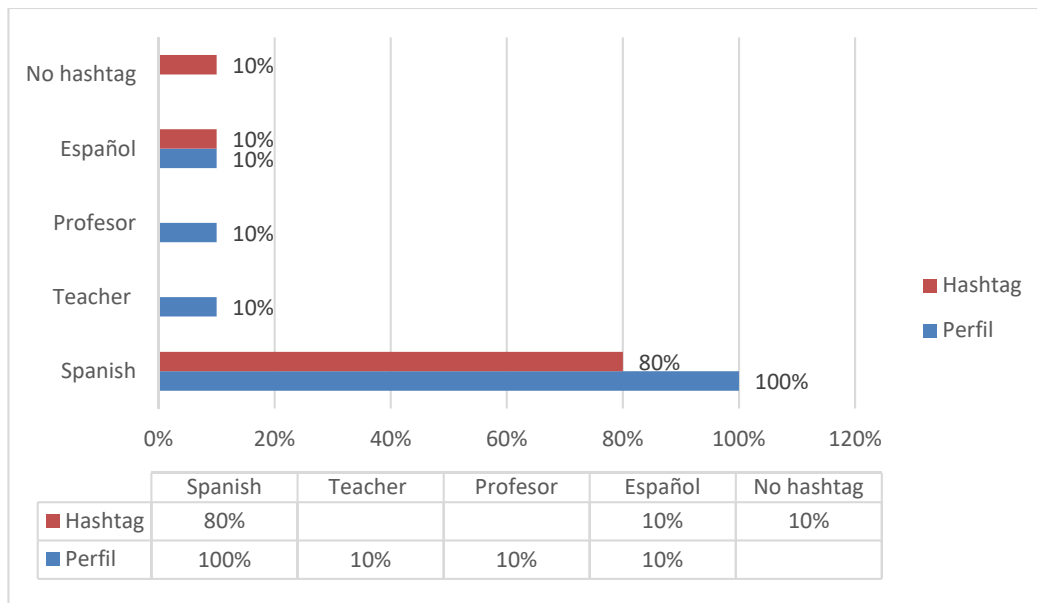
11.1 Perfil y etiqueta

En cuanto a la descripción del perfil la palabra más utilizada es *Spanish* con un 100%. Es decir, los diez influyentes en la enseñanza del español incluyen esta palabra en la descripción de su perfil. Hay que señalar que las siguientes palabras más utilizadas con un 10% es *Teacher*, también en inglés, y profesor (10%), seguidas de *Lessons* o *Learn* (también en inglés).

Respecto a los hashtags más utilizados, la palabra *Spanish* es también la más común con

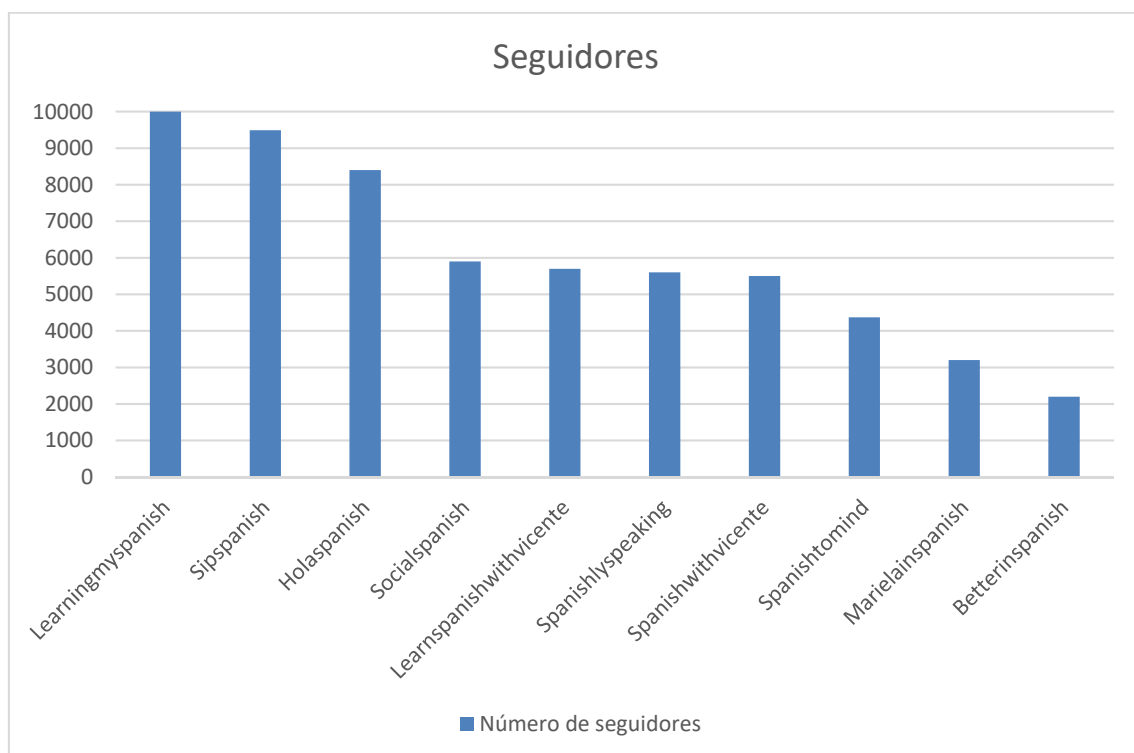
³ Las normas de Instagram se pueden consultar en:
<https://www.facebook.com/help/instagram/155833707900388>

80%, frente al 10% del uso de Español y un 10% que no utiliza hashtag.



11.2 Seguidores

En cuanto al número de seguidores el total es de 51.962, aunque hay grandes diferencias entre las diez primeras posiciones. Así, hay que destacar que los tres primeros puestos tienen entre 10.000 y 8.400 seguidores, mientras el último analizado en esta investigación tiene 2.200. La media, por tanto, se sitúa en torno a los 5.100.



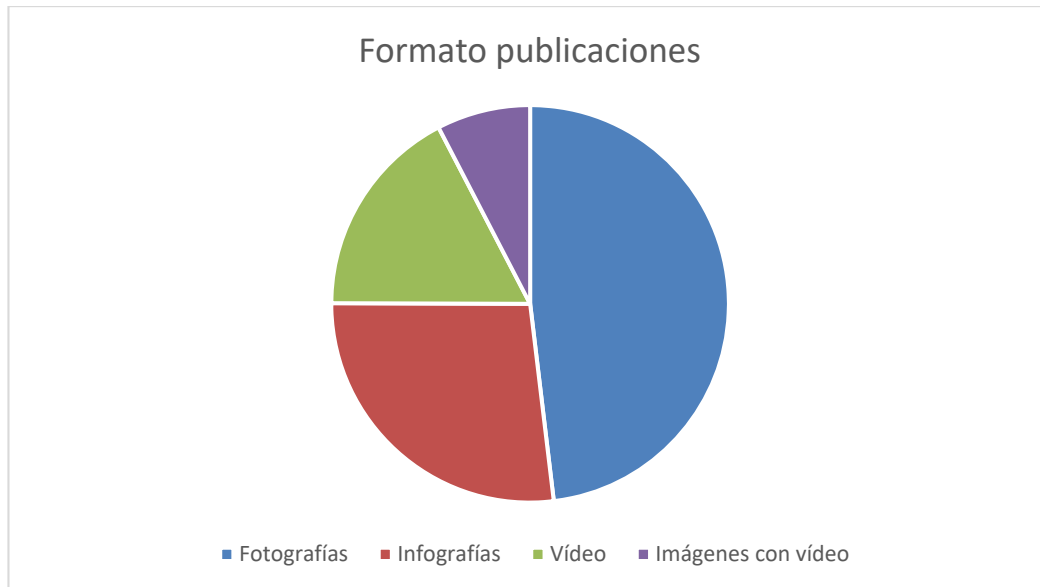
11.3 Publicaciones

El número de publicaciones totales de estos diez perfiles son 52, lo que establece una media de 5,2 publicaciones en 15 días. Es decir, 0,34 publicaciones diarias. Sin embargo, estas cifras son relativas, puesto que el perfil más seguido (learningmyspanish) con 10.000 seguidores solo realizó tres publicaciones en quince días y el perfil de Spanistomind con 9 publicaciones es el más activo con dos publicaciones diarias durante dos días. Este último dato solo está presente en este perfil. Además, no se puede establecer un patrón de fecha de publicaciones, aunque si es reseñable que no suelen coincidir con los fines de semana.



11.4 Formato

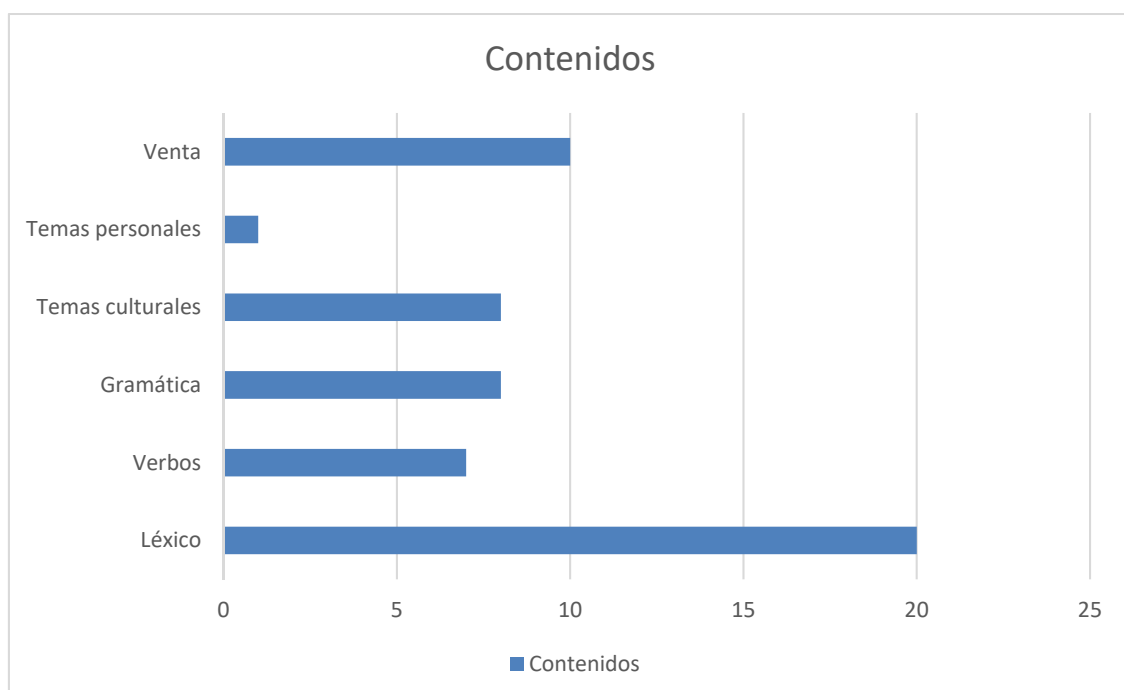
En cuanto al formato de las publicaciones la mayoría son fotografías, el 48% frente al 26,9% de infografías, el 17,3 % de vídeo y el 7,6% de imágenes con audio.



