

APROXIMACIÓN A LA CULTURA Y LENGUA FRANCESAS DESDE LAS REDES SOCIALES¹

APPROACHING FRENCH CULTURE AND LANGUAGE THROUGH SOCIAL NETWORKS

MERCEDES SANZ GIL

Universitat Jaume I

Resumen

Este artículo presenta una experiencia de aprendizaje de la lengua y cultura francesas utilizando las redes sociales en contexto universitario. Se destaca su potencial como herramienta educativa complementaria. Los resultados muestran que estas actividades mejoran la motivación, el compromiso y las competencias lingüísticas y culturales del estudiantado, concluyendo que las redes sociales pueden ser espacios auténticos de aprendizaje.

Palabras clave: Redes sociales, Aprendizaje de lenguas, Cultura francesa, Educación digital, Actividades educativas.

Abstract

This article presents learning experience of French language and culture using social media in a university context. Its potential as a complementary educational tool is highlighted. The results show that these activities improve students' motivation, engagement, and linguistic and cultural competences, concluding that social media can be an authentic learning space.

Key words: Social Networks, Language learning, French culture, Digital education, Educational activities.

1. INTRODUCCIÓN

En la era digital del siglo XXI, las redes sociales se han convertido en pilares fundamentales para la interconexión global, transformando la forma en la que nos comunicamos, aprendemos y experimentamos el mundo. Según el informe "Digital around the world" de la agencia *We Are Social*, en julio de 2023 el número de identidades

1 Correo-e: sanzg@uji.es. Recibido: 28-04-2024. Aceptado: 04-10-2024.

activas de usuarios en redes sociales superó los 4,8 billones, lo que representa el 60.6% de la población mundial (Kemp, 2023).

Según un estudio publicado por Ana Martín del Campo en octubre de 2022, el ranking de las redes sociales más utilizadas estaba encabezado por *Facebook*, con un 87% de usuarios, seguido por *YouTube*, con un 68%. Martín del Campo señalaba que *YouTube* era la plataforma que concentraba a la mayoría de los seguidores jóvenes, con un 76% de usuarios entre 16 y 30 años. Instagram ocupaba el tercer lugar en el ranking, habiendo experimentado un aumento en su número de seguidores respecto a estudios anteriores, pasando del 49% al 54%. Twitter se mantenía en cuarto lugar, con un 50% de usuarios, mientras que *LinkedIn* ocupaba el quinto lugar, con un 57% de usuarios.

Al observar las preferencias específicas de la juventud, el análisis detallado de Martín del Campo (2022) reveló que *YouTube*, *Instagram*, *TikTok* y *Snapchat* eran líderes indiscutibles en su preferencia social actuando como foros donde se gestan y difunden las tendencias culturales. Este vínculo estrecho entre las redes sociales y la construcción de identidad juvenil subraya su papel no solo como canales de entretenimiento, sino como espacios moldeadores de percepciones, preferencias y modos de expresión.

Unos años antes, una encuesta realizada en 2018 por el *Pew Research Center* a casi 750 jóvenes estadounidenses de entre 13 y 17 años ya reveló que un 45 % estaba conectado prácticamente todo el día y que el 97 % utilizaba alguna plataforma de medios sociales, como *YouTube*, *Facebook*, *Instagram* o *Snapchat*, lo que evidencia un uso generalizado además de una conexión prácticamente constante (Anderson y Jiang, 2018).

Este último dato no es una muestra muy relevante en cuanto al número de sujetos encuestados, pero sí reveladora en lo que se refiere a la tendencia y el rango de edad seleccionado, pues corresponde justamente al estudiantado que encontramos actualmente en las aulas universitarias, emergiendo, de esta manera, como un grupo demográfico particularmente inmerso en la esfera digital.

Este escenario no solo refleja una generación que vive y respira a través de las redes sociales, sino que también, como docentes, nos permite plantear la pregunta crucial de cómo estas plataformas pueden integrarse efectivamente en contextos educativos para potenciar el aprendizaje.

En nuestro contexto, tratamos de responder a dicha pregunta buscando la manera de capitalizar la inmersión digital de los estudiantes en estas plataformas para mejorar la enseñanza de idiomas y la comprensión cultural, con el estudio que presentamos en este trabajo.

Para ello, realizamos una encuesta a estudiantes de la asignatura de *Lengua y Cultura Francesa*, niveles A1 y A2, del 2º curso del *Grado en Estudios Ingleses* de la *Universitat Jaume I*. Esta encuesta permitió identificar las redes sociales más utilizadas por los jóvenes universitarios y el tipo de uso que hacen de ellas.

A partir de los resultados obtenidos, diseñamos una serie de actividades integradas en la programación de la asignatura a lo largo del curso. Dichas actividades

tenían como objetivo que los estudiantes hicieran uso de la lengua francesa en sus redes sociales.

2. REDES SOCIALES EN EL APRENDIZAJE DE LENGUAS

Los elevados datos de consumo de las redes sociales, mencionados anteriormente, sugieren que este tema ha sido objeto de estudio, investigación y análisis a lo largo de su historia, especialmente en los últimos años, a raíz de la pandemia provocada por el virus del COVID-19. Efectivamente, así es, tal y como lo demuestran los datos que exponemos a continuación.

