
This is the **published version** of the bachelor thesis:

Zihui, Wang; Casas-Tost, Helena. Propuesta para el aprendizaje de chino con redes sociales. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, 2020. 110 pàgines. (1398 Didàctica del Xinès per a Hispanoparlants)

This version is available at <https://ddd.uab.cat/record/229083>

under the terms of the  license

Universidad Autònoma de Barcelona

Facultad de Traducci3n e Interpretaci3n

**Propuesta para el aprendizaje de chino
con redes sociales**

利用社交网络学习汉语的教学提案

Máster Oficial - Didáctica del Chino para Hispanohablantes

2019 - 2020

Autor: WANG Zihui (王子瑋)

Tutora: Dra. Mireia Vargas-Urpí

Coordinadora: Dra. Helena Casas-Tost



**Universitat Autònoma
de Barcelona**

AGRADECIMIENTOS

Nunca pensé que tendría la oportunidad de llegar hasta aquí. Hace un año, perdí a la persona más importante de mi vida, lo que casi acaba destruyendo mi mundo entero. Para cumplir su último deseo, dejé por primera vez mi país y llegué a España para cursar este Máster. Después de meses de trabajo intenso he finalizado por fin este trabajo y es un momento muy significativo para mí. Por eso, me gustaría agradecer a todas las personas que me han ofrecido su generosa ayuda durante la redacción de este trabajo.

En primer lugar, me gustaría agradecer a mi tutora de TFM por guiarme cuidadosamente con gran paciencia y por sus valiosas sugerencias y opiniones, muy constructivas sobre este trabajo y que siempre tiene palabras de aliento y apoyo infinito. También me gustaría darles las gracias a los profesores que me han ayudado en repartir los cuestionarios, a los compañeros que me han ayudado a realizar la prueba piloto de la encuesta y a todos los estudiantes que han participado. Además, me gustaría agradecer a todos los profesores y todas las compañeras de este Máster que me han acompañado con tanta alegría y amabilidad y que siempre han estado ahí para apoyarme en este camino.

Finalmente, me gustaría mostrar mi agradecimiento a mis padres. Gracias a mi padre, que aunque casi nunca lo exprese con palabras, siempre me hace sentir su amor y preocupación por mí. Gracias también a ti, mamá. Que tu alma descanse en paz y que nunca más vuelvas a tener dolores. Te echaré de menos y estarás siempre en mi corazón.

¡Muchísimas gracias a todos!

WANG Zihui (Fernando)

Barcelona, 25 de junio de 2020.

PROPUESTA PARA EL APRENDIZAJE DE CHINO CON REDES SOCIALES

RESUMEN

Las redes sociales, herramienta para relacionarnos en el mundo virtual, son utilizadas por más de la mitad de la población española e inconscientemente ya se han integrado en nuestra vida cotidiana. En este sentido, varios investigadores han demostrado que el aprendizaje de lenguas extranjeras a través de las redes sociales es una excelente forma de aprender de manera informal pero muy efectiva. Sin embargo, como lengua extranjera cada vez más popular en países hispanohablantes, el estudio del chino mediante redes sociales es todavía un terreno por explorar. En el presente trabajo, basado en un análisis de tres redes sociales comúnmente utilizadas por internautas españoles, intentamos diseñar una propuesta del aprendizaje de chino personalizada para el objeto de estudio, concretamente un grupo de estudiantes del primer curso de grado de Estudios de Asia Oriental de la UAB. Basándonos en las características y el perfil del alumnado, el currículo, el calendario académico y los materiales didácticos, hemos diseñado tres actividades flexibles y prácticas con el uso de diferentes redes sociales. Partimos de la hipótesis de que mediante este tipo de aprendizaje informal, abundante en interacciones comunicativas y conocimientos socioculturales, podrán conseguir un aumento en su autonomía y una mejora de su competencia en chino. De acuerdo con el resultado de nuestro cuestionario, a los alumnos les resulta dinámico el aprendizaje con redes sociales y muestran interés por probarlo. Por lo tanto, esperamos que a partir de esta investigación, nazcan más estudios en este campo tan novedoso y atraiga a más investigadores a poner en práctica nuestra propuesta y perfeccionarla según el *feedback* del examinador y del alumnado.

PALABRAS CLAVE: redes sociales; chino como lengua extranjera; propuesta didáctica; aprendizaje informal; ASL

利用社交网络学习汉语的教学提案

摘 要

社交网络，一个早已深入我们日常生活的社交工具，有超过半数的西班牙人口使用这些应用平台进行社交活动。通过社交媒体进行外语学习也早已被业界人士证实是有效可行的非正式学习途径之一。每时每刻，在社交平台上都会涌现出成千上万以目标语所书写的符合语境、语域及语用功能的信息，而这些文本，恰好可以作为外语教学极佳的珍贵资源。然而作为在该国日益热门的外语，通过该途径学习汉语的研究仍有待进一步的探索深入。本文便以此为契机，在对三个西班牙网民常用的社交媒体的分析下，针对目标学生群体，巴塞罗那自治大学东亚研究系大一某班学生，量身定制汉语学习教学提案。所涉及的三个教学方案，均考量到了学生特点、教学计划、课程设置及所用教材等多个方面，具有较好的灵活性及可行性，力求达到促进学生课内外学习自主性的提升及汉语水平的提高。其后的调查问卷显示：学生认为利用社交网络开展的教学活动富有趣味性，并有兴趣参与此类附加的课外教学活动。因而，我们希望通过我们的前导性研究，能在这个新兴领域引发更多的研究活动，吸引更多的学者将我们的教学提案付诸实践，开展有更广泛参与者的教学实验，并依据教师及学生的反馈对教学提案进行进一步的优化与完善。

关键词：社交网络；对外汉语；教学提案；非正式学习；二语习得

ÍNDICE

RESUMEN.....	I
摘 要	II
1. INTRODUCCIÓN	1
2. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA	5
2.1 Autenticidad de los recursos lingüísticos.....	5
2.2 Efectividad de las RR.SS. en investigaciones precedentes.....	10
2.3 Necesidad de la exploración en la enseñanza-aprendizaje online	14
3. MARCO TEÓRICO.....	17
3.1 Redes sociales: comunidades virtuales en las que interactuamos.....	17
3.2 Enfoque socioconstructivista: aprendemos interactuando	18
3.3 Aprendizaje informal: alternativa complementaria	20
3.4 Ludificación: estrategia para potenciar la motivación	23
4. METODOLOGÍA	25
5. PREANÁLISIS DEL ALUMNADO OBJETIVO.....	27
5.1 Calendario académico	27
5.2 Guía docente	28
5.3 Libro de texto.....	30
5.4 Observación durante las prácticas.....	31
6. REVISIÓN Y ANÁLISIS DE REDES SOCIALES.....	34
6.1 Instagram.....	34
6.2 Twitter.....	43
6.3 YouTube	51
7. PROPUESTA DIDÁCTICA.....	61
7.1 Orientación general	62
7.2 Actividad con el uso de Instagram: Agenda personal.....	65
7.3 Actividad con el uso de Twitter: Agencia de Detectives	68
8. ANÁLISIS DE LOS DATOS DE LOS CUESTIONARIOS	72
8.1 Diseño de la encuesta.....	72
8.2 Análisis de las respuestas obtenidas	73
9. CONCLUSIONES	83
10. BIBLIOGRAFÍA	86
11. APÉNDICE.....	98
11.1 La encuesta completa.....	98

ÍNDICE-TABLA

Tabla 8.1 Pregunta VII.....	81
Tabla 11.1 Pregunta I.....	98

ÍNDICE-FIGURA

Figura 2.1 Captura de pantalla-@andybian0619	6
Figura 2.2 Captura de pantalla-Comentarios a @andybian0619.....	7
Figura 2.3 Captura de pantalla-@mizutama624	9
Figura 6.1 Captura de pantalla-@china_huhu I.....	35
Figura 6.2 Captura de pantalla-Comentarios a @china_huhu.....	36
Figura 6.3 Captura de pantalla-@china_huhu II	36
Figura 6.4 Captura de pantalla-@china_huhu III	37
Figura 6.5 Captura de pantalla-@china_huhu IV	37
Figura 6.6 Captura de pantalla-@adri.cueva I.....	38
Figura 6.7 Captura de pantalla-@adri.cueva II	38
Figura 6.8 Captura de pantalla-Comentarios a @adri.cueva.....	39
Figura 6.9 Captura de pantalla-@adri.cueva III	40
Figura 6.10 Captura de pantalla-@d.liciousfallaw I.....	41
Figura 6.11 Captura de pantalla-@d.liciousfallaw II.....	41
Figura 6.12 Captura de pantalla-@d.liciousfallaw III	42
Figura 6.13 Captura de pantalla-@song_susanna I.....	44
Figura 6.14 Captura de pantalla-@song_susanna II.....	45
Figura 6.15 Captura de pantalla-Comentarios a @song_susanna	46
Figura 6.16 Captura de pantalla-@song_susanna III	47
Figura 6.17 Captura de pantalla-@minato_51244 I.....	49
Figura 6.18 Captura de pantalla-@minato_51244 II	49
Figura 6.19 Captura de pantalla-@minato_51244 III.....	49
Figura 6.20 Captura de pantalla-@LanguagesMy I.....	50
Figura 6.21 Captura de pantalla-@LanguagesMy II.....	50
Figura 6.22 Captura de pantalla-@LanguagesMy III	51
Figura 6.23 Captura de pantalla-Descripción del vídeo.....	53
Figura 6.24 Captura de pantalla-Fluent in Mandarin.com I.....	53
Figura 6.25 Captura de pantalla-Fluent in Mandarin.com II.....	54