11.5 Contenido

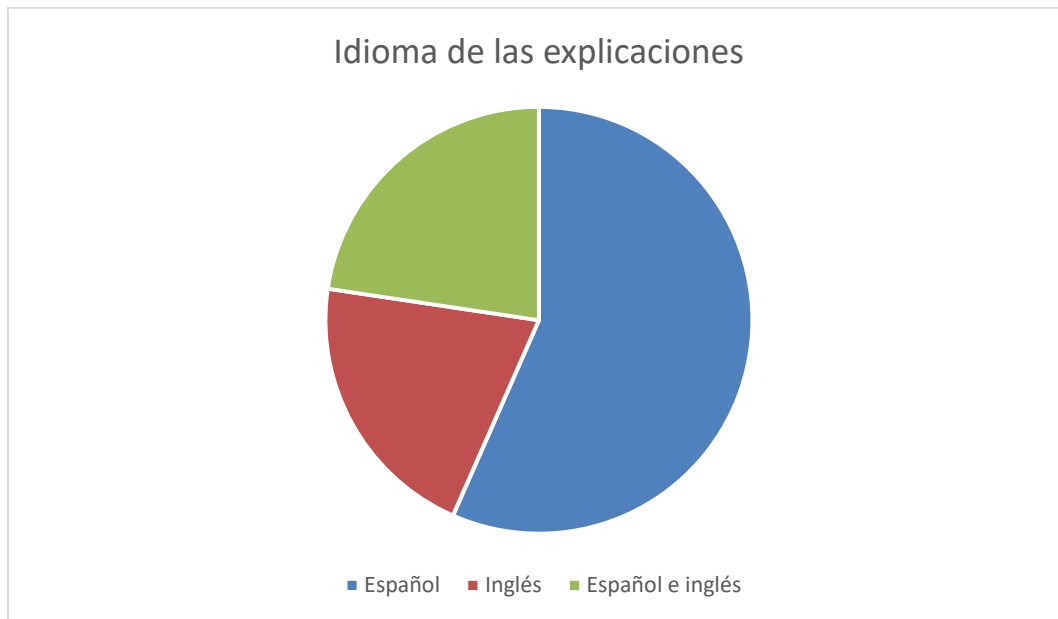
Centrándonos en el contenido de las publicaciones, la mayoría (el 38,6%), está relacionada con el léxico frente a un segundo puesto que se centra en la venta de productos (19,2%), seguidos de la gramática (15,3%), los temas culturales (15,3%) y los verbos (13,4%). Los temas personales solo representan un 1,9%.

Es decir, se ha producido 20 publicaciones asociadas con el léxico, 10 con la venta de productos, 8 con gramática y cultura, respectivamente y 1 publicación con temas personales.



11.6 Idioma de las explicaciones

Gran parte de las publicaciones están realizadas en español (57,6%) o en las dos lenguas (inglés-español) con un 23,07%. En inglés solo se han realizado un 21,1%. Destacar que no se ha encontrado ningún tipo de publicación que utilice otra lengua diferente al inglés o español.

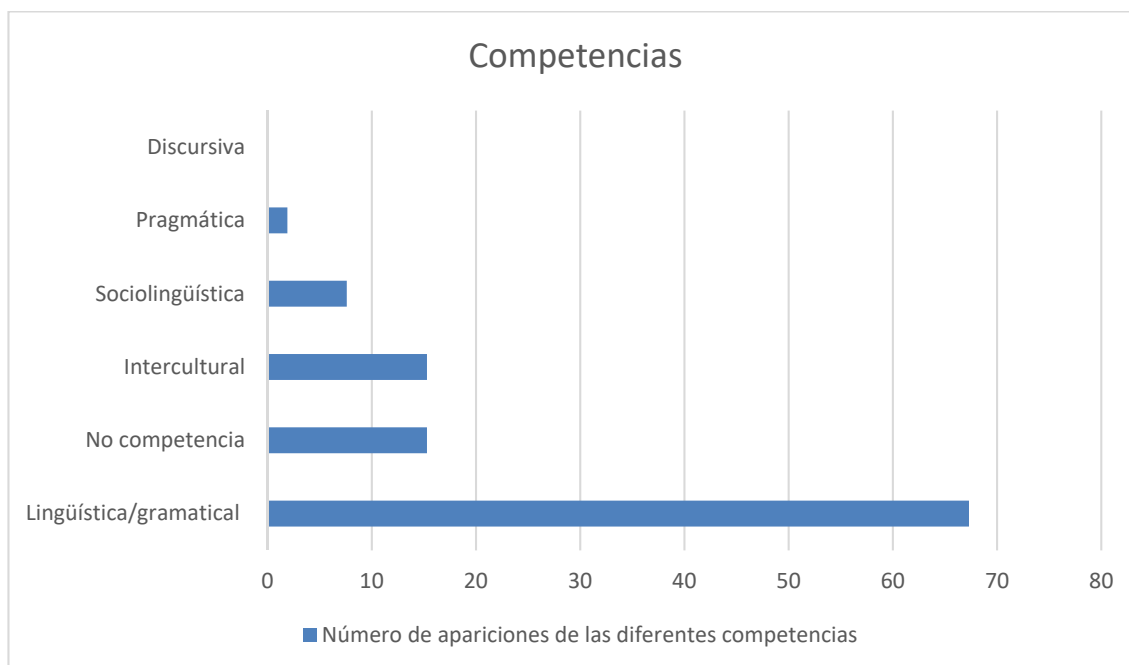


11.7 Competencias

Respecto a la presencia en las publicaciones de las diferentes competencias que conforman la Competencia Comunicativa. La inmensa mayoría de las publicaciones presenta la competencia Lingüística/gramatical (67,3%), seguida del uso de ningún tipo de competencia (15,3%) y de las competencias Intercultural y la Sociolingüística con un 7,6%, respectivamente. Finalmente, la competencia Pragmática está presente en el 1,9% de las publicaciones y la Discursiva en ninguna.

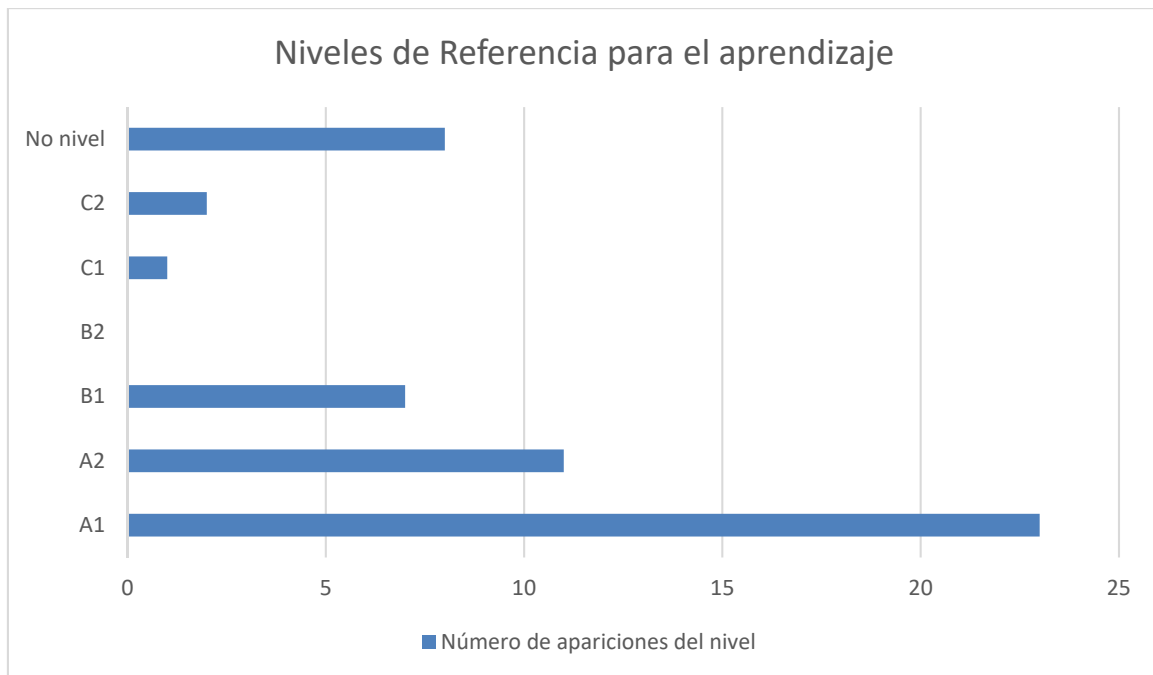
De este modo, nos encontramos que existen 35 publicaciones donde la competencia Lingüística/gramatical está presente, frente a las 4 de la competencia Sociolingüística e Intercultural, respectivamente. Y solo hay una publicación para el desarrollo de la competencia Pragmática. Aquí habría que destacar que 8 de estas publicaciones no presentan ningún tipo de competencia.