Una búsqueda simple de trabajos de investigación en la base de datos de *Google Scholar*, por ejemplo, utilizando como palabras clave las expresiones “redes sociales”, “aprendizaje de lenguas extranjeras” y “educación superior”, todas ellas entrecomilladas y conectadas mediante el símbolo “+”, nos arroja más de 650 resultados² en un período de poco más de tres años. Hay que tener en cuenta que este símbolo restringe los resultados, asegurando que todas las palabras clave deben aparecer en el mismo documento y en el mismo orden en que se especificaron entre comillas.

Si ampliamos la búsqueda suprimiendo el parámetro “enseñanza superior”, los registros ascienden aproximadamente a 1150, y, si aún ampliamos más referido al “aprendizaje de lenguas” en general, no solo las extranjeras, los resultados casi se duplican llegando a los 2200 aproximadamente. Es importante tener en cuenta, también, que estas búsquedas se han limitado a obras escritas en solo español y desde el año 2020.

Ampliando la búsqueda a cualquier fecha y utilizando los mismos parámetros de búsqueda, los resultados obtenidos son de aproximadamente 1300, 2500 y 5000 obras, respectivamente. Como se puede observar, en los tres últimos años, casi se ha duplicado la producción científica en torno a las redes sociales en el aprendizaje y enseñanza de lenguas. Obviamente, si no limitamos la lengua como parámetro de búsqueda, los resultados se multiplican exponencialmente.

Estos datos evidencian un importante interés por el tema de las redes sociales en la educación, desde aspectos conceptuales y descriptivos (Mariño Benítez y Saavedra Márquez, 2022) o revisión de la literatura (Medina-Coronado *et al.*, 2023) hasta estudios aplicados que relatan experiencias educativas utilizando diversas redes sociales.

Por mencionar algunos ejemplos, Baynat Monreal (2020) muestra la aceptación del alumnado de actividades en grupos de conversación en francés realizada a través de *Facebook* durante 9 años. Aunque esta plataforma no era una de las más populares entre los jóvenes universitarios, especialmente durante los últimos años de la experiencia, el éxito en términos de motivación, colaboración y aprendizaje fue indiscutible. De manera similar, Sanz Gil (2021) utilizó la misma plataforma durante

2 Las cifras que presentamos en este apartado corresponden a la foto fija de la búsqueda realizada el 21 de abril de 2024. Sin duda, búsquedas posteriores utilizando estos mismos parámetros proporcionarían otros datos.

10 años en las aulas universitarias con diferentes objetivos educativos, revelando que esta o cualquier otra red social pueden ser canales de aprendizaje que van más allá de la socialización y la comunicación.

Bárcena y Read (2019), por su parte, exploraron el rol de las redes sociales en la comprensión oral de segundas lenguas con soporte móvil, mostrando cómo el uso de dispositivos móviles y redes sociales puede mejorar la adquisición de habilidades lingüísticas.

Vigil García *et al.* (2020) investigaron el uso de *WhatsApp* como una herramienta para el aprendizaje del inglés. Su estudio resalta la importancia de esta aplicación para fomentar la práctica y el intercambio de información en entornos educativos. Por otro lado, Letsina-Epie y Eyeang (2022) también utilizaron *WhatsApp* en la creación de grupos de trabajo de inglés, alemán y español para superar las dificultades de aislamiento y conexión que pueden surgir en entornos rurales. Este estudio demuestra la fiabilidad de esta red como herramienta educativa, especialmente en áreas con acceso limitado a internet, ya que requiere menos datos de consumo.

Medina, Cerqueda y Ortega (2023) analizaron la percepción de profesorado universitario en torno a la utilización de *TikTok* como herramienta para la enseñanza-aprendizaje de lenguas extranjeras, revelando nuevas perspectivas sobre el potencial educativo de esta red social.

También en 2023, Parra Simón y Martí investigaron la viabilidad de introducir la Inteligencia Artificial de la red social *Snapchat* en las aulas para mejorar la producción escrita en Francés Lengua Extranjera en contexto universitario, subrayando el papel didáctico y social que esta herramienta puede jugar en el desarrollo de habilidades interpersonales del estudiantado.

Estas experiencias educativas son solo una pequeña muestra del potencial de las redes sociales como herramientas educativas y de su capacidad para adaptarse a diferentes contextos y necesidades, poniendo de manifiesto la interconexión que puede existir entre el aprendizaje formal y el aprendizaje informal (Babault, Grabowska y Rivens, 2022; Grabowska, 2022) que se realiza desde este tipo de plataformas.

3. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

La hipótesis inicial de este estudio planteaba que, dado el alto uso de las redes sociales por parte del estudiantado universitario en la actualidad, integrar actividades de aprendizaje que lo involucrara en el manejo activo de estas plataformas podría favorecer su proceso de aprendizaje.

El objetivo principal de esta investigación, por lo tanto, dada la rapidez con la que evolucionan las tecnologías y, al tiempo, los comportamientos de los ciudadanos ante ellas, era verificar la validez de esta hipótesis y evaluar hasta qué punto el estudiantado universitario de la segunda década del siglo XXI aceptaría, como complemento del aprendizaje convencional, una propuesta educativa basada en el uso de las redes sociales que utilizan cotidianamente en su vida diaria.

Nos proponíamos, igualmente, identificar qué redes sociales utilizan en la actualidad y qué uso hacen de ellas, con el fin de proponer actividades de aprendizaje que les permitieran mejorar su experiencia de aprendizaje y adquisición de competencias lingüísticas y culturales. Queríamos evitar el posible desinterés del alumnado al que apunta Baynat Monreal (2020) cuando se proponen tareas basadas en recursos que no dominan.