Figura 6-26 Captura de pantalla-Comentarios a <i>Fluent in Mandarin.com</i>	54
Figura 6.27 Captura de pantalla-Lista de vídeos	54
Figura 6.28 Captura de pantalla- <i>ChinesePod Traditional Characters I</i>	55
Figura 6.29 Captura de pantalla- <i>ChinesePod Traditional Characters II</i>	55
Figura 6.30 Captura de pantalla- <i>MAT</i>	56
Figura 6.31 Captura de pantalla- <i>Descripción del vídeo</i>	57
Figura 6.32 Captura de pantalla- <i>Kaiyao Ni I</i>	58
Figura 6.33 Captura de pantalla- <i>Kaiyao Ni II</i>	59
Figura 6.34 Captura de pantalla- <i>Kaiyao Ni III</i>	59
Figura 7.1 Captura de pantalla- <i>@niao.pl</i>	66
Figura 7.2 Captura de pantalla- <i>@fer.mdxh</i>	66
Figura 7.3 Ejemplo: Insignia de junio.....	67
Figura 7.4 Ejemplo: Insignia “ <i>Alpha del mes</i> ”	67
Figura 8.1 Pregunta I.....	73
Figura 8.2 Pregunta II	74
Figura 8.3 Pregunta III.....	75
Figura 8.4 Pregunta III-V.....	75
Figura 8.5 Pregunta III-F	77
Figura 8.6 Pregunta III-V-F	77
Figura 8.7 Pregunta IV.....	78
Figura 8.8 Pregunta V	79
Figura 8.9 Análisis de la pregunta V	80
Figura 8.10 Pregunta VI.....	80
Figura 11.1 Captura de pantalla- <i>@adri.cueva</i>	101

1. INTRODUCCIÓN

Como habitantes de esta era tecnológica y de internet, ya nos cuesta imaginar cómo sería posible una vida sin ningún aparato portátil, como un teléfono inteligente o una tableta. A través de estos dispositivos electrónicos, conectamos con el mundo todos los días: leemos los temas tendencia de Twitter, comentamos los selfis de fiesta de nuestros compañeros en Facebook, compartimos memes graciosos entre amigos en Pinterest, etc. Todas estas plataformas en las que nos comunicamos con gente ajena o conocida son llamadas redes sociales. Ya es muy común el hecho, casi por costumbre, de comprobar las notificaciones nuevas en Instagram cada equis tiempo o seleccionar una foto para actualizar tu perfil de WhatsApp. Todo esto ya no es algo nuevo, son acciones integradas en nuestra vida diaria.

Según un informe que publicó Interactive Advertising Bureau Spain (IABSpain), más de 25,5 millones de personas en España utilizan las redes sociales, un 85% de los internautas en este país, desde 16 hasta 65 años (IABSpain, 2019). Con base en las cifras del Instituto Nacional de Estadística, hasta el 1 de julio de 2019, podemos decir que más de la mitad de la población de España forma parte de la gran familia de las redes sociales (INEbase, 2019). Al mismo tiempo, cabe mencionar otras cifras del mismo informe, un 97% de los usuarios de WhatsApp mantienen un uso diario y un 73% por Facebook, un 70% por Instagram. Pese a quien pese, aunque mucha gente quisiera negar su adicción a las redes sociales, el resultado sería el mismo: somos seres sociales y necesitamos socializar intercambiando información con otras personas, ya sea de forma presencial o virtual.

Puesto que usamos las redes sociales casi todos los días, ¿por qué no aprovechamos la ocasión para seguir aprendiendo? En el vasto océano de información que nos ofrece las redes sociales, podemos encontrar una gran variedad de conocimiento: últimas noticias, experiencias prácticas, comentarios personales, etc., en una variedad de campos: medicina, educación física, alimentación, fotografía, turismo, pensamiento, literatura,

educación, etc. y entre ellos, queremos destacar al terreno que sirve como vehículo para casi toda esta información: los idiomas. Las redes sociales nos brindan una gran oportunidad para aprender una lengua extranjera: cada día, se publican miles y miles de mensajes en distintos idiomas, en nuestro caso el chino, contextualizados con un registro y uso pragmático adecuado. Todo ello representa un recurso valiosísimo para los estudiantes de idiomas.

En cuanto a las investigaciones sobre el uso de redes sociales en el campo la enseñanza, ya existen varios estudios al respecto, tales como Meso, Pérez y Mendiguren (2011), Valenzuela (2013), Fernández (2013) y Hermann-Acosta et al. (2019); al aprendizaje de idiomas, Sotomayor (2010), Fernández (2012), Derakhshan y Hasanabbasi (2015), Malerba (2015) y Xie (2019); más específicamente, la lengua china, Wang (2015), Seroshtan (2017), Zhou y Dong (2017).

En una noticia de Hanban¹ (Zi, 2015), se informó que de acuerdo con los datos publicados oficialmente por España en el periódico Ouhua (欧华), más de 7.100 personas en España se habían apuntado al HSK², lo que significó que España conseguía ya por tercera vez consecutiva ser el país con más participantes de dicho examen en Europa. Según Zi (2015), los expertos del Instituto Confucio estimaban la cifra total de estudiantes chinos en este país en más de 40.000 personas. Además, según diversos datos, se va notando cada vez más el entusiasmo por parte de los españoles a la hora de aprender chino. Esta estimación coincide con la publicación en *Universa.net* donde se dice que unos 15.000 adultos y unos 25.000 jóvenes no universitarios han elegido estudiar el chino estándar en España (Universia España, 2014). Si consultamos la cifra más actualizada, según una noticia de El País, enunció Peinado (2019): “Hanban estima que hay más de 100.000 estudiantes de chino, mientras que en España hay unos 52.000.” Año tras año, cada vez hay más personas que eligen estudiar chino en este país.

1 Hanban (汉办) [Oficina Central del Instituto Confucio]

2 Sigla de Hanyu Shuiping Kaoshi (汉语水平考试) [Prueba de competencia en chino]

Sin embargo, aunque exista esta fiebre creciente por aprender chino, según nuestra revisión bibliográfica todavía faltan investigaciones en el uso de redes sociales para aprender este idioma, sobre todo, las que se enfocan en estudiantes hispanohablantes. Por ello, nos conviene ponernos al día en este fenómeno en auge y aprovechar bien este recurso gigantesco para crear un mejor ambiente de aprendizaje para nuestros estudiantes y orientarlos a aprender mejor el chino. Por todas estas razones, nace esta investigación.

La gente comparte diariamente en las redes sociales contenido de cualquier tipo con escritos de mil maneras: sus diarios, emociones, sabiduría, experiencias, opiniones, comentarios, etc. Toda esta información sobre sus vidas, ya sea más o menos importante, está publicada en nuestras redes sociales. ¿Por qué no podemos parar de ingresar en estas plataformas solo para echar un vistazo? Porque justamente todos estos mensajes vienen de personas vivas y, como seres sociales, necesitamos interactuar activamente para recibir nueva información y de esta forma, aprender algo día a día. Cada palabra, cada signo de puntuación, cada espacio, son los “ladrillos” que construyen frases que nos harán experimentar sensaciones auténticas que afectan al lector, provocando el deseo de expresarse con más palabras. De esto, nace también la motivación de aprender un idioma. En esta tesina profundizaremos más esta posibilidad.

El objetivo principal del presente trabajo es ofrecer una propuesta didáctica con el uso de redes sociales para los estudiantes hispanohablantes de la lengua china. Para alcanzar nuestra meta, perseguimos cumplir estos objetivos específicos:

- Analizar un grupo de estudiantes de chino del primer curso de Grado en Estudios de Asia Oriental de la UAB e identificar las características más relevantes del grupo.
- Comparar las tres redes sociales más usadas en España, analizar sus recursos lingüísticos de chino y determinar la red social más adecuada para nuestra propuesta.
- Explorar la posibilidad de aprender la lengua china con el uso de dicha red social y justificarla con cuestionarios.

La hipótesis del presente trabajo es que mediante este tipo de aprendizaje informal abundante en interacciones y conocimientos socioculturales los estudiantes hispanohablantes de la lengua china podrán conseguir un aumento en la autonomía y una mejora de la competencia en chino. Para cada fase, formulamos estas hipótesis más específicas:

- Existe una escasez de horas de aprendizaje tanto de manera formal como de manera informal de nuestros alumnos.
- Instagram es la red social más adecuada para nuestra propuesta.
- A los alumnos esta propuesta les parece dinámica y muestran interés por probarla.

2. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

Las cifras que hemos mostrado en el capítulo anterior y con base en esos datos, nos hacen afrimar la factibilidad de nuestra propuesta: con la necesidad creciente de estudiar chino, con tantos usuarios en las redes sociales y siendo tan alta su frecuencia de uso, resulta paradójico que sean tan escasas las investigaciones dedicadas al uso de redes sociales para los estudiantes hispanohablantes de lengua china. Mientras la tecnología avanza cada vez más, la universalización de estas interacciones de forma virtual se acabará por normalizar. Nuestra propuesta no solo es una posibilidad sino también una oportunidad que, a lo mejor, abrirá un método relativamente dinámico y eficaz para el fortalecimiento de la competencia comunicativa de nuestros alumnos. Además de esta razón, en este siguiente apartado, explicaremos principalmente otros tres puntos sobre la viabilidad de nuestro tema.

2.1 Autenticidad de los recursos lingüísticos

Según la definición de Masats (2015: 237), “un documento auténtico es un texto, oral o escrito, fruto de una situación de comunicación real”. Las historias en Instagram, que se tratan de una serie de fotos o vídeos muy cortos, vídeos publicados en YouTube, los tuits en Twitter, los memes en Pinterest, los mensajes en WhatsApp, etc., todos son recursos auténticos para el docente. Por ejemplo, hoy Fulano ha estado con sus amigos en un bar buenísimo que, por supuesto, ha publicado en Instagram con tres selfis con texto y *emojis*, además de un vídeo corto en el que enseña y comenta el sabor de un cóctel muy especial. Cinco minutos después de publicarlo, Mengana le dio un *like* y le dejó un comentario acerca del sorprendente color de esta bebida. Luego, Zutano, dejó a su vez otro comentario dejando claro que, a él, cuando lo probó, no le gustó nada porque odia la ginebra. Aunque no sea totalmente igual que las conversaciones cara a cara, es una situación real de comunicación: unas personas interactúan con sus propias palabras sobre un algo. Esto coincide con lo que nos ha comentado la misma autora: “su contenido y su forma vienen determinados principalmente por los usos lingüísticos que presenta, por el contexto en que se produce y por los interlocutores a quienes va

dirigido.” (Masats, 2015: 237). Por esta razón, ya podemos ver su valor lingüístico por lo que nos puedan servir como recursos didácticos.