En este apartado hay que destacar que solo 1 de las 10 cuentas (Holaspish) realiza publicaciones donde se trabajan cuatro subcompetencias y por lo tanto su contenido es más variado que en las demás. El resto de perfiles se centran, como se ha señalado anteriormente, en la competencia Lingüística/gramatical.



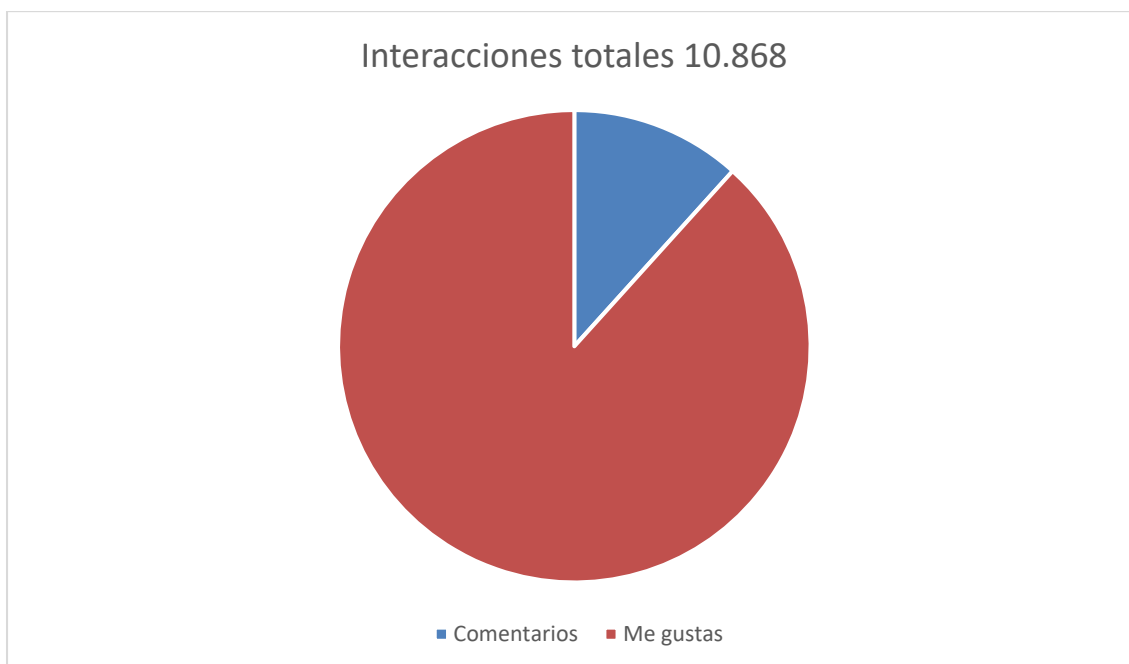
11.8 Niveles

En cuanto a los niveles de referencia para el aprendizaje de una segunda lengua según marca el Marco Común de referencia Europeo (2002), el nivel que más habitual es A1, con 23 publicaciones, un 44,2% del total. Le sigue el A2 con 11 publicaciones (21,5%), B1 con 7 publicaciones (13,46%), seguido del C2, con 2 publicaciones (3,8%) y una sola publicación de nivel C1. Destacar que las publicaciones sin nivel son 8, el (15,3%).



11.9 Interacciones

Siguiendo con el análisis, en 52 publicaciones hay 10.868 interacciones, de las que 1.271 suponen un esfuerzo de redacción de frases o palabras (los comentarios). Esto significa que solo el 11.6% de las interacciones suponen una comunicación estructurada o diálogo con el profesor con la realización del ejercicio o parte de él, al menos de forma oficial, en el contexto donde se está aprendiendo (en la red Instagram). Es decir, el 88.4% de las publicaciones no recibe una reacción activa en gramática o léxico por parte del estudiante.



A este punto, hay que sumarle que, si existen 10.868 reacciones totales entre 51.962 seguidores, significa que tan solo el 0,2% de los supuestos estudiantes interactúan con los perfiles. Una cifra que se reduce a 0,02% en el caso de interacciones de comentarios.

12. Discusión de los resultados

Una vez recogidos los datos, y tras su análisis, podemos decir que en relación con los contenidos, formato, idioma de la explicación y las competencias presentes en las publicaciones se puede afirmar que el método gramática-traducción es el más habitual puesto que la mayoría de las publicaciones están relacionadas con el léxico y la gramática, 38,4% y 15,3%, respectivamente. Además, el uso de las dos lenguas para realizar explicaciones en buena parte de las publicaciones (23,07%) es una de las características de este método, tal y como se señaló en los apartados de Marco Teórico y Técnicas e Instrumentos.

El resto de métodos apenas están presentes. El Audiolingüístico y Directo casi no son empleados ya que solo existe un 7,3% de publicaciones que utilicen vídeos y tan solo un 7,6% que tengan una imagen fija con audio.

Siguiendo la línea de los contenidos, también se puede concluir que el método Comunicativo no está presente, ya que la mayoría de las publicaciones usan imágenes de frases o palabras asociadas exclusivamente con la gramática y de léxico, y no con

contenidos relacionados con la formación en competencias como la Pragmática o la Sociolingüística. La ausencia de estas competencias hace imposible, por tanto, el desarrollo de la Competencia Comunicativa, tal y como se explica en el Marco Teórico en las definiciones del Diccionario de Términos Clave de ELE del Instituto Cervantes (2008), el Consejo de Europa (2002) en el Marco Común Europeo de Referencia y según las afirmaciones de los autores Bermúdez, L. y González L. (2011) y Gómez de Enterría (2012).

En este mismo sentido, el tipo de competencias presentes es demasiado desigual con un 67,3% de competencia Lingüística/Gramatical, y nula o casi nula presencia de competencias como la Pragmática, la Discursiva o la Sociolingüística. Tan solo la competencia Intercultural tiene un papel algo más significativo con un 15,3%. Por lo tanto, estas publicaciones no podrían enmarcarse en el método Comunicativo, ya que no existe un desarrollo de todas sus competencias y, en cambio, se desarrolla mayoritariamente el aspecto gramatical y léxico, más común de métodos solamente centrados en la gramática.

Esto significa que este tipo de publicaciones en Instagram no cumplirían con los requisitos marcados por el Marco Común de Referencia Europeo (2002) y el Instituto Cervantes (2008) y por lo tanto la utilidad de estas publicaciones para el desarrollo de la Competencia Comunicativa es escaso o prácticamente nulo.

Esta afirmación estaría refrendada por la distribución de las publicaciones según su nivel. No existe ningún tipo de progresión en el nivel, con saltos de nivel A1 a nivel C1, además de la presencia destacada de un 65,7% de los niveles A1 y A2. En este sentido, se puede afirmar que no se sigue un método de enseñanza basado en el desarrollo de competencias, ya que estos siguen siempre una progresión por niveles, esencial para ir avanzando. Además, en la superación de los diferentes niveles se tiene en cuenta el léxico y la gramática, pero también elementos como la coherencia en el discurso según el contexto, algo que prácticamente no se enseña al estudiante ya que las competencias Pragmática o Sociolingüística son minoritarias en estas publicaciones.

El apartado de contenidos también es clave para intuir los intereses de estos perfiles, ya que el 15,3% de las publicaciones están destinadas a la venta de productos o a la

promoción de sus páginas webs por lo que se podría pensar que los influyentes de la enseñanza del español tienen en el desarrollo de estas cuentas de Instagram otro tipo de objetivos diferentes a la enseñanza del español tal y como marcan el MCER y el Instituto Cervantes.

Por otro lado, si se tiene en cuenta que la palabra más usada en descripción del perfil es *Spanish* (inglés), seguida de *Teacher* o *Lessons*; que el *hashtag* más habitual es también *Spanish*, y que más de la mitad de las explicaciones se realizan en inglés se puede sostener que en este uso del inglés existe una intención por parte de los influyentes de llegar a un público mayor. Por lo tanto, esta utilización del inglés es más probable que tenga relación con el objetivo de captar estudiantes/ seguidores, que con el de enseñar español siguiendo las reglas marcadas por los organismos reguladores en esta materia (MCER e Instituto Cervantes).

Respecto a las interacciones entre los perfiles y los seguidores, la escasa interacción con las publicaciones en Instagram por parte de los estudiantes podría denotar que el objetivo mayor de la Comunicación: que el mensaje llegue al receptor y que este responda, no se cumple. El sistema comunicativo, por lo tanto, estaría fallando. En teoría hay un receptor, existe un emisor, un medio (Instagram) pero el mensaje no alcanza a su objetivo, ya que no produce efecto en el estudiante. No existe un diálogo entre los dos intervinientes del proceso de comunicación, algo esencial tal y como se señaló anteriormente por parte de Pasquali (1972), (citado por Bermudez, L. y González L., 2011, p.72).

La relación de los seguidores (estudiantes) con su perfil (profesor) es escasa, un dato fundamental en la educación, ya que como señala Bertoglia (2005)

una de las interacciones más importantes y significativas que se da al interior de la escuela es la relación profesor-alumno, básicamente porque en ella se centra el proceso de enseñanza-aprendizaje y, aunque todos estemos de acuerdo que dicho proceso está influenciado por una multiplicidad de otros factores, la relación profesor-alumno juega un rol preponderante en el logro de los objetivos educativos. (p.58)

En este caso, está claro que no nos encontramos en un aula convencional, y tal y como se señaló en el Marco Teórico de este trabajo, el papel del profesor tradicional

desaparece con las nuevas tecnologías para dar paso a un profesor-guía y a un aprendizaje donde el estudiante es el dueño de su proceso. Por lo tanto, el escenario ha cambiado, pero, como se señaló al inicio de esta investigación, la comunicación y el diálogo con este profesor-guía sigue existiendo, algo que a tenor de los datos recogido no existe con entre los supuestos estudiantes de español (seguidores) y los profesores (perfiles de Instagram que se presentan como docentes de español).