Para llevar a cabo este estudio, se seleccionó la lengua y cultura francesa y francófona como temas centrales, con el objetivo de fomentar la comprensión lingüística y cultural del estudiantado en un entorno que le fuera familiar y relevante.

Como hemos mencionado anteriormente, el estudio se llevó a cabo como parte del curso de *Lengua y Cultura Francesas*, de 2º año del *Grado en Estudios Ingleses* de la Universitat Jaume I, durante un período de dos meses con la participación de 30 estudiantes, entre un grupo de 41 matriculados, de niveles entre A1 y A2 según el Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas (MCER). En este tiempo, se implementó una serie de actividades diseñadas para integrar el uso de redes sociales en su proceso de aprendizaje.

Este proyecto, al que llamamos *À la découverte de la culture et langue française et francophone* se integró de manera orgánica dentro del programa curricular con actividades periódicas evaluables. Respecto a los contenidos de lengua que se trabajan en este curso son los marcados por el MCER en nivel A2. Por el contrario, los contenidos de cultura varían de un año para otro en función del calendario, pues incorporamos temas culturales (tradiciones, costumbres, festividades, efemérides) coincidentes con los días de clase, además de temas de actualidad y sociedad, con el objetivo de contextualizar el aprendizaje dentro de un marco cultural actual y relevante. Adicionalmente, proponemos que sean los propios estudiantes quienes aporten temas de su interés en un trabajo de investigación y posterior exposición oral ante la clase³.

Las actividades planificadas, su desarrollo y calendarización durante los dos meses fueron las siguientes:

1. Actividad 1: *Questionnaire de départ*. El primer día de clase del semestre, desde hace varios años, los estudiantes responden a un cuestionario en el que se les pregunta por su conocimiento previo de la lengua francesa, intereses y perfil de aprendiz de lenguas. En esta ocasión se añadieron tres preguntas con el objetivo de conocer cuáles son las redes sociales que manejan habitualmente, la frecuencia de uso y el tipo de uso que hacen de ellas. Las respuestas a estas preguntas nos permitirían valorar si el proyecto planteado sería viable (como así fue y explicaremos más adelante) y qué tipo de actividades podríamos diseñar.

3 Aunque la asignatura está programada para un nivel A2, es habitual que cada año, entre un 25 y 30% del estudiantado sea de nivel 0 puesto que se trata de una asignatura troncal en el *Grado en XXX*, para elegir, *Lengua y Cultura Francesas* o *Lengua y Cultura Alemanas*. Por ello, esta exposición oral se puede realizar en español o catalán (lenguas maternas) o en francés, en función del nivel de cada uno. El objetivo no es tanto la expresión oral en francés (que se valora, pero sobrepasa el nivel del curso) como el acercamiento a los aspectos culturales.

2. Actividad 2: *Lexique des réseaux sociaux*. Se trata de una actividad colaborativa que tenía como objetivo la movilización de conocimientos previos relacionados con el léxico de las redes sociales. Esta se realizó una semana más tarde. En pequeños grupos de 2-3 personas debían identificar entre 4 y 6 palabras en español relacionadas con el ámbito de las redes sociales. Debían ponerse de acuerdo en la selección de términos y anotarlos, como grupo, en un documento compartido de la plataforma *Google Drive*. Debían anotar también los equivalentes en francés, si lo conocían. Entre todos los grupos se construyó un pequeño glosario de términos en francés, con su equivalente en español, relacionados con las redes sociales, tales como *influenceur / influenceuse, abonné, partager, téléchargement*, etc.
3. Actividad 3: *Questionnaire sur les réseaux sociaux*. En la misma sesión en la que realizaron la actividad de léxico, se les pasó un segundo cuestionario que tenía como objetivo conocer si seguían alguna cuenta, perfil o personaje en lengua francesa, sobre la lengua francesa o relacionado con la cultura francesa o francófona y sobre los ámbitos de interés que seguían habitualmente en su lengua o en otras lenguas.
4. Actividad 4: *Fiches de suivi*. Se les pidió que, teniendo en cuenta sus intereses de consumo de contenido en las redes sociales, buscaran algún perfil, cuenta o personaje francófono o que publicara contenido en francés para hacer un seguimiento de ellos durante una quincena, de manera autónoma y a su ritmo. Se crearon tres fichas de seguimiento que debían completarse quincenalmente en las que se les pedía o preguntaba, en la *Ficha 1*: 1) sobre la red o las redes sociales utilizadas, 2) el nombre del perfil, cuenta o personaje seguido, 3) pequeña descripción de este, 4) algún contenido que les hubiera llamado la atención, 5) palabras o expresiones nuevas que hubieran aprendido o les hubieran sorprendido, chocado o interesado y 6) si habían reaccionado a alguna publicación. En caso de que la reacción se hubiera hecho en francés, debían incluir una captura de pantalla como evidencia. La *Ficha 2* incluía, además de las 6 preguntas de la *Ficha 1*, una nueva casilla 7) en la que se preguntaba si durante la segunda quincena habían encontrado algún otro perfil de su interés que hubieran empezado a seguir, y en, caso afirmativo, debían replicar la ficha para completarla con las mismas cuestiones. La *Ficha 3*, por su parte, que completaron al finalizar la tercera quincena, añadía a las anteriores, dos casillas más en las que se les pedía 8) que tradujeran al español alguna intervención del personaje y 9) si habían recibido respuesta de este a sus comentarios de semanas anteriores, en caso de que hubieran participado. Esta actividad tenía como objetivo entrenar la comprensión escrita y oral en lengua francesa al tiempo que descubrían aspectos de la lengua, la cultura, la sociedad y la actualidad de sus centros de interés.
5. Actividad 5: *Questionnaire final*: tras dos meses siguiendo contenido en redes sociales en lengua francesa, para finalizar el proyecto, los estudiantes participantes completaron un cuestionario final en el que se les preguntaba