Dentro del mismo apartado, Masats también nos ha enumerado unas ventajas del uso de materiales reales:

1. Muestran la lengua en una situación real.
2. Proporcionan modelos de variedades lingüísticas diversas.
3. Introducen elementos culturales.
4. Ofrecen gran variedad de género, registros, acentos y temas.
5. Fomentan la autoestima del alumnado ya que al comprender muestras de lenguaje auténtico aumenta la motivación. (2015: 239)

Veamos a continuación algunos ejemplos que ilustran las ventajas que enumera Masats. En primer lugar, nos ha parecido relevante un mensaje en Instagram (Véase Figura 2.1) aparecido en el contexto de la epidemia de COVID-19 que ha afectado al mundo entero recientemente:



Figura 2.1 Captura de pantalla-@andybian0619

El 11 de abril de 2020, @andybian0619 (Bian, 2020) ha publicado “*Bingdu jia xia yu buneng dao chu luan pao. Na ben shu zhao ge jiaoluo chongchong dian ba.* [Con el

virus y la lluvia no se puede ir a ningún lado. Qué mejor que buscar un rinconcito donde leer y relajarse.]” con una etiqueta (o *hashtag*): “#Jie You Zahuodian [Tienda de ultramarinos para liberar las inquietudes³]”, el título traducido de un libro de un destacado escritor japonés *Keigo Higashino* (東野圭吾). El contexto de este texto es que casi todo el mundo está en cuarenta, por eso escribe “no se puede ir a ningún lado”. Esto ha pasado también en España, mucha gente comparte su situación en casa con el tema #YoMeQuedoEnCasa para sensibilizar y concienciar a la mayoría de la población para que estemos en casa y se disminuya la posibilidad del contagio. Al mismo tiempo, también cabe mencionar unos comentarios que le dejan algunos seguidores (Véase Figura 2.2):



Figura 2.2 Captura de pantalla-Comentarios a @andybian0619

En la primera línea, @yu_chieh0923 le comentó “*Zai jia haohao daizhe hen bang* [Está superbién quedarse en casa]” para aprobar lo que afirma Bian. De aquí, la palabra *bingdu* (病毒) [virus], lo que dice Bian “*buneng dao chu luan pao* (不能到處亂跑)” y el comentario “*zaijia haohao daizhe* (在家好好待著)”, muestran claramente un lenguaje real: el virus es la causa de la situación de cuarentena y, por consiguiente, no se puede ir a ningún sitio y mejor quedarse en casa.

3 El título traducido en chino no coincide con la traducción literal del original 『ナミヤ雑貨店の奇蹟』 (*Namiya Zakkaten no Kiseki*) [Miracles of the Namiya General Store]. Namiya es el apellido del propietario de la tienda.

En cuanto al segundo punto, @ansonsu0823 le dice “Buyao papa zou (不要趴趴走)”, una expresión del geolecto min que tiene un significado casi idéntico que *buneng dao chu luan pao* (Liu, 2011), “No vayas a ninguna parte”. También dice *chongchong dian* (充充電): originalmente, *chong dian* (充電) significa “cargar la batería”, pero aquí es un neologismo de internet en chino que tiene el significado extendido de “relajarse” que sirve como una metáfora, ya que los seres humanos trabajan como robots y necesitan “cargar la batería” para recuperar su energía, lo que coincide con la expresión española “recargar las pilas en las vacaciones”. Estos son modelos de variedades lingüísticas diversas y de diferentes registros propuestos por redes sociales: Aunque el chino estándar comparte con ellos el mismo sistema de escritura, vocabulario y gramática, en China existen distintos geolectos y registros de la lengua, y este uso metafórico de *chong dian* es de carácter informal y coloquial.

Respecto al tercer punto, los elementos culturales, podemos tomar como ejemplo un comentario de @lee0618mm, “He yi jie you? Wei you Du Kang. [¿Cómo se pueden liberar de las inquietudes? La única solución es Du Kang.]” que es un verso en 《Duan Ge Xing》(短歌行) [Balada de canción corta] de Cao Cao⁴ (曹操). Según 《Shuowen Jiezi》(说文解字) [Comentario de caracteres simples y explicación de caracteres compuestos], Du Kang (杜康) fue el inventor del vino hecho de arroz glutinoso y su figura fue deificada. Por ello se usa su nombre para referirse al alcohol (Qu Lishi, 2019). El sentido de este comentario es probablemente una broma para responderle al suyo de que con solo leer el libro mencionado «Tienda de ultramarinos para liberar de las inquietudes» no basta para liberar de las inquietudes causadas por esta situación, y que la única escapatoria es el alcohol. O sea, cita este verso solamente porque la palabra *jie you* (解忧) que aparece en el título del libro le ha hecho pensar en este verso.

Sobre la última ventaja, podemos identificar inmediatamente lo que @mizutama624,

4 Destacado político, estratega, literario y calígrafo a finales de la dinastía Dong Han (东汉) [Han Oriental].

dice: “*Kan de shenme shuben?* [¿Qué libro lees?]”, en la que puede verse que no es un nativo sino un estudiante de chino, porque esta frase no es perfecta. *Shuben* (書本) es un sustantivo unívoco que solo se usa cuando se refiere generalmente al concepto de libro, pero no se usa para un libro determinado. Si echamos un vistazo a su perfil (Véase Figura 2.3), podemos ver que es un estudiante japonés de chino:



Figura 2.3 Captura de pantalla-@mizutama624

El 29 de diciembre de 2019 publicó su nota de TOCFL⁵ (*Test of Chinese as a Foreign Language*) de nivel B1 (Huang, 2019). Aunque no haya aprobado el examen, sigue mostrando su voluntad de seguir estudiando, e intenta expresar su opinión en chino. A pesar de que todavía no es muy natural su expresión escrita, es capaz de entender lo que escribe Bian, de comprender perfectamente lo que dicen otros interlocutores y de unirse a la “conversación” con su comentario.

Había más comentarios sobre el libro, o sobre el mal tiempo o sobre la foto publicada junto con el texto, pero los ejemplos citados ya bastan para demostrar las ventajas de los recursos auténticos que ofrecen las redes sociales. En los libros de clase es posible que se haya estudiado la palabra *chong dian* en su sentido literal, en frases como *Wo meitian wanshang gei shouji chong dian* (我每天晚上給手機充電) [Recargo mi teléfono móvil todas las noches], sin enseñarnos un uso pragmático como en este caso, relajarse en vacaciones. A veces según el contexto no hace falta memorizar más

5 Huayuwen Nengli Ceyan (華語文能力測驗)

caracteres o palabras nuevas, solo con comprender lo que quieren decir los interlocutores ya se puede adquirir otros usos metafóricos, que son más usuales, naturales y descriptivos.

2.2 Efectividad de las RR.SS. en investigaciones precedentes

Aunque existen pocas investigaciones en este campo de estudio, hemos conseguido encontrar dos ejemplos del uso de WeChat en actividades didácticas. A pesar de que dicha aplicación es muy usada en China y ha servido muchas veces como plataforma para investigaciones de enseñanza-aprendizaje de lenguas extranjeras y especialmente, de lengua china, esta aplicación casi no se usa en España y probablemente los que no tengan ningún contacto con chinos no han oído hablar de ella. Por esta razón, haremos una pequeña introducción de esta aplicación antes de presentar los dos ejemplos con tres funciones básicas:

Su función más básica y más importante es la misma que ofrece WhatsApp, su servicio de mensajería. Los mensajes pueden ser tanto de texto como de voz o simplemente *emojis*. También ofrece llamadas de voz, videollamadas e intercambio de documentos. Además, podemos crear grupos de chat desde dos hasta 500 personas y dentro de estos grupos, podemos hacer videoconferencias de hasta un máximo de nueve personas. Se puede añadir personas a la lista de contactos de varias maneras, con su ID de WeChat, su número de teléfono, con una tarjeta de código QR o con la función “radar de amigos” para agregar personas desconocidas en los alrededores, o la función “sacudir”, en la que se puede contactar con cualquier persona que sacuda su teléfono móvil al mismo tiempo.

Queremos destacar también su plataforma de “cuentas oficiales”, que se parece un poco a Facebook. Si los usuarios se suscriben en una “cuenta de suscripción”, recibirán todo tipo de mensajes: noticias, artículos, imágenes, audios, vídeos, etc. Por ejemplo, si soy suscriptor de una cuenta oficial que se dedica a la enseñanza-aprendizaje de la lengua china, podré recibir un vídeo que enseña cómo pronunciar bien la inicial africada

retrofleja sorda “zh”, un artículo de la historia y evolución del carácter *mu* (母) [madre] para celebrar el Día de la Madre o un audio que cuenta una fábula que es el origen del *chengyu* (成语) [frase hecha]: *sanrenchenghu* (三人成虎) [un rumor repetido se convertirá en un hecho]. También hay “cuentas de servicio”, que funcionan como un diccionario electrónico: cuando enviamos una palabra en chino, nos contesta con su *pinyin* y sus significados con unos ejemplos citando frases. No es lo mismo que los “miniprogramas”, otra función de esta aplicación, se tratan de aplicaciones adaptadas a esta plataforma que no hacen falta instalar en el móvil ni ocupan mucho espacio. Además, estas “cuentas oficiales” también ofrecen el servicio de mensajería que nos permite comunicar con los editores o administradores de la cuenta, y se puede dar “like” o comentar los artículos publicados.

Por último, la función más parecida a una red social: “momentos”, que es algo como Instagram, pero más privado, es decir, si una persona no está en nuestra lista de contactos, no puede ver los contenidos en nuestro “círculo de amigos”. Además, cuando compartimos fotos, textos, enlaces externos, páginas web u otros elementos, podemos escoger a determinadas personas para que no puedan verlo. Al mismo tiempo, aunque sí pueden verse todos los “me gusta” que recibes, los comentarios solo son visibles para “amigos comunes”. Damos un ejemplo: Fulano tiene a sus padres en la lista de contactos, y sus padres le tienen a él en sus listas también: son “amigos comunes”. Pero Mengana, la amiga de Fulano que no está en la lista de sus padres, no podrá ver los comentarios que le hagan a su hijo. En conclusión, la red social de WeChat es semiprivada.