De este modo se podría concluir que, tal y como apuntó Bartolomé (2015), los estudiantes en general apenas participan en las redes sociales convencionales (Facebook, Twitter, Instagram...) y la relación con el profesor (en este caso perfiles de Instagram) por lo tanto es muy pobre. Aunque es cierto que con esta investigación no es posible saber qué ocurre fuera la red social Instagram para poder comprobar si los alumnos desarrollan lo aprendido, sí se puede afirmar que el desarrollo de la Competencia Comunicativa en relación a lo que se entiende como comunicación es prácticamente nulo tanto con el profesor (perfil) como con otros seguidores de estos perfiles (también estudiantes).

Los estudiantes no interactúan en las conversaciones que se abren dentro de las publicaciones y por lo tanto no practican con el perfil/profesor o entre sus iguales (otros seguidores/estudiantes) el léxico o la gramática aprendida. De este modo, según los datos recogidos y en relación a lo que sí se ha podido observar con respecto a las interacciones, se podría decir que la información que comparten estos perfiles de 'profesores de español' es de poca utilidad para el desarrollo de la Competencia Comunicativa y por lo tanto para el aprendizaje del español.

Esto llevaría a una de las explicaciones a la presencia masiva de seguidores en estas cuentas de Instagram pueda deberse a la necesidad que los estudiantes tienen, según los autores Naso, Balbi, Nelson y Peri (2012), de sentirse parte de una comunidad.

Todo ello también refleja la falta de trabajo colaborativo, una de las características de los grupos sociales digitales, tal y como señalan Speck, Dice y Heaton (1999)

Para terminar, hay que dejar claro que no hay ninguna duda de que estos influyentes se anuncian como profesores de español ya que en la descripción de sus perfiles usan la

palabra *Spanish* acompañada de *teacher, lessons, learn* o profesor.

De este modo, una vez analizados los datos se puede afirmar que uno de los puntos fuertes de esta investigación ha sido poder clasificar la información que publican los influyentes de la enseñanza del español en Instagram para el desarrollo de la Competencia Comunicativa, así como describir su contenido y formato; la catalogación de sus publicaciones por niveles, y la clasificación de sus interacciones. Todo ello para llegar a unas conclusiones. Los objetivos específicos de esta investigación se han alcanzado gracias a la clasificación de la información publicada por los influyentes siguiendo una metodología cuantitativa, usando la técnica de la Observación para la recogida de datos, utilizando una serie de instrumentos realizados ex procezo para esta investigación y con un análisis exhaustivo de los datos a través de la representación gráfica.

En cuanto a las limitaciones de esta investigación se ha preferido enumerarlas en un apartado exclusivo, junto con las posibles mejoras de futuro (véase apartado 14).

13. Conclusiones

Tras el análisis y la discusión de los datos recogidos es posible contestar a las preguntas de investigación que originaron esta investigación:

1. ¿Qué tipo de métodos para la enseñanza del español como lengua extranjera utilizan estos perfiles para dar contenido a sus publicaciones?

A tenor de los datos recabados se puede afirmar que el método más habitual es el método gramática-traducción.

2. ¿Qué tipo de competencias relacionadas con la Competencia Comunicativa se pueden desarrollar siguiendo estos perfiles?

La competencia Lingüística/Gramatical sería la única que el estudiante podría desarrollar ya que es la que tiene más presencia. Sin embargo, hay que tener en cuenta que no hay progresión en la enseñanza por lo que el estudiante aprende palabras sueltas fuera de contexto y esto dificulta de forma importante el aprendizaje.

De este modo, se puede concluir que la utilidad de la información que comparten algunos de los perfiles más seguidos de Instagram que se presentan como profesores de

español para el desarrollo de la Competencia Comunicativa y por lo tanto para el aprendizaje del español es nula o escasa. Esto es debido a que no hay una presencia de competencias variadas que fomente el desarrollo de la Competencia Comunicativa, no hay progresión por niveles en la enseñanza y no se produce una comunicación efectiva entre profesor y estudiante.

La discusión de los datos también permite afirmar que seguir a perfiles de Instagram que se presentan como profesores de español no parece ser un método adecuado para el aprendizaje del idioma si no se acompaña de otro tipo de enseñanza más reglada que utilice un método definido y unos materiales más variados.

En cambio, el seguimiento de estos perfiles sí puede ser una buena idea para reforzar determinados conocimientos aprendidos en una clase más estructurada o incluso para descubrir palabras o expresiones nuevas, pero no para un aprendizaje donde se desarrolle la Competencia Comunicativa.

Seguir a estos influyentes, además, puede ser positivo para que el alumno se sienta parte de una comunidad de aprendientes, lo que aumenta siempre la motivación y facilita el aprendizaje.

Por otro lado, el alto número de publicaciones destinadas a la venta de productos o la promoción de páginas web sugiere que el objetivo de estos perfiles no está en la enseñanza como tal, sino en la captación de alumnos para derivarlos a academias o a otro tipo de clases más estructuradas, donde la enseñanza ofrecida posiblemente no sea ya gratis. Esta idea también parte del uso de un idioma, el inglés, más universal y que es utilizado de forma masiva en la presentación de sus perfiles y los *hashtags*. Todo ello puede sugerir, por tanto, que el objetivo de estos perfiles no es la enseñanza y sí el captar 'clientes' para sus páginas webs o academias.

14. Limitaciones

Toda investigación cuenta con límites y puntos de mejora. En este trabajo se encuentran en:

1. La investigación está centrada exclusivamente en lo que ocurre en Instagram y por lo tanto es imposible conocer qué hace el estudiante fuera de la Red y si ejercita lo aprendido en el ámbito no virtual, es decir fuera de Instagram. Esto es un hándicap para poder evaluar sin miedo al error la utilidad de esta red para el desarrollo de la Competencia Comunicativa y por lo tanto del aprendizaje del español. Aunque bien es cierto que la investigación se centra en lo que ocurre en la Red y aquí por tanto sí se puede llegar a las conclusiones anteriormente descritas dentro del tiempo marcado, 15 días.

Para superar esta dificultad en la investigación se propone completar este trabajo con la elaboración de un cuestionario que sería repartido entre los usuarios y en el que se les puede preguntar por el tipo de información que ellos perciben recibir (realizar otra catalogación), la utilidad de la información (si la producen en algún momento y su grado de satisfacción en el seguimiento de estas cuentas).

2. Otra de las limitaciones es conocer los objetivos de los profesores (perfiles) cuando realizan sus publicaciones. Con la investigación que se ha realizado solo se puede saber qué hay en estas publicaciones, pero no conocer la intención del profesor e incluso saber si el supuesto profesor es realmente un profesional de la educación y si sigue de forma consciente algún método.

Para poder conocer estos datos se podría ampliar esta investigación al uso de una metodología cualitativa con la técnica de una entrevista en profundidad a varios de los influyentes más destacados para conocer su perfil profesional, qué objetivos persiguen con su presencia en Instagram y saber si planifican sus publicaciones siguiendo algún tipo de método.

Estos dos nuevos puntos, unido a la técnica de la Observación para la recogida de datos de este trabajo de investigación, podría permitir hacer un análisis triangular de toda la información recogida y así obtener unos resultados más ricos en matices y mucho más

completos.

3. La ampliación de esta investigación con una metodología mixta (cuantitativa y cualitativa) también solucionaría otra de las limitaciones de elegir solo una metodología Cuantitativa No Experimental como es la de contar con una validez interna y un control sobre las variables menor, tal y como explican Latorre, Rincón y Arnal (2003).

4. La falta de recursos y el tiempo para realizar este trabajo han sido otra de las limitaciones para poder profundizar en esta investigación tanto en el tiempo analizado (más de 15 días) como al número de perfiles (más de 10) y hacerla por tanto más sólida.

La solución pasaría por contar con más meses de trabajo o con la formación de varios investigadores en la materia para poder repartir, al menos, el trabajo de recogida y clasificación de datos.

15. Perspectivas de la investigación

El uso de las redes sociales por parte de los estudiantes para aprender español es una realidad, así como la presencia de perfiles que se anuncian como profesores. La necesidad de comprender qué está ocurriendo en este 'mundo virtual' con respecto a la Enseñanza del Español como Lengua Extranjera hace necesario seguir investigando en cada una de las redes sociales.

Uno de los pasos a seguir podría ser ampliar esta investigación para saber qué tipo de publicaciones (formato) de Instagram son las que más interacciones reciben, ya que es posible que esta no sea la red social más propicia para la enseñanza del español y sí otras redes como YouTube donde los vídeos con explicaciones del profesor pueden ser más largos. De este modo, se podría saber si lo que falla es el medio, el formato o el contenido.

Teniendo en cuenta las interacciones también sería interesante saber qué tipo de estudiantes/perfiles siguen estas cuentas para determinar el grado de retroalimentación, sentimiento de comunidad o copia que se sufre en Instagram. Es decir, cuantos de los seguidores son a su vez profesores de español que buscan 'inspiración' en estas publicaciones o sentirse parte de una comunidad.

Siguiendo con la idea del formato - contenido y añadiendo el concepto de método, cabría preguntarse, a tenor de los resultados obtenidos, si es posible aplicar un de los métodos existentes para la enseñanza del español en las publicaciones de Instagram o si habría que crear un método nuevo para que la enseñanza del español en esta red pueda llevarse a cabo de forma eficaz. Además, cabría preguntarse si las características de esta red permiten aplicar un método en sus publicaciones que fuera útil en el desarrollo de la Competencia Comunicativa o por el contrario esta red tan solo es útil para reforzar lo aprendido por el estudiante. Es decir, si puede ser una buena herramienta para reforzar lo aprendido en una clase más reglada, pero no como método donde se desarrolle la competencia Comunicativa.

También sería conveniente profundizar en la idea de si Instagram podría utilizarse como una herramienta válida dentro de una metodología reglada para la enseñanza del español. Si realmente es útil para desarrollar la Competencia Comunicativa siguiendo un diseño y una didáctica específica.