sobre 1) el número de perfiles en lengua francesa que seguían antes de iniciar estas actividades, 2) el número de perfiles en lengua francesa que siguen una vez finalizado el proyecto, 3) si tienen intención de continuar siguiendo estos perfiles, 4) el tiempo que estimaban haber dedicado a estas actividades, 5) si habían reaccionado a algún mensaje, 6) la valoración del proyecto en términos calificativos (útil, inútil, complicado, fácil, difícil, estresante, aburrido, divertido, completo, pesado, fácil de realizar, etc.), 7) la valoración, en una escala de 0 a 5, de su nivel de aprendizaje del francés, 8) la valoración, en una escala de 0 a 5, de su nivel de aprendizaje del contenido encontrado en los perfiles seguidos, 9) el grado de satisfacción con el proyecto, también en una escala de 0 a 5. Finalmente, se les pedía 10), en texto libre, que escribieran alguna otra opinión, comentario o sugerencia sobre alguna actividad en concreto o sobre la globalidad. El objetivo de este cuestionario era proporcionar un instrumento que permitiera, por un lado, al estudiantado realizar una mirada retrospectiva sobre su trabajo con las redes sociales en francés durante los dos meses y, por otro lado, a la docente valorar el éxito o fracaso del proyecto y obtener datos para proponer nuevas actividades basadas en sus cometarios.

En relación con la evaluación de estas actividades dentro de la programación del curso, es importante señalar que estas forman parte de la *Carpeta de aprendizaje* que los estudiantes deben elaborar a lo largo del semestre. Esta carpeta reúne todo el trabajo realizado para la asignatura y representa el 50% de la calificación global, mientras que el otro 50% corresponde al examen. Dentro de la *Carpeta de aprendizaje* la única actividad que tiene un valor asignado es la presentación oral sobre temas de cultura (20%). El 30% restante lo conforma el trabajo individual y autónomo que realiza cada estudiante.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

En primer lugar, relacionado con la *Carpeta de aprendizaje* mencionada conviene puntualizar que 1) el contenido de una carpeta a otra difiere debido a su carácter personal e individual, y, 2) se puede alcanzar el 30% acordado sin haber realizado las actividades de las redes sociales, puesto que estas no se plantearon como obligatorias. Aun así, el 71% del alumnado matriculado en la asignatura se interesó y se comprometió con el proyecto.

En cuanto a los resultados preliminares derivados de las respuestas del primer cuestionario (*Questionnaire de départ*) se observó lo siguiente:

- El 100% del estudiantado participante en el estudio tiene cuentas en varias redes sociales, las cuales utilizan diariamente. *WhatsApp* es la red social más utilizada por todos ellos. Le siguen *Instagram*, con el 84,4% de usuarios, *TikTok* con el 56,3%, *Youtube* con un 40,6%, y *Spotify* con un 37,5%. Además, un 28,1% utiliza *Twitter*, mientras que menos del 20% utiliza *Pinterest* (15,6%),

Snapchat (6,3%), *Facebook* (6,3%) y *Linkedin* (3,1%). Ningún estudiante afirma no utilizar ninguna red social.

- En cuanto al uso que se hace de estas redes sociales, se destaca que el 90,8% las utiliza principalmente para comunicarse con las personas cercanas. El 71,9% las utiliza para ver o compartir contenido, el 65,6% para seguir la actualidad general y el 50% para seguir a *influencers* o creadores de contenido. Un 37,5% utiliza las redes sociales para descubrir nuevos productos, mientras que otro 34,4% las utiliza para comentar el contenido publicado por personas cercanas. Además, un 28,1% de los estudiantes da “me gusta” a los contenidos expuestos, y otro 21,9% consulta opiniones antes de comprar un producto. Por otro lado, por debajo del 20%, utilizan las redes sociales para participar en grupos o comunidades temáticas (15,6%), compartir opiniones sobre productos o servicios (6,3%) y jugar o hacer test (3,1%).

Estos resultados nos permitieron programar las actividades descritas anteriormente, al comprobar que el proyecto podía ser viable, pues todos los estudiantes tenían cuentas en varias redes sociales y las utilizaban a diario. De esta manera, nadie quedaría excluido o se vería en la necesidad de utilizar nuevas herramientas, ya que la propuesta de actividades se realizaba a partir de las que manejan cotidianamente.

Así pues, trascurridos los dos meses de realización del proyecto sobre la utilización de las redes sociales en la programación de lengua y cultura francesas, los resultados del cuestionario final (actividad 5) nos proporcionan una visión detallada de la participación de los estudiantes y su percepción sobre la actividad de seguimiento de perfiles en redes sociales en lengua francesa. A continuación, se presentan los datos clave.

4.1. Participación inicial y continua en redes sociales en francés

Los estudiantes reportaron una variedad de niveles de participación antes y después de realizar las actividades. Antes de comenzar con el proyecto, el 70% de los encuestados seguía entre 0 y 3 perfiles en lengua francesa, de los cuales, el 36,7% no seguía ningún contenido de este tipo.