Estas son las tres funciones principales de WeChat, ahora veremos dos ejemplos que nos sirven para la justificación como red viable en la enseñanza: el primero es un proyecto de Fundación Juvenil de la Facultad de Educación Internacional de la Universidad de Jiaotong de Xi’an: se realizó una investigación sobre la aplicación de WeChat en la enseñanza de la expresión oral de chino para estudiantes internacionales. De acuerdo con Ma (2017: 134-137), durante dos años, ha aplicado WeChat como

método didáctico auxiliar dentro de las clases de expresión oral de chino en tres cursos distintos a casi 120 alumnos extranjeros con estas cuatro funciones:

1. Servicio de mensajería privada, que sirve para ayudar a la comunicación entre docentes y estudiantes e interacciones entre estudiantes. Los alumnos pueden preguntar a los profesores con mensajes de voz en chino para que los profesores puedan contestarles y darles *feedback* sobre su expresión oral. Los alumnos también pueden discutir sobre los contenidos de clase o los deberes.

2. Grupo de chat en el que se ofrece llamadas para realizar actividades tales como debate, discusión entre grupos y tareas cooperativas que en las que se necesite comunicación sincrónica. El docente puede vigilar las interacciones y detectar errores comunes y corregirlos u orientar la comunicación.

3. Momentos (Círculo de amigos) que es la red social de WeChat en la que se comparten fotos, mensajes, vídeos y enlaces externos para intercambiar ideas, vida diaria, experiencia, conocimientos socioculturales, etc. Tanto los docentes como los estudiantes pueden hablar de aficiones comunes, noticias, elementos culturales entre otros aspectos.

4. Intercambio de documentos y enlaces externos, con los que les permite enviar materiales de todo tipo de otras plataformas, como materiales complementarios para los contenidos en clase.

A través del análisis estadístico que hizo de aproximadamente 19.800 mensajes de voz, texto, vídeo e imagen, la plataforma WeChat, proporcionó un buen ambiente de aprendizaje de idioma y de comunicación para mejorar el chino de los estudiantes extranjeros con una cantidad adecuada de *in-put* y según los resultados de 80 cuestionarios, un 73% de los estudiantes opinaron que los materiales que se publicaron en WeChat tales como vídeos, audios y textos relacionados con el contenido de clase, les fueron útiles para el aprendizaje de la clase expresión oral; un 72% piensan que la entrega de tareas con audios grabados con la función de mensaje de voz es efectiva por el aumento de posibilidades para hablar en chino, y un 67% creen que la enseñanza con WeChat ha elevado sus habilidades de expresión oral. Esta investigación nos ha

demostrado que la enseñanza con el uso de WeChat brinda a los estudiantes un entorno de lenguaje y comunicación más auténtico, que puede promover el interés y el entusiasmo por el aprendizaje del chino y que este tipo de aprendizaje esporádico se adapta al estilo de nuestra vida actual con un ritmo relativamente más rápido y tenso.

Por otra parte, la Universidad Normal de Dongbei realizó un cuasi experimento en el que se eligió como objeto de estudio a 20 alumnos preadmitidos en un grado y 20 estudiantes de posgrado de filología china como sus tutores. Dividieron a estos estudiantes en un grupo experimental de diez personas y otros como grupo de control, de acuerdo con sus notas finales del curso de chino del semestre anterior para garantizar que los dos grupos tuvieran básicamente el mismo nivel de chino. Las actividades didácticas se dirigieron al grupo experimental, utilizando la función “cuentas oficiales” y la función de mensajería instantánea de la plataforma WeChat que duraron en total, diez semanas. Después de este proceso experimental, realizaron entrevistas personales con los estudiantes del mismo grupo, y realizaron pruebas sobre la competencia en chino a los dos grupos antes y después. Por último, hicieron un análisis estadístico y comparativo de los datos recogidos. Según el resultado de la comparación de las notas de los dos grupos, el aumento del experimental es más notable. Además, esta investigación también demuestra que la competencia comunicativa del grupo experimental se fortaleció de manera evidente. Con arreglo a los resultados de las entrevistas, esta aplicación les ha causado buena impresión y este modo de enseñanza-aprendizaje les hizo aumentar su interés en el estudio del chino, manifestando que continuarán con el uso de esta plataforma (Wang, 2015: 113-119).

Existen investigaciones que pueden confirmar la efectividad de la enseñanza-aprendizaje de lenguas extranjeras con el uso de redes sociales, a pesar de que no sean de estudiantes de chino en concreto. Derakhshan y Hasanabbasi (2015) realizaron una revisión bibliográfica para encontrar aspectos positivos en el uso de redes sociales para el aprendizaje de idiomas y revelaron que, el uso de redes sociales, tales como Facebook, correo electrónico y medios informáticos, eliminaría la mayoría de las barreras en el

aprendizaje de segunda lengua (Derakhshan y Hasanabbasi, 2015: 1092). Luego, tal como nos señalan Tang y Xu (2015), su investigación confirma que el uso de las redes sociales como herramienta para el aprendizaje colaborativo puede mejorar efectivamente el resultado del aprendizaje y para las instituciones educativas, este nuevo método de enseñanza basado en internet no solo mejora la eficiencia del aprendizaje, sino que también reduce los costes de la enseñanza (Tang y Xu, 2015: 37). Además, según Huang y Hu (2017: 60), hoy en día con un internet bien desarrollado, las redes sociales que adoran los adolescentes permiten a los estudiantes de idiomas aplicar la lengua meta basados en contextos auténticos, sus estados de ánimo y reflexiones sobre la vida real, y también a desencadenar interacciones, debates, reflexiones, autoevaluación y coevaluación del uso de lengua, para expandir y profundizar los contenidos en las redes sociales y mejorarles la competencia pragmática de la lengua meta.

2.3 Necesidad de la exploración en la enseñanza-aprendizaje online

Tal como indican Bi, Lin y Cao (2019: 18), en esta era actual con tantos dispositivos móviles y redes sociales tan desarrollados, la gente tiene la opción de comunicarse e interactuar en cualquier momento y en cualquier lugar, resultando también en una pérdida de la concentración cuando estamos estudiando o trabajando. Aparte de eso, el tiempo libre del que disponemos cada día es cada vez más corto. Ni si quiera tenemos tiempo infinito para consultar toda la información que nos ofrece internet, sino que suelen ser a intervalos cortos. A su vez, la información en sí está adaptándose a esta tendencia: cada vez nos cuesta más estar varias horas sucesivas sin interrupciones para leer una novela de cien mil palabras, por lo que ahora preferiremos una historia de solo unas líneas que pueda acabarse mientras nos tomamos un café durante un descanso. Aunque es un fenómeno relativamente negativo para el estudio, pues se necesita bastante dedicación y horas, esta realidad nos pide que exploremos una nueva estrategia usando tiempo fragmentado para aprender la información dividida en partes.

Al igual que han demostrado las investigaciones precedentes, este modo de aprendizaje fragmentado causa que los conocimientos que consiguen los estudiantes resulten dispersos y poco sistemáticos (Ma, 2017: 137) y que los estudiantes se puedan confundir entre el contenido que pueda servirles de ayuda y el que es irrelevante, provocando más fragmentación de la información y afectando el efecto de enseñanza-aprendizaje. Por ello, estos conocimientos fragmentados no son favorables para la síntesis y asimilación (Wang, 2015: 116). Por lo tanto, como docentes, necesitamos encontrar la solución para orientar a los alumnos a distinguir entre toda esta información, lo necesario o lo bueno de lo inútil y lo irrelevante. Además, nos conviene buscar una manera a estructurar, arreglar y sistematizar lo que queremos ofrecer al alumnado desde las redes sociales.

Tal como indican Huang y Hu (2017: 62), el proceso de aprendizaje de idiomas debería ser continuo y abierto, animado por el profesorado y llevado a cabo por el alumnado de forma autónoma, o incluso, no realizado con planificaciones anticipadas sino de manera improvisada. Por lo tanto, el proceso de aprendizaje de idiomas debería integrarse en la vida cotidiana del alumnado y en sus comunidades sociales, sin restricciones de tiempo ni espacio. Lo más importante es que tanto los docentes como los estudiantes relacionen y estructuren de nuevo conscientemente los fragmentos de información obtenidos del proceso del aprendizaje con el uso de redes sociales para la mejor asimilación, síntesis y profundidad del estudio. Según los mismos autores (2017: 62) este proceso se define como “aprendizaje sin interrupción (*Seamless Learning*)”: proceso de aprendizaje continuo que conecta varios espacios de aprendizaje (como el aprendizaje formal e informal, el aprendizaje personal y comunitario, aprendizaje en la vida real y en espacio virtual, etc.).

Por todas estas razones en el presente trabajo se intenta buscar, desde un punto de vista socioconstructivista, una posibilidad del uso de redes sociales con una propuesta bien diseñada para estudiantes de chino hispanohablantes. De esta manera, dispondremos de otro método relativamente más dinámico y eficaz para mejorar el proceso de enseñanza-

aprendizaje de chino.

3. MARCO TEÓRICO

En el siguiente apartado, vamos a introducir los cuatro conceptos más relevantes en el presente trabajo: en primer lugar, la definición de las redes sociales, que nos permitirá limitar bien el objeto de estudio; en segundo lugar, la base teórica de esta investigación, la perspectiva sociocultural, que nos servirá para justificar la viabilidad del tema; en tercer lugar, introduciremos la cuestión del aprendizaje informal, que puede ser básica para entender la noción que nos orienta durante la redacción y, por último, la ludificación, que es la aproximación que nos ha inspirado en el diseño de las actividades.