Por último, otra de las cuestiones que se podrían explorar tendría que ver con el sentimiento de comunidad que parece que Instagram produce en los estudiantes y que podría ser explotado en los métodos actuales. Así, se podría estudiar cómo conseguir introducir Instagram en clase y hacer que su uso sea una herramienta que propicie la participación del estudiante.

Por todo lo anteriormente expuesto, está claro que el trabajo a hacer con respecto al uso de Redes Sociales, y en especial Instagram, en la enseñanza del español es variado y abundante.

16. Bibliografía

- Arnal, J. (2000). *Metodologies de la investigació educativa*. En: J. Mateo; C.Vidal (eds). *Métodos d'investigació en educació*. Barcelona: Universidad Oberta de Catalunya
- Bartolomé, P. (2015) Redes Sociales en la enseñanza de ELE. En Morimoto Y., Pavón L. y Santamaría R. (Ed), *La enseñanza de ELE centrada en el Alumno* (pp. 25-49). Madrid: Asociación para la Enseñanza del Español como Lengua Extranjera
- Bermúdez, L. y González L. (2011). La competencia comunicativa: elemento clave en las organizaciones. *Quórum académico*, 8, 95-110
- Bertoglia, L. (2005) La interacción profesor-alumno. Una visión desde los procesos atribucionales. *Psicoperspectivas*, IV, 57-73
- Borromeo, C. y Ramírez, M. (2016) Uso de redes sociales en docentes de lengua inglesa y pedagogía: ¿Diferencias por disciplina? *Revista de Ensayos Pedagógicos*, Edición Especial, 189-205.
- Blin, F. (2006). *WikiWikiWeb for language learning and learner autonomy: activity Theoretical principles and implementation*. Borromeo, CA. (2016). *Redes sociales para la enseñanza de idiomas: el caso de los profesores*. Sevilla: Universidad de Sevilla
- Cáceres, G., Perea da Silva, T., Vázquez, M y Torres M. G. (2017). *El impacto de los Influencers de Instagram en la decisión de compra de indumentaria de los jóvenes*. Buenos Aires: Fundación Argentina de la Empresa
- Calvo, T. (2014). *Metafísica y textos clásicos de Aristóteles*. Madrid: Gredos
- Cánovas, M. (2009). *Acortar distancias: las TIC en la clase de lenguas extranjeras*. Barcelona: Octaedro.
- Castell, M. (2001). *La era de la información*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores
- Castro de Reyes, M. (2015). Recolección de datos. Fichas. Recuperado de: <https://melpe025.files.wordpress.com/2015/03/lasfichas-amycastro14215.pdf>
- Cobo, C. y Moravec, J. W. (2011). *Aprendizaje invisible. Hacia una nueva ecología de la educación*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Cohen, L. Manion, L. y Morrison, K. (2003). *Research methods in education*. London: RoutledgeFalmer
- Comunicación. (2008). En el *Diccionario de términos clave de ELE*. Recuperado de https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/
- Competencia Intercultural. (2008). En el *Diccionario de términos clave de ELE*. Recuperado de https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/

- Consejo de Europa. (2002). *Marco común europeo de referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación*. 2002. Trad. del Instituto Cervantes. Estrasburgo: Consejo de Europa, Ministerio de Educación y Grupo Anaya.
- Crewell, J. (2015). *30 Essential Skills for the Qualitative Researcher*. Nueva York: SAGE Publications
- Piñol, M. (2012). ¿Qué queremos de la red y para qué? Nuevas perspectivas en el uso de la red en la enseñanza de ELE. En Hernández González, Carrasco Santana y Álvarez Ramos (Eds), *La red y sus aplicaciones en la enseñanza-aprendizaje del español como lengua extranjera*. (pp. 31-60). Valladolid: Asele/Universidad de Valladolid
- Cuadros, M. (2014). *El mundo ELE en la sociedad digital. Redes sociales en la enseñanza de ELE*. Universidad Carlos III: España
- De Ketele, JM. (1984) *Observar para educar. Observación y evaluación en la práctica educativa*. Madrid: Aprendizaje Visor
- Dewey, J. (1994). *Antología sociopedagógica*. Madrid: Ciencias de la educación preescolar y especial
- Egger A. y Carpi A. (2008). Utilizando Datos Gráficos y Visuales en la Ciencia. *Visionlearning* Vol. POS-1 (4)
- Formara, F. (2010). Microtextos ubicos: Twitter y la práctica constante de la L2. *XXI Congreso Internacional de ASELE*. Salamanca, Universidad de Salamanca.
- Galindo, M. (2015) El mundo ELE en la sociedad digital. En Morimoto Y., Pavón L. y Santamaría R. (Ed), *La enseñanza de ELE centrada en el Alumno* (pp. 42-48). Madrid: Asociación para la Enseñanza del Español como Lengua Extranjera
- García, A. (2012) *La educación a distancia. De la teoría a la práctica*. Editorial Ariel S.A.
- Gómez de Entrerría, J. (2012). Las lenguas de especialidad. Su aplicación a la enseñanza del español como lengua extranjera. En Gómez de Entrerría, J. (Ed), *La enseñanza/aprendizaje del español con fines específicos* (pp.7-18). Madrid: Edinumen
- Gómez, M. T. y López, N. (2010). Uso de Facebook para actividades académicas colaborativas en educación media y universitaria. *Signos Universitarios Virtual*, 8.
- Hymes, D. (1996). Acerca de la competencia comunicativa. *Forma y Función*, 9, 13-37
- Instituto Cervantes. (2006). *Plan curricular del instituto cervantes. Niveles de referencia para el español*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Latorre, A. Rincón, D. y Arnal, J. (2003). *Bases metodológicas de la investigación educativa*. Barcelona: Ediciones Experiencia
- Lund, A. (2008). Wikis: A collective approach to language production. *ReCALL*, 20(1), 35-54

- Martín Bosque, A. y Munday, P. (2014). Conexión, colaboración y aprendizaje más allá del aula: #InstagramELE. *Actas del II Congreso Internacional Nebrija en Lingüística Aplicada a la Enseñanza de Lenguas: En camino hacia el plurilingüismo*. Madrid: Universidad Nebrija
- Martín Sampedro, H. (2012). Las plataformas e-learning en el aula. Un caso práctico de Edmodo en la clase de español como segunda lengua. *Revista de didáctica del español como lengua extranjera*.
- Martínez, N., Olivencia, J. L., y Terrón, A. (2016). Mobile learning, Gamificación y Realidad Aumentada para la enseñanza-aprendizaje de idiomas. *IJERI: International Journal of Educational Research and Innovation*, (6), 16-34.
- Mateo, J. (2000). *La investigación ex – post – facto*. En: J. Mateo; C.Vidal (eds). *Métodes d'investigació en educació*. Barcelona: Universidad Oberta de Catalunya
- McLuhan, M. y Power, B.R. (1995). *La Aldea Global*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- McMillan, J.H. y Schumacher (2001). *Research in education: A conceptual introduction*. New York: Addison Wesley Longman
- Método. (2008). En el *Diccionario de términos clave de ELE*. Recuperado de https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/
- Naso, F. Balbi, M., Nelson, G. y Peri, A. (2012). *La importancia de las Redes Sociales en el ámbito educativo*. Universidad del Noroeste de la provincia de Buenos Aires. Escuela de Tecnología.
- Niveles de referencia. (2008). En el *Diccionario de términos clave de ELE*. Recuperado de https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/
- Orozco, A. (2013). *Uso de las Tics en el aula de lengua extranjera*. Universidad de Almería, España
- Pagés Santacana, A. (2007). *E-teaching: teoría de la función docente en entornos educativos virtuales*. Barcelona: Editorial UOC.
- Panitz, T. (2001). Collaborative versus cooperative learning- a comparison of The two concepts which will help us understand the underlying nature of interactive learning.
- Pasquali, A. (1972). *Comunicación y cultura de masas*. Caracas: Monte Ávila Editores
- Ramos, C. (2007). *El pensamiento de los aprendientes en torno a cómo se aprende una lengua: dimensiones individuales y culturales*. Madrid: CIDE
- Rodríguez, D. y Valldeoriola, J. (2018) *Metodología de la investigación*. Barcelona: Universidad Oberta de Catalunya

- Rodrigo, M. (1989). *Modelos de la comunicación*. Madrid: Tecnos.
- Rueda, M.C. y Dieste, M. W. (2014) *Enfoques teóricos para la adquisición de una segunda lengua desde el horizonte de la práctica educativa*. *Perfiles educativos*, 36 (143), 110-140.
- Ruiz, M. C. (2009) *El aprendizaje de una lengua extranjera a distintas edades*. *Espiral. Cuadernos del profesorado*, 2 (3), 98-103.
- Sans, A. (2004). *Métodos de investigación de enfoque experimental*. En J.Mateo; C. Vidal (eds). Barcelona: Universidad Oberta de Catalunya
- Santamaría, R. (2010). La competencia sociocultural en el aula de español L2/LE: Una propuesta didáctica. *ASELE Colección Monografías*, 13, 230-270.
- Santos, M.A. (1999). La observación en la investigación cualitativa. Una experiencia en el área de salud. *Atención primaria*, 24, 425-430
- Sarduy, D. (2007) El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa. *Rev Cubana Salud Pública*, 33 (2) , 5-15
- Siemens, G. (2004). *Conectivismo: Una teoría de aprendizaje para la era digital*. Disponible en <http://clasicas.filos.unam.mx/files/2014/03/Conectivismo.pdf>
- Sotomayor, G. (2010). Las redes sociales como entornos de aprendizaje colaborativo mediado para segundas lenguas (L2). *Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, 34, 1-15.
- Speck, B; Johnson, T., Dice, C. y Heaton, L. (1999). *Collaborative Writing: An annotated Bibliography*. London: Greenwood Press.
- Urrutia, J. (1990). *Modelos de comunicación*. Sevilla: Alfar.
- Umaña, M.J., Larco, F. y Reyes Rojas, J. (2016) Muéstrame tu ciudad: uso de Instagram como espacio de intercambio cultural entre estudiantes chilenos e ingleses. In Aparicio Gómez, O. (ed.), *El Uso educativo de las TIC* (pp. 99-115). Colombia: Universidad Central.
- Vygotsky, L. (1978). *Mind in Society: the development of higher psychological processes*. Cambridge: Havard University Press
- Yanes, R. Hernández, G. y Ortega, O. (2015). El aprendizaje del español basado en competencias: una opción para estudiantes no hispanohablantes. *Revista Edumecentro*, 7, 140-190.
- Zeldman, J. (2006, 06 de enero). *Web 3.0. -A List Apart*, nº 210. Disponible en <https://alistapart.com/article/web3point0/> [consulta 30-03-2018]

17. Anexos

Anexo 1.