Al finalizar, como era de esperar, estos porcentajes se invierten y tan solo un 6,6% manifestó que solo seguía el contenido de un único perfil mientras que un 26,6% alcanzó a seguir entre 4 y 9 perfiles, superando el mínimo que sería esperable (entre 1 y 3) como resultado de la actividad 4 en la que debían completar tres fichas de seguimiento. Esto nos lleva a pensar que esta propuesta no solo logró el objetivo de que los participantes siguieran perfiles en francés, sino que también motivó a un grupo considerable de ellos a explorar un número mayor de perfiles de lo inicialmente sugerido.

4.2. Tiempo dedicado a la actividad de seguimiento

El análisis del tiempo dedicado a esta actividad revela un compromiso significativo por parte de los participantes. El mayor porcentaje (33,3%) manifestó haber

dedicado entre 5 y 15 minutos diarios a la actividad, lo que sugiere una participación regular y constante. Además, otro 13,3% dedicó más de 15 minutos al día, lo que indica un compromiso aún mayor; solo un 6,7% dijo que había dedicado menos de 5 minutos al día. En total, el 53,3% de los encuestados hizo un seguimiento diario de los perfiles en francés, mostrando un compromiso regular a lo largo del período de dos meses.

Entre quienes no hicieron seguimiento diario, un 46,6% dedicó entre 5 y 15 minutos, o más de 15 minutos, varias veces a la semana.

Estos resultados destacan el interés y la dedicación de los participantes hacia la actividad, reflejando una participación activa y continua en el seguimiento de los perfiles en lengua francesa.

4.3. Intención de continuar siguiendo perfiles

La gran mayoría de los encuestados (86,7%) mostró un claro interés en seguir los perfiles descubiertos durante este periodo. El resto indicó que quizá continuaría o no estaba seguro. Es importante destacar que nadie expresó la intención definitiva de dejar de seguir estos perfiles. Este resultado, sumado al hábito cotidiano de consultar las redes sociales, nos lleva a pensar que persistirá el interés por el contenido en francés que se encuentra en estas plataformas.

4.4. Interacción con el contenido

Sobre la interacción con el contenido, un 40% de los encuestados manifestó haber reaccionado de alguna manera a los mensajes de los perfiles seguidos, mientras que el 60% restante no lo hizo.

En cuanto al tipo de reacciones, la mayoría de las respuestas consistieron en simplemente marcar el icono de “me gusta” o en dejar pequeñas frases como “Merci beaucoup”, “Très belle”, “C’est super”, “J’adore”, “J’aime le vidéo”⁴. Sin embargo, también se observaron respuestas más elaboradas, como “Quel site merveilleux, j’adore tous les sacs!!”, “Cela semble très intéressant ! j’aimerais vivre cette expérience !», «Comme tout est savoureux !!!», «Je veux vraiment lire les livres de Magnolia Parks», «Je suis heureuse d’avoir vu ton vidéo. Ainsi, je serai mieux préparée quand j’irai en France», o, «Merci beaucoup pour votre publication. Je suis en train d’apprendre la langue française et cette publication est très utile».

Respecto a los motivos indicados sobre por qué no reaccionaron, estos han sido variados. La mayoría de los encuestados mencionó que no suelen interactuar en las redes sociales. Sin embargo, algunos indicaron que, al seguir a personajes famosos, no esperaban respuestas a sus reacciones. Otros señalaron que les daba un poco de vergüenza.

Es relevante destacar que ningún participante mencionó que la dificultad para expresarse en francés, dado su pequeño nivel, fuera un motivo para no interactuar con

4 Reproducimos las frases tal y como las han sido escritas por los estudiantes cuando han reaccionado a alguna publicación, sin corregir los posibles errores.

el contenido. Esto indica que, a pesar de cualquier dificultad percibida en el idioma, los participantes se sintieron lo suficientemente cómodos como para interactuar de alguna manera con el contenido en francés, aunque solo fuera en el nivel de comprensión. Esta falta de mención puede interpretarse como un indicador positivo de confianza en las habilidades lingüísticas desarrolladas durante la actividad, lo que refuerza la efectividad de la herramienta para fomentar la interacción y el aprendizaje del francés en un entorno práctico y real.

4.5. Niveles de aprendizaje

Los niveles de aprendizaje tanto de la lengua francesa, como de los contenidos encontrados en los perfiles seguidos variaron entre los participantes. En ambos casos, en una escala de 0 a 5, el porcentaje mayoritario se sitúa a mitad de la tabla. En efecto, el 50% de los encuestados calificó su nivel de aprendizaje del francés con un 3, mientras que un porcentaje ligeramente mayor, el 53,3% otorgó la misma puntuación al nivel de aprendizaje sobre los contenidos encontrados.

Sin embargo, se observa una diferencia en las puntuaciones superiores: un 26,6% otorgó un 4 o un 5 al nivel de aprendizaje del francés, mientras que un 36,6% lo hizo para el nivel de aprendizaje sobre el contenido publicado. Esto muestra que la actividad mejoró el conocimiento del idioma francés entre los participantes y, sobre todo, incrementó su comprensión del contenido encontrado en los perfiles seguidos.