3.1 Redes sociales: comunidades virtuales en las que interactuamos

Ante todo, nos conviene definir bien el concepto de “redes sociales”. Desde el punto de vista sociológico o antropológico, las redes sociales se definen como “un conjunto bien delimitado de actores – individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc. – vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales” (Lozares, 1996: 108). Sin embargo, esta definición se utiliza más bien para describir un fenómeno determinado en la sociedad de seres humanos, por lo que su definición no resulta tan adecuada para nuestro tema. Al mismo tiempo, existen otros autores, tal como Valenzuela (2013), quienes prefieren definirlo de manera más amplia, pero a lo que realmente queremos referirnos es lo que nos indica Estela (2019) en la página web *Concepto.de.*: “las redes sociales son sitios de Internet formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común (como amistad, parentesco, trabajo) y que permiten el contacto entre estos, con el objetivo de comunicarse e intercambiar información”. Podemos entender que el núcleo del concepto de “las redes sociales” es simplemente un conjunto en el que estamos relacionados, que nos ofrece la posibilidad de comunicación e interacción, se diferencia solamente en que, dentro de nuestra definición, estas acciones se han realizado de forma virtual, lo que coincide con lo que resume Sotomayor (2010: 7), quien define las redes sociales como:

Herramientas para crear y gestionar comunidades virtuales, gracias a las cuales, las

personas, motivadas por una serie de intereses comunes, se comunican de manera natural y efectiva, establecen vínculos, contactos, intercambian contenidos, recuperan comparten todo tipo de información útil para el interés del grupo (citado en SCOPEO, 2009).

Desde este punto de vista, podemos considerar que “redes sociales” no solo son las plataformas que todos conocemos como Facebook, Twitter, Instagram, etc, sino que todas las comunidades virtuales en las que se permite interactuar se pueden definir como “redes sociales”. Por ejemplo, aunque a Moodle normalmente lo consideramos como una herramienta de gestión de aprendizaje, esta plataforma, nos ofrece una variedad de funciones tales como chat, foro, Wiki, etc. que permite tanto a docentes como a estudiantes comunicarse e interactuar entre ellos. Por este motivo también podemos considerar a estas herramientas como otra forma de “redes sociales”.

3.2 Enfoque socioconstructivista: aprendemos interactuando

Un elemento importantísimo de nuestra propuesta didáctica es la teoría sociocultural (o socioconstructivista). El socioconstructivismo enfatiza que el conocimiento no se transmite por los docentes, sino que se construye activamente por los estudiantes a través de interacciones con otras personas en un contexto social y cultural. La teoría socioconstructivista surgió a fines de la década de los setenta del siglo pasado. En aquel entonces, el famoso educador estadounidense Jerome Bruner junto a otros expertos, introdujeron las obras del psicólogo soviético Lev Vygotsky en el campo occidental de investigación en la educación y la psicología. Con base en sus teorías, gradualmente formaron el socioconstructivismo. De acuerdo con Zhong (2005:11), con la globalización y el intercambio de recursos de información en internet, esta línea que destaca la interacción social se ha convertido en un punto de actualidad en el estudio de la teoría del aprendizaje.

Tal como resume Wang (2013: 112), aunque desde la base de la teoría de Vygotsky se han derivado muchas otras líneas de estudios, entre ellos existe un punto de vista similar:

el conocimiento (o el significado) proviene de la construcción social. El conocimiento no es una existencia objetiva independiente del sujeto de reconocimiento (es decir, el ser humano), sino la construcción activa del ser humano en las actividades de reconocimiento del mundo externo. Esta construcción tiene lugar en el entorno donde uno y otro se comunican y es el resultado de la interacción social.

Desde la perspectiva de la enseñanza tradicional, los profesores son proveedores del conocimiento, pero el socioconstructivismo cree que el rol del profesor es de mediador, *“who helps learners to acquire the knowledge, skill and strategies they need, and who helps learners to become autonomous, to take control of their leaning, with the fundamental aim of enabling them to become independent thinkers and problem-solvers.”* (Qian, 2009: 149). En otras palabras, los profesores son el puente y el vínculo entre los alumnos y la construcción del significado (Zhang G. y Zhang J., 2015: 106), los que promuevan y orientan a los alumnos a aprender e interiorizar el conocimiento de forma independiente a través de diferentes métodos, tales como la cooperación, la comunicación y las tareas didácticas.

Como lo afirma Sotomayor (2010: 2): “La idea de que todo aprendizaje es social y mediado es propia de esta corriente de pensamiento, y es precisamente Vygotsky (1978) quien reflexiona sobre la importancia de las relaciones sociales para el desarrollo del aprendizaje”. En las redes sociales nos comunicamos e interactuamos, con el intercambio de ideas, conocimientos e información, sí que podemos aprender de estos comportamientos. Además, “se considera que la interacción social es tanto el elemento constitutivo como el propósito de todos los aprendizajes, entre ellos el aprendizaje de idiomas” (Moore, 2015: 42). Otro concepto en esta línea es “la zona de desarrollo próximo (ZPD)”: el nivel en el que estamos ahora se ha determinado por nuestra capacidad de resolver independientemente una tarea (autorregulación) y con la ayuda de una persona más experta (heterorregulación), podemos avanzar hacia el nivel potencial (Moore, 2015: 43).

De acuerdo con lo que nos indica Ding (2005: 11), la estructura cognitiva del individuo se forma en la interacción social, y el desarrollo es el proceso de transformar lo externo y lo intersubjetivo en lo interno y lo individual. Si queremos que los estudiantes dominen completamente un contenido determinado, la interacción con los docentes y con los compañeros es esencial. Los estudiantes forman su propio conocimiento con actividades conjuntas y reflexionan a través de la comunicación y, al mismo tiempo, presentan diferentes puntos de vista que pueden influir en el pensamiento de sus compañeros. Por lo tanto, para lograr mejores resultados en el aprendizaje, es necesario diseñar actividades sociales y conjuntas para que el idioma y la interacción sea más efectivo, desarrollando el pensamiento a través del intercambio de información, construyendo así su propia estructura de conocimiento para interiorizar conocimientos nuevos.

La teoría socioconstructivista coincide con la visión de Zhong (2005:14), enfatizando en la construcción activa del significado, del contexto social del aprendizaje, de la interacción social, de la colaboración y de las actividades solidarias, etc. El entorno de aprendizaje online, en nuestro caso, las redes sociales, puede proporcionar situaciones e interacciones reales para el alumnado. Evidentemente, el socioconstructivismo apoya nuestra propuesta didáctica.

3.3 Aprendizaje informal: alternativa complementaria

Mejía (2005: 5) define el aprendizaje informal como “los procesos de aprendizaje que ocurren fuera de los centros educativos” que coincide con lo que afirman Gerber, Marek y Cavallo (2001: 570): “*the informal learning can be defined as the sum of activities that comprise the time individuals are not in the formal classroom in the presence of a teacher. Informal learning could also include school sponsored extracurricular activities*”. Según Mejía (2005: 9), este método de aprendizaje tiene una característica a destacar: en los escenarios no escolares y en nuestro caso, las redes sociales, “permiten la participación libre, voluntaria, graduada y dirigida [...] Los participantes

pueden enfocarse en la información, la actividad que les interesa y procesarla y avanzar a su propio ritmo”. A partir de este sentido, las redes sociales nos pueden servir como un excelente recurso para el aprendizaje informal integrado en nuestra vida cotidiana.

Según Marsick y Watkins (2001/2006), el aprendizaje informal puede tener lugar con el estímulo intencional de una organización, aunque la gente dentro de esa comunidad no sea consciente. El aprendizaje informal, ya sea aprendizaje autodirigido, aprendizaje online, tutorías, planificación del rendimiento, etc., generalmente tiene un objetivo, pero no está estrictamente organizado y aporta oportunidades para revisar las necesidades de aprendizaje. Cuando las personas participan en el aprendizaje informal, el proceso puede ser permitido, tácito o incluso, totalmente inconsciente.

Aunque el artículo de Mejía (2005: 6) se cree que en el aprendizaje formal predominan tareas que solo tienen “base en textos y con escasas oportunidades de participación, observación y contacto directo con las situaciones/contenido que se pretende enseñar” y lo considera como “aprendizaje descontextualizado”. En el presente trabajo no consideramos estas dos formas de aprendizaje como opuestos, sino que son dos procesos de aprendizaje diferentes que pueden ser complementarios y que juegan un rol particular para los estudiantes. Tal como indican Huang y Hu (2017: 62) lo que aprendimos en el aula puede ser profundizado y recontextualizado por el aprendizaje informal en redes sociales. Lo más importante es cómo diseñar adecuadamente una propuesta didáctica. Ellos han propuesto un marco para el diseño del aprendizaje de idioma sin interrupción (*Seamless Language Learning*). Bajo este marco, hay seis principios:

1. Proporcionar oportunidades para que los alumnos realicen actividades e interacciones de aprendizaje contextualizado dentro y fuera del aula;
2. Combinar actividades *in-put* y *out-put*;
3. Promover el proceso “aprender – usar - reflexionar” en los conocimientos y las habilidades del idioma;
4. Priorizar el sentido de la forma de las actividades;

5. Dejar que los alumnos realicen actividades que combinen múltiples habilidades lingüísticas (escuchar, hablar, leer, escribir, vocabulario, gramática, etc.);
6. Permitir que los alumnos desarrollen colectivamente el conocimiento del idioma.

Por consiguiente, tendremos que seguir estos principios durante la elaboración de nuestra propuesta didáctica.

Aparte de estos principios, Liu y Feng (2016: 60-61) también proponen aspectos significativos para el aprendizaje informal:

1. Un buen ambiente para el aprendizaje informal

En los centros educativos, se pueden establecer centros de intercambio de información o salones de reunión para facilitar cualquier tipo de comunicación e interacción entre el profesorado y el alumnado, tanto de forma presencial como virtual.

2. Riqueza en los recursos para el aprendizaje informal

Por un lado, deberíamos expandir todo tipo de canales para el aprendizaje informal aprovechando al máximo las asociaciones estudiantiles y el aprendizaje online, lo que fortalecería la comunicación y la cooperación entre los alumnos y enriquecería los recursos para el aprendizaje. Por otro lado, los docentes deberían preparar contenidos más prácticos y personalizados para el alumnado. Podemos enviar cuestionarios o realizar entrevistas para conocer mejor las necesidades auténticas de nuestros alumnos. En el caso de que sus necesidades no estén incluidas en el currículo, se les pueden ofrecer recursos adecuados para favorecer el proceso de aprendizaje fuera del aula.