Glosario de términos relacionados con las Redes Sociales.

- **Perfil/ cuenta:** El objetivo de cualquier red social es facilitar las relaciones entre personas, instituciones o empresas. Así, las diferentes Redes Sociales (Instagram, Facebook, Twitter...) están compuestas por perfiles o cuentas que representan de forma virtual a estas personas, empresas o instituciones.
- **Usuario:** es la persona física que posee y maneja la cuenta o el perfil de las Redes sociales.
- **Publicaciones:** Es la información que cada uno de los perfiles publica en su cuenta. En Instagram el formato de la información se presenta en imágenes o vídeos y pueden ir acompañados de una explicación textual.
- **Timeline:** Es una de herramienta de algunas plataformas virtuales. Esta hace posible que los usuarios puedan ver de forma cronológica las publicaciones de otros usuarios.
- **Seguidor:** Instagram permite que sus usuarios puedan conocer de forma automática todas las publicaciones de un determinado perfil. Para ello basta con pulsar la opción de 'seguir' y así, cada vez que el perfil seguido realice una publicación aparecerá en la timeline del 'seguidor' que podrá ver lo publicado sin tener que acudir a la cuenta. Si un perfil tiene muchos seguidores significa por tanto que muchas personas ven en su timeline lo que está publicando y se convierte en un *influencer* o influyente en español.
- **Hashtag o etiqueta:** Un *hashtag* o etiqueta en español es una frase o palabra precedida por el símbolo de la almohadilla (#). Las etiquetas se utilizan en Instagram para clasificar las publicaciones por temáticas, así se pueden encontrar todo tipo de hashtag como #turismo, #educación, #español... Su uso permite que los usuarios encuentren una temática que les atraiga para

relacionarse con otros perfiles que tienen los mismos intereses. Utilizar la etiqueta adecuada en una publicación permite llegar a un público más específico que comparte unos intereses determinados y por lo tanto es esencial en publicidad o en perfiles que buscan lograr más seguidores, ya que el mensaje llega a las personas adecuadas. Así, estas personas una vez reciban la información, pueden optar por seguir a los perfiles que realizan publicaciones con los *hashtags* que les interesan.

ANEXO 2. PLANTILLA RECOGIDA DE DATOS

Nombre	Fecha	Fecha	Fecha	Fecha	Fecha	Fecha	Fecha	Fecha	Fecha	Total
Dirección										
Número de seguidores										
Descripción perfil										
Hashtag más utilizado										
Publicaciones										
Número de publicaciones totales										0
Formato fotografía										0
Formato infografía										0
Formato vídeo										0
Imagen con audio										0
Contenido										
Tema										
Léxico										0
Verbos										0
Gramática										0
Cultura										
Personales										
Para otros profesores										
Venta										0
Explicaciones español										
Explicaciones inglés										0
Las dos										0
Nivel										
A1										
A2										0
B1										0
B2										
C1										
C2										1
Sin nivel										
Competencia Lingüística/gramatical										
Competencia Sociolingüística										0
Competencia Discursiva										0
Competencia Pragmática										0
Competencia Intercultural										0
Cultura española										0
No competencia										0
Interacciones										
Número de interacciones totales									0	0
Me gustas										0
Comentarios										0
NOTA										

Fotografías de las publicaciones

Anexo 3.

Fichas individuales de datos

Learningmyspanish	5 de septiembre	6 de septiembre	18 de septiembre																	Total	
Dirección	https://www.instagram.com/learningmyspanish/																				
Número de seguidores	10.000																				
Descripción perfil	Spanish online																				
Hashtag más utilizado	#spanish																				
Publicaciones																					
Número de publicaciones totales	1	1	1																	3	
Formato fotografía	1	1	1																		3
Formato infografía																					
Formato vídeo																					
Imagen con audio																					
Contenido																					
<i>Tema</i>	Léxico básico																				
Léxico	1	1	1																		3
Verbos																					
Gramática																					
Cultura																					
Personales																					
Para otros profesores																					
Venta																					
Explicación en español	1	1	1																		3
Explicación en inglés	1	1	1																		3
Nivel																					
A1	1	1	1																		3
A2																					
B1																					
B2																					
C1																					
C2																					
Sin nivel																					
Competencias																					
Competencia Lingüística/gramatical	1	1	1																		3
Competencia Sociolingüística																					
Competencia Discursiva																					
Competencia Pragmática																					
Competencia Intercultural																					
No competencia																					
Interacciones																					
Número de interacciones totales	525	514	703																		1742
Me gustas	522	514	702																		1738
Comentarios	3		1																		4

Fotografías de las publicaciones



Sipspanish	6 de septiembre	8 de septiembre	9 de septiembre	13 de septiembre	14 de septiembre	15 de septiembre				Total
------------	-----------------	-----------------	-----------------	------------------	------------------	------------------	--	--	--	-------

Dirección <https://www.instagram.com/sipspanish>
 Número de seguidores 9.492
 Descripción perfil 9.492
 Hashtag más utilizado Online spanish teacher #spanish

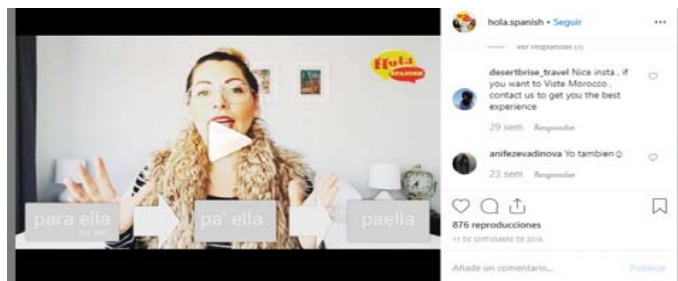
Publicaciones	6 de septiembre	8 de septiembre	9 de septiembre	13 de septiembre	14 de septiembre	15 de septiembre				Total
Número de publicaciones totales	1	1	1	1	1	1	0	0	0	6
Formato fotografía						1				1
Formato infografía	1	1	1	1	1					5
Formato vídeo										0
Imagen con audio										
Contenido										
Tema	Verbos pasados/futuro	Vocabulario familia	Vocabulario adjetivos	Vocabulario maquillaje	Diferencia calvo/clavo	Me pone (gustar)				
Léxico		1	1	1	1	1				4
Verbos	1					1				2
Gramática										
Cultura										
Personales										
Para otros profesores										
Venta										
Explicación en español	1	1	1	1	1	1				6
Explicación en inglés										
Las dos										
Nivel										
A1		1			1	1				4
A2										
B1	1									1
B2										
C1			1							1
C2										
Sin nivel										
Competencia Lingüística/gramatical	1	1	1	1	1	1				6
Competencia Sociolingüística										
Competencia Discursiva										
Competencia Pragmática										
Competencia Intercultural										
No competencia										
Interacciones										
Número de interacciones totales	264	275	164	258	160	214				1335
Me gustas	196	201	137	237	152	200				1123
Comentarios	68	74	27	21	8	14				212

Fotografías de las publicaciones



Hola Spanish	4 de septiembre	5 de septiembre	6 de septiembre	7 de septiembre	9 de septiembre	10 de septiembre	11 de septiembre	12 de septiembre	Total	
Dirección	https://www.instagram.com/hola.spanish/									
Número de seguidores	8,400									
Descripción perfil	Learn Spanish									
Hashtag más utilizado	#holaspanish									
Publicaciones										
Número de publicaciones totales	1	1	1	1	1	1	1	1	0	8
Formato fotografía			1			1		1		3
Formato infografía		1					1			2
Formato vídeo	1							1		2
Imagen con audio					1					1
Contenido										
Tema	Imperfecto/presente	Sustitución Y por E	Pretérito perfecto. Has estado en ...?	Feliz viernes que comience la fiesta	Lectura de los posos de café en las diferentes culturas	Explicar que el español se llama también castellano	Origen del nombre de la palabra paella	Cómo se dice cubo en español		
Léxico								1		1
Verbos	1			1						2
Gramática		1								1
Cultura					1	1	1	1		4
Personales										0
Para otros profesores										
Venta										
Explicaciones español								1		1
Explicaciones inglés	1	1	1	1		1	1	1		6
Las dos						1				1
Nivel										
A1		1	1	1	1	1	1	1	1	7
A2										
B1	1									1
B2										
C1										
C2										
Sin nivel										
Competencia Lingüística/gramatical	1	1	1					1		4
Competencia Sociolingüística					1					1
Competencia Discursiva										
Competencia Pragmática										
Competencia Intercultural						1				1
No competencia							1	1		2
Interacciones										
Número de interacciones totales	78	156	102	120	99	256	120	165		1096
Me gustas	75	144	100	115	94	227	110	143		1008
Comentarios	3	12	2	5	5	29	10	22		88

Fotografías de publicaciones



Social Spanish		5 de septiembre	8 de septiembre							Total
-----------------------	--	------------------------	------------------------	--	--	--	--	--	--	--------------

Dirección https://www.instagram.com/social_spanish/
Número de seguidores 5,900
Descripción perfil Learn Spanish
Hashtag más utilizado