4.6. Valoración de la actividad y grado de satisfacción

La actividad tuvo una acogida positiva entre los participantes. La mayoría la consideró fácil de realizar (83,3%), interesante (80%), muy útil (60%) y divertida (53,3%). Además, una proporción significativa (23,3%) la calificó como completa. Solo un pequeño porcentaje (3,3%) la consideró inútil, pesada, estresante o complicada.

Es importante mencionar que algunos de los comentarios negativos escritos en la sección de texto libre matizan esta percepción. Por ejemplo, un participante comentó: «Complicquéé parce que je n'ai pas beaucouup de temps, mais c'était merveilleuse». Esto indica claramente que la dificultad para algunos participantes se debía a la falta de tiempo, no a la propia actividad en sí.

En cuanto al grado de satisfacción general, la mayoría la calificó con una puntuación muy alta. En efecto, el 80% de los encuestados le dio una puntuación de 4 o 5, mientras que solo un 16,7% la calificó con 3 puntos y un 3,3% con 2 puntos.

4.7. Resultados cualitativos

Sobre los resultados cualitativos, estos tienen que ver con el contenido reportado en las tres fichas de seguimiento (actividad 4) y comentarios realizados en el cuestionario final (actividad 5) relacionados con la temática de los perfiles seguidos, el vocabulario y expresiones aprendidas o los aspectos que les llamaron la atención.

Respecto a la temática, hemos observado que un tercio del grupo se ha interesado por aspectos de moda, belleza y cuidado corporal siguiendo normalmente a *influencers* conocidos o marcas. En segundo lugar, se han interesado por perfiles lingüísticos de profesores de francés o aficionados que publican contenido sobre la lengua francesa o en contraste con el español u otras lenguas⁵. El mundo del espectáculo también está presente interesándose por cantantes, actrices o bailarinas, así como del deporte, centrado principalmente en futbolistas de renombre internacional o deportistas olímpicos. Otro ámbito que ha interesado a varias personas en diferentes momentos de la actividad es la cocina, sobre la que han seguido a importantes chefs o simplemente personas anónimas que difunden sus vídeos de elaboración o recetas. Museos (Orsay o Louvre, por ejemplo) o monumentos son, igualmente, de interés, del mismo modo que perfiles en los que se presentan aspectos de la cultura en general.

A lo largo de las semanas, se han ido incorporando otros temas más específicos como contenidos de humor, libros y lecturas, autoayuda o videojuegos. Nos ha llamado especialmente la atención que un pequeño grupo de participantes ha seguido perfiles de personas aleatorias, anónimas que comparten en las redes sociales pequeños vídeos o retransmisiones en directo de su cotidianeidad, desde los estudios, las rutinas de ejercicio físico o la ingesta de alimentos, tal y como lo expresa este estudiante “Me parece interesante ver qué hace en su día a día y además entiendo bastantes cosas de las que dice porque habla de una forma bastante clara”. Este aspecto también ha sido valorado referido a las personas famosas, conocer sus rutinas diarias ha sido uno de los aspectos que más ha captado su atención, sobre todo, cuando las publicaciones se han realizado en formato vídeo.

En cuanto a las expresiones y palabras que se les pedía anotar en las fichas, estas han sido variadas. Normalmente han anotado aquellas que consideraban clave para entender los mensajes, en la mayoría de los casos, con su equivalente en español, pero también han reportado explícitamente algunas que no conocían previamente para aprenderlas y que han calificado como difíciles. Se trataba normalmente términos de la lengua coloquial, abreviaciones, argot o incluso *verlan*⁶.

Otra competencia que se ha trabajado con estas actividades es la expresión escrita. Esta no era el objetivo de la actividad de seguimiento de los perfiles pues, dada la variedad de niveles de lengua de los participantes (algunos principiantes absolutos) las fichas podían ser completadas en francés o en lengua materna (en nuestro caso, español y catalán). Sin embargo, el 65% de los participantes respondió a todas las cuestiones de las fichas en francés, lo que permitió poder hacer un ejercicio de corrección y de retroalimentación lingüística.

5 Italiano y polaco particularmente, lenguas de varios estudiantes Erasmus que hay en el grupo.

6 El *verlan* es una forma de argot en francés que consiste en invertir las sílabas de una palabra, “lengua espejo” llamada por Mela (1991). Este argot es utilizado mayoritariamente por las generaciones más jóvenes. Sobre los orígenes, procedimientos de creación y categorización del *verlan*, se puede consultar, también, Napieralski (2022).

Finalmente, hubo participantes que escribieron comentarios con sugerencias de mejora como, ampliar el tiempo entre la entrega de las fichas, realizar en clase actividades sobre los perfiles seguidos o incluso exigir que se redacten las respuestas en francés, sugerencias que, por otra parte, refuerzan la aceptación de la experiencia promoviendo el uso del francés.