3. Estrategias del aprendizaje informal

Primero, los alumnos deben evaluar con precisión su capacidad de aprendizaje y su nivel actual, aclarar el plan de estudios y completar sus objetivos de manera planificada. Segundo, ya que la adquisición de conocimientos a través de conversaciones es la forma más importante del aprendizaje informal, es necesario fortalecer todo tipo de comunicaciones entre los miembros dentro y fuera de nuestra comunidad de aprendizaje. Por último, los estudiantes deben reflexionar constantemente sobre cada fase de su proceso de aprendizaje, descubrir los posibles defectos y problemas, y encontrar soluciones adecuadas a tiempo.

4. Orientación efectiva

Por un lado, además de ofrecer abundantes recursos de aprendizaje para un trabajo autónomo extracurricular, los profesores deben enseñar a los estudiantes cómo llevar a cabo el aprendizaje informal de manera razonable y efectiva. Por otro lado, los estudiantes deben comunicarse con los profesores para obtener la información y ayuda necesarias para su aprendizaje.

En conclusión, tal como indica Deng (2015: 20) en su estudio, los estudiantes deberían ser el centro del aprendizaje informal, lo que exige la capacidad de autoaprendizaje y la motivación intrínseca del alumnado. Al mismo tiempo, los profesores deberían ofrecer una orientación adecuada para los estudiantes en este proceso para mejorar su capacidad de autodisciplina, autoevaluación, gestión, organización y síntesis de los conocimientos obtenidos.

3.4 Ludificación: estrategia para potenciar la motivación

En los últimos años, la ludificación ha surgido en varios ámbitos y entre ellos, el campo de la enseñanza. Tal como definen Contreras y Eguia (2016: 7), la ludificación “sugiere en este sentido, el poder utilizar elementos del juego, y el diseño de juegos, para mejorar el compromiso y la motivación de los participantes [...] simplemente emplean algunos elementos de los juegos como reglas, mecánicas, etc.” Ya que este concepto se ha utilizado en las redes sociales con el sistema de la recomendación, el botón de “me gusta”, la función de “tu historia” que tiene una limitación del acceso, gracias a esto y otros elementos, podemos hacer uso de esta estrategia adaptando nuestra propuesta al entorno del mundo virtual con más dinámica para mantener la motivación del alumnado.

De acuerdo con Parente (2016: 15 y 18) “Ludificar es pensar en un concepto y transformarlo en una actividad que puede tener elementos de competición, cooperación, exploración y narración y que busca la consecución de objetivos a medida de una organización”. Considerando la situación real, es muy difícil diseñar completamente un

contexto ludificado en este momento porque todavía falta experiencia práctica. Sin embargo, podemos aprovechar algunos de los principios de ludificación (citado en Mark van Diggelen, 2012), para inspirar la dinámica y mantener la motivación continua del alumnado, tales como:

1. “Tipos de competición”: un método de evaluación, por ejemplo, después de un determinado período, votamos por un campeón de una temporada;

2. “Presión temporal”: una determinada acción se debe acabar dentro de un tiempo limitado, por ejemplo, los alumnos deben encontrar la solución dentro de 72 horas;

3. “Escasez”: algún elemento que solo una minoría puede conseguir, por ejemplo, otorgar una insignia particular que solo tres alumnos puedan obtener;

4. “Puzles”: problemas al que hay que encontrar solución, por ejemplo, publicamos unos mensajes en las redes sociales que den pistas para que encuentren la solución;

5. “Trabajo en equipo”: los alumnos pueden formar distintos equipos para cumplir las misiones.

Al mismo tiempo, cabe mencionar otro elemento en la ludificación: la retroalimentación. Ésta también es una parte de suma importancia para realizar la motivación continua: si un estudiante siempre se queda más atrasado o adelantado, es probable que se desmotive, por consiguiente, “es necesario pensar la forma en que todos los usuarios reciban elementos para mantenerse dentro del sistema y que nunca tengan la sensación de que no hay la posibilidad de conseguir lo que desean.” (Ripoll, 2016: 28). Debido a lo cual, nos conviene tener en cuenta un sistema para dar retroalimentación positiva y negativa en situaciones adecuadas.

4. METODOLOGÍA

Las fases de la investigación del presente trabajo están inspiradas en el esquema que ofrece Nussbaum (2017: 26), el modelo de investigación-acción. Por la limitación de tiempo y la situación del COVID-19, que nos han obstaculizado mucho la redacción del presente trabajo y que han retardado cada fase de la investigación, no hemos tenido otro remedio que modificar un poco las últimas fases del esquema original, por lo que el método original no se mantiene totalmente. A continuación, se presenta paso a paso el proceso de nuestra investigación:

1. Observación:

Durante las prácticas externas se ha notado un desequilibrio de las habilidades lingüísticas de nuestros alumnos ya que les cuesta responder a las expectativas que han indicado en las guías docentes;

2. Identificación de problemas:

Realizamos un preanálisis de nuestro “objeto de estudio”, un grupo del primer curso de chino moderno de Grado en Estudios de Asia Oriental de la Facultad de Traducción e Interpretación de la Universidad Autónoma de Barcelona, para sintetizar las características principales de nuestros alumnos. Nos centramos especialmente en los siguientes aspectos: currículo y horario, libro de texto, metodología didáctica, nivel de idioma y situación presente para encontrar la causa del dicho problema. Según el resultado, entendemos que los alumnos pueden beneficiarse de manera complementaria en el aprendizaje del chino con el uso de redes sociales, pero al mismo tiempo, también se nota que no existe suficiente investigación sobre dicha manera de aprendizaje con el chino y que esté específicamente diseñada para estudiantes hispanohablantes;

3. Búsqueda de respuestas:

Para realizar nuestra investigación, en primer lugar, llevamos a cabo una revisión bibliográfica sobre los estudios previos a fin de construir el marco teórico de esta tesina, encontrar unos modelos de propuesta didáctica de lenguas extranjeras con el uso de redes sociales, analizar pros y contras de los experimentos precedentes y conseguir evidencias para justificar nuestro tema. Luego, con los resultados del preanálisis del

alumnado y la revisión bibliografía, llevamos a cabo un análisis comparativo de tres diferentes redes sociales a saber: Instagram, Twitter y YouTube, según sus funciones básicas y sus posibilidades para el uso didáctico, tipología y características de los recursos lingüísticos;

4. Programación de una intervención:

De acuerdo con los resultados obtenidos por el análisis, y según las características de nuestros alumnos, determinamos que la plataforma más adecuada para nuestros alumnos es Instagram. Por ello diseñamos una actividad didáctica con el uso de dicha red social. Adicionalmente, propusimos una guía de orientación general y una actividad complementaria usando Twitter.

5. Envío de cuestionarios y recogida de datos:

Con el motivo de recoger datos de primera mano sobre nuestra investigación, decidimos enviar cuestionarios a los alumnos del primer curso de chino en FTI de la UAB. Los cuestionarios se enviaron oficialmente el 21 de mayo y la recogida de datos finalizó el 31 de mayo;

6. Análisis de datos y evaluación de la propuesta:

Realizamos un análisis de las respuestas obtenidas según cuatro aspectos 1) frecuencia de uso de las redes sociales; 2) idea general del uso de redes sociales para aprender lenguas extranjeras; 3) situación actual en la aplicación de este método y 4) idea general de la actividad que presentamos en la encuesta;

7. Finalización de la redacción de este trabajo.

5. PREANÁLISIS DEL ALUMNADO OBJETIVO

A causa de la limitación del tiempo, la escasez de estudios previos y para que la investigación fuera accesible y fiable, tenemos que especificar el objeto del estudio, así como las redes sociales que vamos a analizar. Por consiguiente, nos conviene hacer un preanálisis del alumnado objetivo a fin de conseguir una orientación para la selección de redes sociales como objeto de análisis y la elaboración de la propuesta didáctica. En el presente trabajo, hemos elegido un grupo del primer curso de Grado en Estudios de Asia Oriental (GEOA) de la Facultad de Traducción e Interpretación (FTI) de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) como nuestro objeto de estudio.

En este grupo hemos realizado un total de 70 horas de prácticas externas que ocupan un 77,78% de este curso. El resto de horas se recuperan consultando todos los materiales que los docentes cuelgan en el Campus Virtual. A causa del COVID-19 a partir del 13 de marzo de 2020 todo el curso se desarrolló de manera virtual y, según el “Plan de docencia y evaluación virtuales” (Viladiu, 2020), los docentes enviarían las instrucciones de todo lo que estaba previsto para la siguiente sesión, las tareas se entregarían vía correo electrónico y se colgarían los materiales necesarios en el Campus Virtual. En conclusión, conocemos bien a este grupo de estudiantes al que hemos escogido como nuestro objeto de estudio.

5.1 Calendario académico

Según el plan de estudios⁶ (UAB, 2020), los estudiantes del primer curso de GEOA solo tienen tres clases del chino a la semana, curso “Idioma I: chino moderno” y “Idioma II: chino moderno”, de dos horas de duración por sesión. Por cada curso, se han concluido 90 horas de actividades dirigidas, 51 horas de actividades supervisadas y 150 horas de trabajo autónomo. Es decir, en una semana, solo tienen en promedio 9,4

⁶ Todos los materiales, tales como el calendario académico y las guías docentes, están disponibles en la página web de GEOA: <https://www.uab.cat/web/estudiar/listado-de-grados/plan-de-estudios/plan-de-estudios-y-horarios/estudios-de-asia-oriental-1345467893054.html?param1=1223967776732>.

horas⁷ de aprendizaje formal para los estudiantes del chino en FTI, siendo la situación más ideal de más o menos 10 horas de aprendizaje autónomo a la semana. De acuerdo con Zhou (2015: 90), es un tiempo insuficiente para los estudiantes españoles que son nuevos en chino si se quiere alcanzar el nivel A2 dentro de un año, aunque sí lo sería para otras lenguas más cercanas al español, tales como el inglés u otras lenguas romances.