Publicaciones										
Número de publicaciones totales		1	1							2
Formato fotografía			1							1
Formato infografía										0
Formato vídeo		1								1
Imagen con audio										0
Contenido										
Tema		Está lloviendo/luvia	Tomo cerveza							2
Léxico										
Verbos		1	1							2
Gramática										0
Cultura										
Personales										
Para otros profesores										
Venta										
Explicaciones español										0
Explicaciones inglés			1							1
Las dos		1								2
Nivel										
A1		1	1							2
A2										
B1										
B2										
C1										
C2										
Competencia Lingüística/gramatical		1	1							2
Competencia Sociolingüística										0
Competencia Discursiva										
Competencia Pragmática										
Competencia Intercultural										0
No competencia										0
Interacciones										
Número de interacciones totales		20	24							44
Me gustas		20	22							42
Comentarios			2							2

Fotografías de las publicaciones



Spanish with Vicente	3 de septiembre	6 de septiembre	7 de septiembre	11 de septiembre	13 de septiembre	14 de septiembre				Total
Dirección	https://www.instagram.com/spanishwithvicente/									
Número de seguidores	5.500									
Descripción perfil	Profesor de español Online									
Hashtag más utilizado	#LearnSpanish									
Publicaciones										
Número de publicaciones totales	1	1	1	1	1	1				6
Formato fotografía		1								1
Formato infografía	1									1
Formato vídeo			1	1	1	1				4
Imagen con audio										0
Contenido										
Tema	¿Qué tipo de información te gustará ver en mi canal?	Palabras usadas mal (lleva a su canal)	No tener un duro	Darse cuenta de algo	Conformarse con algo	Ser un tacaño				
Léxico		1				1				2
Verbos										0
Gramática				1	1					2
Cultura			1							1
Personales	1									1
Para otros profesores										
Venta										0
Explicaciones español	1	1	1	1	1	1				6
Explicaciones inglés										0
Las dos										
Nivel										
A1					1					1
A2		1							1	2
B1			1	1	1	1				3
B2										
C1										
C2										
Sin nivel	1									
Competencia Lingüística/gramatical		1			1	1	1			4
Competencia Sociolingüística			1							1
Competencia Discursiva										
Competencia Pragmática										
Competencia Intercultural										0
No competencia	1									1
Interacciones										
Número de interacciones totales	139	118	523	726	588	172				2266
Me gustas	107	110	515	701	580	167				2180
Comentarios	32	8	8	25	8	5				86



Spanishlyspeaking	1 de septiembre	3 de septiembre	4 de septiembre	6 de septiembre	8 de septiembre	11 de septiembre	12 de septiembre	14 de septiembre	Total
-------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	------------------	------------------	------------------	-------

Dirección <https://www.instagram.com/spanishlyspeaking/>
Número de seguidores 5.600
Descripción perfil Spanish tips
Hashtag más utilizado #spanishlyspeaking

Publicaciones	1 de septiembre	3 de septiembre	4 de septiembre	6 de septiembre	8 de septiembre	11 de septiembre	12 de septiembre	14 de septiembre	Total
Número de publicaciones totales	1	1	1	1	1	1	1	1	8
Formato fotografía	1	1	1	1	1	1	1	1	7
Formato infografía									0
Formato vídeo									0
Imagen con audio							1		1
Contenido									
Tema	subir gracias a la blusa de esta señora	errores ser/estar	respuesta ser/estar	Frase cree en algo/condicional	Verbo venir/vino	Así uso un baño público	Traducir frases	Frase la clave de la felicidad	
Léxico	1					1			2
Verbo									0
Gramática		1	1	1			1		4
Cultura							1	1	2
Personales									
Para otros profesores									
Venta									
Explicaciones español								1	1
Explicaciones inglés								1	1
Las dos	1	1	1	1	1	1	1	1	7
Nivel									
A1								1	1
A2	1	1	1			1	1		5
B1					1				1
B2									
C1									
C2									
Sin nivel									
Competencia Lingüística/gramatical			1	1	1	1	1	1	7
Competencia Sociolingüística	1								1
Competencia Discursiva									
Competencia Pragmática									
Competencia Intercultural									0
Sin competencia									0
Interacciones									
Número de interacciones totales	205	243	123	244	273	111	160	291	0
Me gustas	175	159	121	200	241	94	136	209	1335
Comentarios	30	84	2	44	32	17	24	82	315

Fotografías de las publicaciones

ESTA FOTO LA SUBI GRACIAS A LA BLUSA DE LA SEÑORA...

spanishlyspeaking • Seguir

Ver respuestas (5)

betterinspanish Esta señora es una crack 🤩🤩

30 likes Responder

jesus14

30 likes Responder

rhoda_queen jajaja

30 likes 1 Me gusta Responder

espanolcoronaria jajajajaja

30 likes Responder

Les gusta a souhira04 y 175 personas más

4 de septiembre de 2018

Añade un comentario... Publicar

CAN YOU FIND ALL 5 ERRORS?

ESTOY HAMBRE. NECESITO COMER UN HAMBURGESA. QUIERO NO TOMATE, POR FAVOR.

spanishlyspeaking • Seguir

Ver respuestas (2)

Necesito comer una hamburguesa. No quiero tomate, por favor.

33 likes 1 Me gusta Responder

betterinspanish Marchando una sin tomate please 🙏

32 likes Responder

ad101 tengo hambre. necesito comer un hamburguesa. no quiero tomate! por favor

29 likes Responder

Les gusta a ovr42vix3r277 y 158 personas más

4 de septiembre de 2018

Añade un comentario... Publicar

ANSWERS

CAN YOU FIND ALL 5 ERRORS?

TENGO HAMBRE NECESITO UNA HAMBURGUESA NO QUIERO TOMATE

ESTOY HAMBRE. NECESITO COMER UN HAMBURGESA. QUIERO NO TOMATE, POR FAVOR.

spanishlyspeaking • Seguir

Ver respuestas (5)

Excellent work on finding the errors. We will discuss them live on the weekends.

Gracias, Shawn

30 likes

ednelabsbs Gracias a ti profesori

30 likes 1 Me gusta Responder

Ver respuestas (5)

Les gusta a ovr42vix3r277 y 121 personas más

4 de septiembre de 2018

Añade un comentario... Publicar

CREE EN ALGO. INCLUSO SI ESO SIGNIFICA SACRIFICAR TODO.

spanishlyspeaking • Seguir

Ver respuestas (5)

Cree en algo - believe in something. Cree come from creer - to believe. It is what grammarians call the imperative. It is telling someone to do something. In this case: CREE means (you must/should) believe. Incluso - even (there are other potential words to use)

Just do it.

Les gusta a joiner0423 y 201 personas más

4 de septiembre de 2018

Añade un comentario... Publicar

ELLA VINO CON UNA BOTELLA DE VINO

VINO - WINE VINO - HE CAME VINO - SHE CAME VINO - USTED CAME

spanishlyspeaking • Seguir

Ver respuestas (2)

Así amigos, quienes llegaron más vino, que viva el vino 🍷

29 likes 2 Me gusta Responder

englishon_skye muy interesante y así, gracias

29 likes 1 Me gusta Responder

betterinspanish (Esa copa pa rizar 🍷🍷)

29 likes Responder

Les gusta a souhira04 y 243 personas más

4 de septiembre de 2018

Añade un comentario... Publicar

UN BAÑO PÚBLICO

spanishlyspeaking • Seguir

Ver respuestas (5)

29 likes 1 Me gusta Responder

soommaraz Yay i got it before i read the translation 🙌 @spanishlyspeaking

29 likes 1 Me gusta Responder

kallwaan Muchas gracias profesora por este locan 🙌 @spanishlyspeaking

18 likes 1 Me gusta Responder

Ver respuestas (5)

118 reproducciones

11 de septiembre de 2018

Añade un comentario... Publicar

TRANSLATE TO SPANISH

MY DAUGHTER IS 6 YEARS OLD. SHE LIKES TO PLAY WITH THUMPER. THUMPER IS A WHITE RABBIT. HE IS VERY INTELLIGENT BUT LIKES TO BITE.

spanishlyspeaking • Seguir

Ver respuestas (5)

Thumper es un conejo blanco. El es muy inteligente pero le gusta morder.

29 likes Responder

betterinspanish Muy buen ejercicio para practicar 🙌

29 likes Responder

angelicity786 mi hija tiene 6 años. A ella le gusta jugar con Thumper. Thumper es un conejo blanco. El es muy inteligente pero le gusta morder.

28 likes Responder

Les gusta a joiner0423 y 135 personas más

12 de septiembre de 2018

Añade un comentario... Publicar

"EL ÉXITO NO ES LA CLAVE DE LA FELICIDAD. LA FELICIDAD ES LA CLAVE DEL ÉXITO."

-HERMAN CAIN

spanishlyspeaking • Seguir

Ver respuestas (5)

29 likes 1 Me gusta Responder

espanol_con_andres Creo que tiene mucha sentido.