5. MÁS ALLÁ DE LA RED SOCIAL

Al cerrar el estudio para la presente publicación, los resultados obtenidos nos sugieren numerosas posibilidades para diseñar actividades posteriores inspiradas en las respuestas recopiladas en las fichas de seguimiento de los estudiantes. Entre los temas que podrían tratarse se encuentran:

- Rasgos de oralidad en la escritura de los textos escritos que aparecen en las redes sociales, pues se observa un uso frecuente de argot, especialmente el *verlan*. Por ejemplo, algunos términos que se han recogido en las fichas son *cimer* en lugar de *merci*, *ouf* en lugar de *fou* y palabras abreviadas como *perso*, *resto*, *ordi* o coloquiales como *trouille* o *bouille*. Este tema resulta bastante complejo para el nivel general de lengua del estudiantado de esta experiencia, pero se ha demostrado que provoca su interés y, aunque no se trate en profundidad, proponer actividades de sensibilización o de identificación de términos es perfectamente factible para facilitar la comprensión contextualizada del día a día de las personas que siguen en redes sociales, en buena parte, jóvenes como ellos.
- Presencia y análisis de elementos multimodales que se encuentran en los contenidos de las redes sociales. Es habitual la presencia de diversos elementos como fotos, vídeos, iconos, *emojis*, texto y elementos tipográficos que pueden facilitar la comprensión, especialmente en niveles de lengua básicos.
- Diferencia en el uso del tratamiento de cortesía o familiaridad (*vous/tu*) en las redes sociales en comparación con los diferentes registros de lengua.
- Errores de escritura. Es frecuente la presencia de errores de escritura en las producciones de las personas que escriben en las redes sociales, lo que podría ser objeto de reflexión sobre la relajación lingüística y de corrección.

Estos temas podrían ser abordados en actividades posteriores centradas en:

- Análisis de publicaciones de redes sociales. Se podría analizar en el aula diferentes publicaciones de redes sociales, seleccionadas por los propios estudiantes, e identificar los rasgos de oralidad, elementos multimodales y el uso del tratamiento de cortesía o familiaridad.
- Producción de escritos para redes sociales. Los estudiantes podrían crear sus propios mensajes para comentar en redes sociales, teniendo en cuenta los rasgos de oralidad y los elementos multimodales identificados previamente.

Estas pueden realizarse, como hemos visto, en función del nivel de lengua que tengan, desde intervenciones muy sencillas hasta frases más elaboradas, que previamente se pueden trabajar en el aula.

- Pequeño debate sobre el uso del lenguaje en las redes sociales y su influencia en la comunicación oral y escrita, debate que sería guiado en los primeros niveles facilitando las estructuras más sencillas del discurso de un intercambio de ideas y debate libre relacionado con la conversación argumentativa en niveles superiores.
- Presentación por parte del estudiantado de algunos perfiles o temáticas seguidas para darlos a conocer al resto de la clase.

Hay que precisar que estas actividades no se han podido llevar a la práctica pues hemos consagrado la mayor parte del semestre al estudio de viabilidad, sin embargo, es importante señalar que algunos estudiantes se inspiraron en las temáticas seguidas en las redes sociales para la elaboración de su trabajo de investigación obligatorio sobre aspectos relacionados con la cultura francesa y francófona, mencionado en el apartado 3. En este sentido, se realizaron exposiciones orales sobre gastronomía y cocina, fiestas y tradiciones, cine, música, arte o historia.

6. CONCLUSIONES

El estudio presentado, al igual que los que hemos referenciado, evidencia el potencial de las redes sociales como herramientas educativas complementarias para el aprendizaje de lenguas extranjeras, en nuestro caso, del francés. Los resultados obtenidos demuestran que la integración de actividades basadas en el uso de estas plataformas puede mejorar el proceso de aprendizaje, estimulando el interés, la motivación y la participación.

Convenimos con Grabowska y Sadkowska-Fidala (2023) en que la autonomía de los estudiantes en el marco de una actividad como esta permite vincular los aprendizajes informales procedentes de sus centros de interés, y adquiridos en su entorno vital cotidiano, con los contenidos previstos por el programa, para lograr desempeños de naturalezas muy diferentes, pero altamente satisfactorios, como hemos visto.

Las actividades diseñadas durante el estudio, adaptadas a los intereses y niveles de los estudiantes, tuvieron un impacto positivo en su aprendizaje del francés. No solo ampliaron su vocabulario y expresiones en la lengua, sino que también desarrollaron habilidades de comprensión lectora, interacción escrita y comprensión oral. Además, se familiarizaron con la cultura francesa a través de diversos contenidos multimedia presentes en las redes sociales.

La alta tasa de participación y satisfacción de los estudiantes refleja el valor percibido de estas actividades como herramientas de aprendizaje motivadoras y significativas. Utilizadas adecuadamente, las redes sociales pueden convertirse en espacios de aprendizaje auténtico donde los estudiantes interactúan con la lengua y la cultura de manera natural y contextualizada.

Por otra parte, el compromiso regular con la actividad a lo largo de los dos meses y la intención manifestada de seguir explorando los contenidos descubiertos nos hace pensar que el aprendizaje formal y curricular del francés se verá beneficiado por el aprendizaje informal que ofrecen las redes sociales. Incluso el simple gesto diario de consultar las nuevas publicaciones de las personas seguidas, aunque no interactúen con el contenido, demuestra su aprecio por el material encontrado.

A partir de los resultados obtenidos, se sugieren diversas propuestas para profundizar en el uso de las redes sociales como herramientas educativas. Estas actividades podrían enfocarse en aspectos como el análisis del lenguaje informal, la multimodalidad, el tratamiento de la cortesía y la corrección de errores comunes en la escritura digital.