Además, cabe mencionar que estas tres sesiones son todas clases de idioma en general, es decir, no hay clases dedicadas exclusivamente a la formación de una de las cuatro habilidades (comprensión lectora, auditiva, expresión oral, escrita). No es fácil realizar tareas de todo tipo en una misma clase si se quiere mantener un equilibrio entre todas las habilidades. Según nuestra experiencia durante las prácticas externas, la mayoría del tiempo empleado en clase se ha usado para dar explicaciones de puntos gramaticales, vocabulario nuevo y actividades que se han realizado durante o después de la clase y que se enfocan más en el fortalecimiento de comprensión y expresión escritas, bastante poco en expresión oral y muy poco para la comprensión auditiva.

En suma, no nos queda suficiente tiempo en clase para las actividades didácticas y no se consigue mantener el equilibrio de las habilidades lingüísticas necesarias para el alumnado. Por consiguiente, para compensar las deficiencias en el calendario académico y la escasez del aprendizaje formal, necesitamos buscar una manera adecuada para aprovechar bien el tiempo extracurricular: 150 horas de trabajo autónomo, para practicar y profundizar lo que se aprende en clase.

5.2 Guía docente

De acuerdo con lo que indica la guía docente para *Idioma II: chino moderno* (Casas-Tost, Viladiu y Jin, 2019), al finalizar las clases del segundo semestre del primer curso,

7 No calculado siguiendo el calendario académico en el que se incluyen vacaciones, sino por situación ideal: en promedio, tres sesiones por semana, un total de 45 sesiones, $51 \div 45 \times 3 = 3,4h$.

los estudiantes podrán “hablar de la familia; describir personas y lugares” pero según nuestra observación de todo el curso, los alumnos no tienen suficiente vocabulario para responder las expectativas de esta guía. Para describir a una persona es necesario hablar de su apariencia, pero ellos no saben cómo se dicen las facciones ni la ropa. Para hablar de la familia no es suficiente con hablar de cuántas personas hay en nuestra familia y de su edad. Podríamos querer hablar de su ocupación, pero ellos tampoco tienen ese vocabulario. No queremos decir que ellos no sepan describir personas. Lo que queremos destacar es que su vocabulario está muy limitado y que las descripciones que podrían hacer serían bastante simples.

Al mismo tiempo, también podemos consultar la guía docente para el semestre anterior, *Idioma I: chino moderno* (Casas-Tost y Viladiu, 2019). En la parte de contenidos comunicativos y socioculturales, se indica que los alumnos podrán “pedir platos en un restaurante”. Es cierto que ellos saben algunos platos de la gastronomía china y unas cuantas bebidas, pero al mismo tiempo es muy curioso y arriesgado que una persona que pide una cosa para comer o beber, no sepa cómo describir los cinco sabores, ni el calor ni el frío. Es difícil poder imaginar los ingredientes y el sabor de una gastronomía exótica cuando nos enteramos del nombre de un plato con solo una imagen. Podemos justificarlo con un hecho que hemos observado en otra asignatura “Comprensión y expresión oral básico”, cuyos participantes son tanto del primer como del segundo curso: cuando les preguntamos por sus conocimientos previos, ninguno de los participantes sabían cómo describir los cinco sabores (*suan* (酸) [agrio], *tian* (甜) [dulce], *ku* (苦) [amargo], *la* (辣) [picante], *xian* (咸) [salado]) y los de primero no saben cómo describir la temperatura (*tang* (烫) [caliente], *re* (热) [calor], *liang* (凉) [fresco], *leng* (冷) [frío]). Es posible que en el semestre pasado los docentes les enseñaran palabras complementarias, pero el resultado en este semestre revela que los alumnos no han conseguido dominar estos elementos básicos sobre este tema.

Aun sí pudiéramos introducir algunas tareas didácticas para compensar esta falta de vocabulario, no habría suficiente tiempo para realizarlas en clase ya que no se podría

entonces garantizar los contenidos previstos en el temario. Por esta razón, el estudio extra es imprescindible.

5.3 Libro de texto

En el primer curso, los dos volúmenes de *Legua china para traductores* (Casas-Tost, Rovira-Esteva y Suárez, 2015a y 2015b) son los libros de texto utilizados. El enfoque de éstos tiene una tendencia más de gramática-traducción que comunicativa. Por ejemplo, en la lección cuatro, desde la página 135 hasta 169 (en total 35 páginas), 14 páginas (40% de la lección) son explicaciones de gramática. Si añadimos la parte de la explicación de la escritura de caracteres chinos y los radicales, se le suman 19 páginas, es decir, más de la mitad del contenido de esta lección. Aunque los ejercicios están muy bien diseñados para mantener el equilibrio del fortalecimiento de varias habilidades lingüísticas, todavía faltan muchos para la formación de su competencia comunicativa.

Aparte, se explica por adelantado puntos gramaticales bastante avanzados: aparecen explicadas las estructuras de complemento de grado, de modo, de complemento resultativo en la lección cinco (2015a: 188-190), cuando aún les falta mucho vocabulario. Resultando en que las actividades gramaticales son relativamente más mecánicas. Aunque los docentes intentaran introducir más palabras adecuadas para un determinado tema, con la escasez de tiempo de práctica para ello, la mayoría del alumnado no conseguiría dominarlas.

En cuanto al vocabulario del libro, es algo muy curioso que en las dos sesiones del tema “*Zai fanguan* (在饭馆) [en el restaurante]” se enseñen platos chinos como *kongxincai* (空心菜) [espinaca acuática] y *gulaorou* (古老肉) [cerdo agridulce] pero no aparezca *gong bao ji ding* (宫保鸡丁) [pollo Kung Pao] ni *Beijing kaoya* (北京烤鸭) [pato laqueado a la pekinesa], que son dos platos más conocidos de la gastronomía china. Suponemos que, desde el punto de vista de las autoras, los caracteres que conforman los nombres de estos platos son más productivos porque son relativamente más

recurrentes en este nivel, pero para responder a las expectativas, nos conviene introducir más elementos socioculturales y esta escasez del vocabulario también necesita compensarse tanto durante las explicaciones de clase como en las tareas de casa.

5.4 Observación durante las prácticas

Al comenzar la clase se practica de manera informal la expresión oral con preguntas sobre la vida cotidiana. Las respuestas de “¿cómo estás?” suelen ser “estoy muy ocupada”; “estoy muy cansada”, porque tienen otras asignaturas y todas estas asignaturas necesitan esfuerzos extracurriculares. En una ocasión, una estudiante me comentó que antes sí tenía más tiempo para aprender chino, pero con el avance del curso para alcanzar el ritmo de otras asignaturas, cada vez tenía menos tiempo para repasar lo que había aprendido en clase.

En cuanto a los deberes, cuando tienen que copiar caracteres nuevos de la lección, podemos darnos cuenta de que las primeras cinco veces sí los escriben bien, pero las últimas veces falta un trazo por aquí o sobra un trazo por allá. Y no solo se debe a la mecánica y lo aburrido de este tipo de ejercicio, sino también es por la prisa que tienen para acabarlo sin prestarle mucha atención. Siendo así, cuando diseñamos actividades, nos conviene reducir lo más posible la duración, sin tanto esfuerzo extra para que no se desmotiven y que obtengan más eficacia en dichas tareas.

Además, se puede notar esta diferencia en la concentración cuando introducimos distintos contenidos en clase en varias maneras: cuando explicamos puntos gramaticales, se aburren y por ello, se pierden. Sin embargo, en cuanto a las actividades de repaso con Kahoot o actividades interactivas en Moodle, al ser más dinámicas se motivan más; cuando vemos temas socioculturales también se muestran interesados y tienden a hacer preguntas; les gustan los métodos nuevos, pero al mismo tiempo, si se necesita mucha explicación les crea presión, porque no quieren correr el riesgo de cometer errores por entenderlo mal. Pierden la sensación de seguridad y por esta misma

razón, no les resulta fácil iniciar de manera autónoma interacciones ni participaciones porque se sienten más seguros con la orientación del docente; cuando pedimos voluntarios para hacer actividades, normalmente se hace un silencio sepulcral, y esto de cara al docente también crea incomodidad. Por ello, para aprovechar el tiempo de clase, las actividades se hacen llamándolos según la lista de clase, aunque las interacciones sean más pasivas.

Por último, este desequilibrio se ve en el nivel de distintas habilidades lingüísticas. En general, sus habilidades de comprensión oral son inferiores a otras: cuando intentamos usar más el chino en clase en chino o explicar una palabra nueva con un sinónimo que ya hemos aprendido, se bloquean, se desmotivan y dejan de participar. Aunque podamos “obligar” a nuestros alumnos realizar ejercicios para fortalecer esta habilidad, falta autonomía y motivación. A lo mejor, este intento de inmersión lingüística causa inquietud y algunos de los estudiantes se bloquean automáticamente.

Por todos estos motivos, cuando elijamos la plataforma electrónica para nuestra propuesta didáctica, debería tener estas características:

1. Debería ser una plataforma que los alumnos conozcan bien. Por ejemplo, aunque WeChat sea una aplicación bastante buena para el aprendizaje de chino, ellos casi no la usan, y les costará crear una cuenta, familiarizarse con su uso, o ampliar la lista de contactos para obtener más contenidos en la red social, decidir y registrar las cuentas de suscripciones para estar en disposición de recibir los materiales recién preparados, etc. Además, si no es una red social que usan en su vida cotidiana, se convertirá una actividad didáctica aislada del aula y les parecerá otro Campus Virtual en el que reciban materiales del docente.

2. La información que ofrece esta plataforma no debería estar demasiado fuera del alcance del nivel lingüístico de nuestros alumnos. Por ejemplo, en algunas redes sociales, lo que suelen compartir los usuarios son artículos muy largos, tales como diarios, *fanfic*, crítica cinematográfica y entre otros tipos de obras. O sea, una red social que forma parte de expertos dentro de un determinado campo, los comentarios de los

usuarios suelen contener términos muy específicos o conceptos tan complicados que incluso si se han traducido al español tampoco lo podrían entender fácilmente. Así que este tipo de redes sociales no es adecuado para nuestra propuesta didáctica.