28 likes Responder

betterinspanish Gracias palabras

28 likes Responder

spanishwithlyvia Muy interesante. Me gusta. Gracias

28 likes Responder

Les gusta a ovr42vix3r277 y 237 personas más

14 de septiembre de 2018

Añade un comentario... Publicar

Learn Spanish with me	Total
------------------------------	--------------

Dirección <https://www.instagram.com/learnspanishwithme/>
Número de seguidores 5.700
Descripción perfil Spanish-learning
Hashtag utilizado

Publicaciones																							
Número de publicaciones totales																							0
Formato fotografía																							0
Formato infografía																							0
Formato vídeo																							0
Imagen con audio																							0
Contenido																							
Tema																							
Léxico																							
Verbo																							
Gramática																							
Cultura																							
Personales																							
Para otros profesores																							
Venta																							
Explicaciones español																							0
Explicaciones inglés																							0
Las dos																							
Nivel																							
A1																							
A2																							
B1																							
B2																							
C1																							
C2																							
Competencia Lingüística/gramatical																							0
Competencia Sociolingüística																							0
Competencia Discursiva																							0
Competencia Pragmática																							0
Competencia Intercultural																							0
Sin competencia																							0
Interacciones																							
Número de interacciones totales																							0
Me gustas																							0
Comentarios																							0

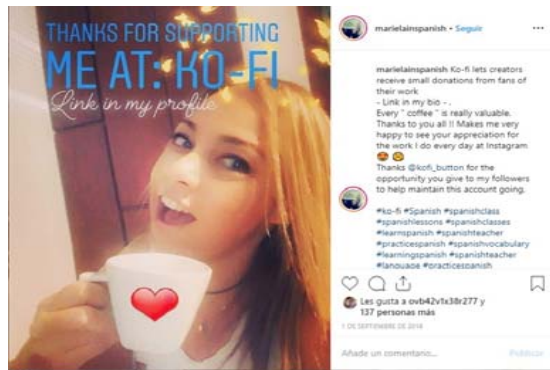
Spanish to mind	2 de septiembre	3 de septiembre	3 de septiembre	4 de septiembre	7 de septiembre	8 de septiembre	9 de septiembre	11 de septiembre	11 de septiembre	Total
Dirección	https://www.instagram.com/spanishtomind/									
Número de seguidores	4.370									
Descripción perfil	Spanish Lessons Online									
Hashtag más utilizado	#spanishtomind									
Publicaciones										
Número de publicaciones totales	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
Formato fotografía	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6
Formato infografía					1			1		2
Formato vídeo									1	1
Imagen con audio										0
Contenido										
Tema	Vocabulario comida	Describir una foto río Colombia	Foto de una zona de Colombia ¿prefieres campo o ciudad?	En mi opinión el café es...	Publicidad de su web en clave humor para descargar gratis ebook (venta)	Publicidad de su web en clave humor para descargar gratis ebook (venta)	El domingo es un día perfecto para.... También anuncia descarga gratis de su ebook (venta)	Relaciones interculturales en clave de humor	Frase de Steven Jobs También anuncia descarga gratis de su ebook (venta)	
Léxico	1	1	1	1				1		6
Verbos										
Gramática										
Cultura									1	1
Personales										
Para otros profesores										
Venta						1	1	1		4
Explicaciones español	1	1	1	1			1	1		7
Explicaciones inglés						1			1	2
Las dos										
Nivel										
A1	1	1	1					1		4
A2					1					2
B1										
B2										
C1							1			
C2									1	1
Sin nivel										2
Competencia Lingüística/gramatical	1	1	1	1				1		6
Competencia Sociolingüística										0
Competencia Discursiva										
Competencia Pragmática										
Competencia Intercultural							1		1	2
No competencia										1
						1				
Interacciones										
Número de interacciones totales	79	95	91	191	133	103	113	78	171	1054
Me gustas	62	89	83	119	118	92	74	72	165	874
Comentarios	17	6	8	72	15	11	39	6	6	180
NOTA:	Los días 3 y 11 realizó dos publicaciones en cada uno de estos días				Las descargas son gratuitas		Las descargas son gratuitas		Las descargas son gratuitas	

Fotografía de las publicaciones



Mariela in Spanish	1 de septiembre	5 de septiembre	12 de septiembre	15 de septiembre						Total
Dirección	https://www.instagram.com/marielainspanish/									
Número de seguidores	3.200									
Descripción perfil	Spanish teacher									
Hashtag más utilizado	#spanishlearners									
Publicaciones										
Número de publicaciones totales	1	1	1	1						4
Formato fotografía	1									1
Formato infografía		1								1
Formato vídeo										0
Imagen con audio				1	1					2
Contenido										
Tema	Foto personal en inglés.Publicidad para recaudar dinero	Indefinido/estar+gerundio / ir a + infinitivo	Cómo, como, y comer	Pegar						
Léxico				1						1
Verbos					1					1
Gramática		1								1
Cultura										
Personales										
Para otros profesores										
Venta	1									1
Explicaciones español		1								1
Explicaciones inglés	1									1
Las dos				1	1					2
Nivel										
A1										
A2		1								1
B1				1	1					2
B2										
C1										
C2	1									1
Sin nivel										
Competencia Lingüística/gramatical		1		1	1					3
Competencia Sociolingüística										0
Competencia Discursiva										
Competencia Pragmática										
Competencia Intercultural										0
Cultura española										0
No competencia	1									1
Interacciones										
Número de interacciones totales	139	301	296	196	0	0	0	0	0	932
Me gustan	137	212	247	180						776
Comentarios	2	89	49	16						156

Fotografías de las publicaciones

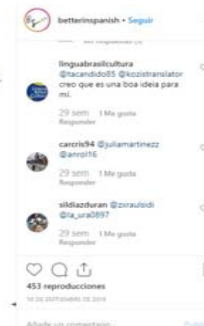
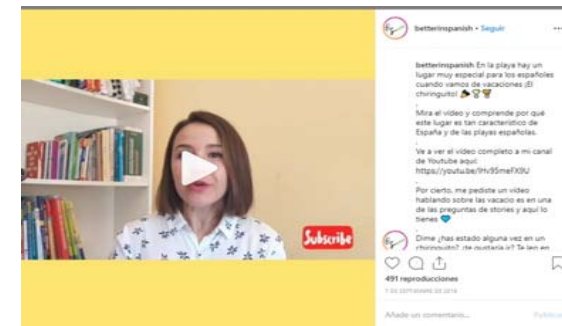


Better in Spanish	3 de septiembre	5 de septiembre	6 de septiembre	7 de septiembre	10 de septiembre	13 de septiembre				Total
-------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	------------------	------------------	--	--	--	-------

Dirección <https://www.instagram.com/betterinspanish/>
 Número de seguidores 2.200
 Descripción perfil Online Spanish Teacher
 Hashtag más utilizado #EspañolwithLidia

Publicaciones										
Número de publicaciones totales		1	1	1	1	1	1			6
Formato fotografía		1	1				1	1		4
Formato infografía										0
Formato vídeo					1					1
Imagen con audio										0
Contenido										
Tema	Venta de agenda	venta de su agenda	venta de su agenda	El chiringuito	venta de su agenda	Presentación/ publicidad de ella				
Léxico					1					1
Verbos										
Gramática										
Personales										
Para otros profesores										
Venta	1	1	1			1	1			5
Explicaciones español	1	1	1	1	1	1	1			6
Explicaciones inglés										0
Las dos										
Nivel										
A1										
A2										
B1										
B2										
C1										
C2					1					1
Sin nivel	1	1	1			1	1			5
Competencia Lingüística/gramatical					1					1
Competencia Sociolingüística										0
Competencia Discursiva										
Competencia Pragmática										
Competencia Intercultural										0
Sin competencia	1	1	1			1	1			5
Interacciones										
Número de interacciones totales	94	68	95	118	234	108	0	0	0	717
Me gustas	78	56	76	96	91	92				489
Comentarios	16	12	19	22	143	16				228

Fotografías de las publicaciones



ANEXO 4. MATRIZ DE DATOS

Instagram ELE (1-15septiembre 2018)	https://www.instagram.com/earningmyspanish/	https://www.instagram.com/sjpspanish	https://www.instagram.com/hola.spanish/	https://www.instagram.com/socialspanish.co/	https://www.instagram.com/spanishwithviente/	https://www.instagram.com/spanishlyspeaking/	https://www.instagram.com/learnspanishwithme/	https://www.instagram.com/spanishtomind/	https://www.instagram.com/marielainspanish/	https://www.instagram.com/betterinspanish/	Total	
Descripción del perfil (palabras clave)	Spanish online lessons	Online spanish teacher	Learn spanish	Learn spanish	Profesor de español online	Spanish tips	Spanish-learning	Spanish Lessons Online	Spanish teacher	Online Spanish		
Teacher/profesor		1			1						2	
Examinador											0	
Spanish	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	
Número de seguidores	10.000	9.492	8.400		5.900	5.500	5.600	5.700	4.370	3200	2200	51962
Hashtag más utilizado	#spanish	#spanish	#holaspanish		#Learnspanish	#spanishlyspeaking		#spanishtomind	#spanishlearners	#EspañolwithLidia		
Spanish	1	1	1		1	1		1	1		8	
Español										1	1	
No hashtag				1							1	
Publicaciones												
Número de publicaciones totales	3	6	8	2	6	8		9	4	6	52	
Formato fotografía	1	3	3	1	1	7		6	1	5	25	
Formato infografía	3	5	2		1			2	1		14	
Formato vídeo			2	1	4			1		1	9	
Imagen con audio			1			1			2		4	
Contenido												
Tema												
Léxico	3	4	1		2	2		6	1	1	20	
Verbos		2	2	2	0	0			1		7	
Gramática			1		2	4			1		8	
Cultura			4		1	2		1			8	
Personales					1	0					1	
Para otros profesores												
Venta								4	1	5	10	
Explicaciones en español		6	1	1	6	2		7	1	6	30	
Explicaciones en inglés			6	1		1		2	1		11	
Las dos	3		1			6		1	2		12	
Nivel												
A1	3	4	7	2	1	2		4			23	
A2					2	5		2	2		11	
B1		1	1		3	1			1		7	
B2												
C1		1									1	
C2								1		1	2	
Sin nivel								2	1	5	8	
Competencia Lingüística/gramatical	3	6	4	2	4	7		6	3		35	
Competencia Sociolingüística			1		1	1		0		1	4	
Competencia Discursiva								0			0	
Competencia Pragmática			1					0			1	
Competencia Intercultural			2					2			4	
No competencia					1			1	1	5	8	
Interacciones											0	
Número de interacciones totales	1742	1335	1096	76	2266	1650		1054	932	717	10868	
Me gustas	1738	1123	1008	74	2180	1335		874	776	489	9597	
Comentarios	4	212	88	2	86	315		180	156	228	1271	
NOTA								Los días 3 y 11 realizó dos publicaciones en cada uno de estos días				