En resumen, aunque la muestra de población fue pequeña, este estudio proporciona evidencia empírica que respalda el uso de las redes sociales como herramientas educativas valiosas para el aprendizaje de lenguas extranjeras. La integración planificada y estratégica de estas plataformas como complemento en la programación de las materias puede mejorar la experiencia de aprendizaje de los estudiantes y promover un aprendizaje más activo, participativo y significativo.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que, junto con sus beneficios educativos, las redes sociales también plantean desafíos que deben abordarse. La difusión de información errónea o falsa (*fake news*), el aumento del ciberacoso y el potencial de adicción son solo algunas de las preocupaciones que rodean el uso de las redes sociales. Por lo tanto, es crucial utilizar (y enseñar a utilizar) las redes sociales con un ojo crítico, evaluando la autenticidad de la información, participando en interacciones en línea respetuosas y manteniendo un equilibrio saludable entre las actividades digitales y fuera de línea. Introducir actividades en el aula que fomenten ese uso crítico, ético, razonable y significativo de las redes sociales puede contribuir a esta educación digital integral, que va más allá del aprendizaje de las lenguas.

BIBLIOGRAFÍA

- Anderson, M. y Jiang, J. (2018): "Teens, Social Media and Technology 2018", <https://www.pewresearch.org/internet/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/> (Consultado en marzo de 2024).
- Andujar, A., y Hussein, S. A. (2019): "Mobile-mediated communication and students' listening skills: a case study", *International Journal of Mobile Learning and Organisation*, 13(3), 309-332. DOI: <https://doi.org/10.1504/IJML0.2019.100432>.
- Babault, S., Grabowska, M. y Rivens, A. (2022): "Apprentissage formel et informel des langues: quelles articulations?", *Recherches en didactique des langues et des cultures*, DOI: <https://doi.org/10.4000/rdlc.11780>.
- Bárcena, E. y Read, T. (2019): "El rol de las redes sociales en la comprensión oral de segundas lenguas con soporte móvil", *Miscelánea: A Journal of English and American Studies*, 59, 47-69. DOI: https://doi.org/10.26754/ojs_misc/mj.20196338.

- Baynat Monreal, M. E. (2020): “Grupos de conversación en Facebook para favorecer el aprendizaje de lenguas y la interculturalidad”, en Baynat, Monreal, M. E., Eurrutia Caverro, M. y Sablé Cathy (eds.) (2020) *TIC e interculturalidad. Miradas cruzadas* Granada, Comares: 61-88.
- Grabowska, M. (2022): *L'apprentissage informel des langues étrangères*, Paris, L'Harmatan.
- Grabowska, M. y Sadkowska-Fidala. A. (2023): “L'apprentissage informel au service de l'enseignement de la littérature et de la culture à la philologie française”, *Academic Journal of Modern Philology*, 20, 83-94. DOI: 10.34616/ajmp.2023.20.6.
- Kemp, S. (2023): “Digital around the word”, *We Are Social* <https://wearesocial.com/wp-content/uploads/2023/03/Digital-2023-Global-Overview-Report.pdf> (Consultado en marzo de 2024).
- Letsina-Epie, R. y Eyeang, E. (2022): “Grupo de trabajo WhatsApp para la enseñanza de lenguas extranjeras durante el Covid-19 en un país de África Subsahariana (Gabón)”, *Revista RedCA*, 5(14), 70-89. DOI: <https://doi.org/10.36677/redca.v5i14.18666>.
- Mariño Benítez, M. E., y Saavedra Márquez, W.M. (2022): “Las redes sociales en la enseñanza-aprendizaje de idiomas”, *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 7(1), 41-47. <https://rccd.ucf.edu.cu/index.php/aes/article/view/333> (Consultado en marzo 2024).
- Martín del Campo Fernández-Paniagua, A. (2022): “Las redes sociales más utilizadas: cifras y estadísticas”, <https://www.iebschool.com/blog/medios-sociales-mas-utilizadas-redes-sociales/> (Consultado en marzo 2024).
- Medina, A. E. R., Cerqueda, D. M. y Ortega, M. D. P. B. (2023): “TikTok para la enseñanza y aprendizaje de lenguas en educación superior: percepciones de profesores mexicanos”, *Revista Paraguaya de Educación a Distancia (REPED)*, 4(1), 46-59, <https://revistascientificas.una.py/index.php/REPED/article/view/3283> (Consultado en marzo 2024).
- Medina-Coronado, D., Salas-Sánchez, R. M., Castillo-Silva, E. V., y Ulloque-Delgado, R. V. (2023): “Redes digitales de aprendizaje para el desarrollo profesional en educación superior: Revisión sistemática de literatura” en Deroncele Acosta, A. (2023) (comp.) *Travesías educativas multidisciplinares: un enfoque científico en temáticas variadas para una educación transformadora*, Guayaquil, Editorial EXED: 61-98. DOI: <https://doi.org/10.58594/PNTT9189>.
- Mela, V. (1991): “Le verlan ou le langage du miroir”, *Langages*, 101, 77-94. <http://www.jstor.org/stable/23906698> (Consultado en marzo 2024).
- Napieralski, A. (2022): “Le verlan et la néologie”, *Estudios Románicos*, 31, 265-278. DOI: <https://doi.org/106018/ER510271>.
- Parra Simón, M.C. y Martí, A. (2023): “Snapchat, una herramienta interactiva para la mejora de la producción escrita en Francés Lengua Extranjera” en Rodríguez Rodríguez, J.A. (ed.) (2023) *Psicología siglo XXI. Una mirada amplia e integradora*, Madrid, Dykinson: 171-180.
- Sanz Gil, Mercedes. (2021) “Las redes sociales más allá de la socialización y la comunicación” en Mercedes Sanz Gil (ed.) *Estrategias lingüísticas para la sociedad multilingüe*. Octaedro.