3. Los contenidos en chino que ofrece esta red social deberían poder servir como un recurso complementario para los conocimientos obtenidos desde el aprendizaje formal. Por ejemplo, después de dar vocabulario sobre ropa, esta red social nos permitiría ver contenido del mismo tema.

Por otro lado, las actividades que vamos a diseñar en nuestra propuesta didáctica deberían responder a estas expectativas:

1. Que no cuesten demasiado tiempo ni esfuerzo en realizarse;
2. Que sean fáciles y dinámicas;
3. Que sirvan como recompensa para los estudiantes con otros puntos débiles;
4. Que puedan convertirse en rutina o costumbre del aprendizaje;
5. Que despierten motivación y autonomía.

6. REVISIÓN Y ANÁLISIS DE REDES SOCIALES

Según las cifras y análisis estadística en el informe de «Estudio Anual de Redes Sociales» (IABSpain, 2019) y el preanálisis del alumnado, decidimos escoger Instagram, Twitter y YouTube como nuestro objeto de estudio. Por la limitación de tiempo y recursos, no nos ha sido posible construir un corpus para este análisis, por lo tanto, hemos diseñado un método alternativo que es parecido a un muestreo. Si nos ponemos en la piel de alumnos y tomamos como ejemplo la lección 4 y la 5 de *Lengua china para traductores* (Casas-Tost, Rovira-Esteva y Suárez, 2015a: 135-212), el tema es *Zai fanguan* (在饭馆) [en el restaurante]. Seguramente queramos ampliar algunos conocimientos lingüísticos o socioculturales sobre la gastronomía china. Para ello seguimos estos pasos:

1. Pusimos la palabra *fanguan* (饭馆) [restaurante] en el buscador de estas tres redes sociales a ver si encontrábamos información.
2. Hicimos tres intentos con los mensajes que salían en las búsquedas y revisamos los textos originales con sus comentarios en chino a ver si resultaban adecuados para nuestros alumnos.
3. Revisamos al azar a los usuarios de los mensajes para ver si su contenido servía para el aprendizaje en general.

6.1 Instagram

6.1.1 Funciones principales

Instagram permite compartir imágenes, vídeos con textos sin limitación de longitud añadiendo varios temas con almohadilla “#” e información de geolocalización, realizar una búsqueda entre ID de usuarios, temas y la información de lugares, pero no permite buscar un determinado mensaje con su palabra clave. En las imágenes, se permite añadir etiquetas y en los comentarios menciones con el símbolo arroba “@”, para etiquetar a otros usuarios. Se pueden ver las interacciones entre los usuarios que se han suscrito. También, Instagram nos recomienda a otros usuarios que pueden ser de nuestro interés según nuestra lista de contactos o las búsquedas que hemos realizado. A su vez ofrece

servicio de mensajería con texto, voz, imágenes y *emojis* e incluso, videollamadas. Los contenidos que compartimos pueden ser de forma permanente o en “tu historia”, visibles 24 horas. La comunicación e interacción en esta red social es pública, salvo que la cuenta sea privada.

6.1.2 Recursos lingüísticos

El primer mensaje en el que nos hemos centrado es una imagen con palabras o expresiones sobre cómo pedir platos en chino (china_huhu, 2020a) (Véase Figura 6.1):



Figura 6.1 Captura de pantalla-@china_huhu I

Podemos ver que estos elementos están muy bien presentados: con caracteres chinos, *pinyin* y su significado en el inglés. Además, tiene textos con *emojis* en su mensaje que son muy descriptivos para la comprensión. En este material solo existen dos expresiones nuevas que son *chisu* (吃素) [ser vegetariano/a] y *cānjīn* (餐巾) [servilleta]. Su transcripción de pinyin no está perfectamente hecha: la primera letra de una frase debería ser mayúscula y hay que poner signos de puntuación; sin embargo, lo que ofrece este mensaje es muy adecuado para nuestro alumnado. Al mismo tiempo, aunque en este mensaje no hay muchas interacciones, aparece este comentario (Véase Figura 6.2):



Figura 6.2 Captura de pantalla-Comentarios a @china_huhu

@shishi_daidai le comentó “Wo bu chi la de! [¡No como picante!]” que contiene esta palabra para describir uno de los sabores y que es muy útil para nuestros alumnos. Además, si entramos en el perfil de @china_huhu, vemos que es una cuenta que se dedica a la enseñanza del chino como lengua extranjera (Véase Figura 6.3):

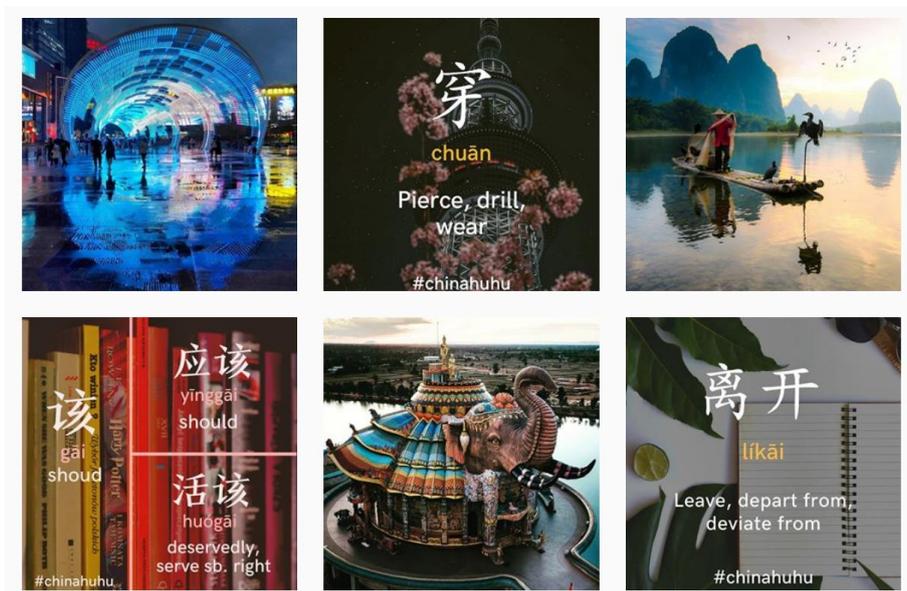


Figura 6.3 Captura de pantalla-@china_huhu II

La cuenta comparte imágenes con palabras chinas, y nos da ejemplos de frases con esta palabra, por ejemplo la palabra *chuan* (穿) (china_huhu, 2020b) (Véase Figura 6.4) , fotos solo con gramática china escritos en inglés, poemas chinos con su traducción (china_huhu, 2020c) (Véase Figura 6.5). En este ejemplo, uno de los poemas de la dinastía Tang (唐) más famosos que creó el gran poeta Li Bai (李白), que justamente aparece en la lección 7 (Casas-Tost, Rovira-Esteva y Suárez, 2015b: 19-82).



Figura 6.4 Captura de pantalla-@china_huhu III



Figura 6.5 Captura de pantalla-@china_huhu IV

El segundo mensaje se trata de una foto de un cuaderno con notas en caracteres chinos (Véase Figura 6.6). Se ve *canting* (餐厅) [restaurante], *shousi* (寿司) [sushi], *hongjiu* (红酒) [vino tinto], *jiuba* (酒吧) [bar] y la palabra clave *fanguan* con texto en chino “*Jintian shi wo di sishi tian zai jiali, wo xiang jiedao.* [Hoy es el cuarentésimo día para quedarme en casa. He echado de menos a las calles.]” (Cueva, 2020a). Ya no resulta

difícil de identificar que este usuario es un estudiante hispanohablante de la lengua china. El tema #quarantinedrawingchallenge nos recuerda el mismo tema que hemos encontrado en el segundo capítulo: la cuarentena por el COVID-19. Se entiende que hasta el 19 de abril ya ha llevado cuarenta días quedándose en casa.



Figura 6.6 Captura de pantalla-@adri.cueva I



Figura 6.7 Captura de pantalla-@adri.cueva II

Tras entrar en su perfil, vemos que también es artista: se nota que ha combinado los

caracteres chinos con su dibujo (Véase Figura 6.7). Se nota que está llena de palabras para expresar la tristeza y la soledad en esta obra: *beishang* (悲伤), *shangxin* (伤心), *nanguo* (难过), *aishang* (哀伤), *ganshang* (感伤), adjetivos todos sinónimos que expresan tristeza; *gudu* (孤独) [solitario], *gudu gan* (孤独感) [sensación de soledad] y una frase “*Xin shi yige zhuangman jimo de rongqi*. [El corazón es un recipiente lleno de soledad.]” con texto en chino “*Jintian hen nanguo suoyi wo hua zhe zhang hua*. [Hoy estoy muy triste, por eso he hecho este dibujo.]” (Cueva, 2020b). Si echamos un vistazo a los comentarios (Véase Figura 6.8), podemos ver en los comentarios hay gente que le dice “*Jiayou jiayou!* [¡Anímate!]”.



Figura 6.8 Captura de pantalla-Comentarios a @adri.cueva

Muestra su competencia multilingüe al responder a una amiga china en chino y a su gente en español. También, puede verse una autocorrección en lo que dice @iilms_guang que dice “Da cuo zi le. [He teclado mal unos caracteres.]” que detecta un error suyo en el comentario que había hecho. Es un error común en el mundo virtual porque en comparación con escribir a mano, es fácil elegir un carácter mal con el teclado por error.



Figura 6.9 Captura de pantalla-@adri.cueva III

Cabe mencionar su forma de tomar apuntes (Véase Figura 6.9), con tantos colores y dibujos. Quizás así llame más la atención de otros estudiantes de chino y les despierte más las ganas de practicar la escritura de caracteres chinos. Aunque sí se ve que hay errores, en realidad también es bueno para que nuestros alumnos sean capaces de detectarlos.

El tercer comentario que encontramos lo ha publicado un australiano (Véase Figura 6.10), en el que dice “@ethan.c.li Jin wan, wo hen gaoxing renshi ni. Ni hen he'ai. Xiexie ni, wo xiwang hen kuai zai jian dao ni. [Esta noche, estoy encantado de conocerte @ethan.c.li. Eres muy simpático. Muchas gracias y espero que nos veamos pronto.]” (Fallaw, 2019a) con una foto de los dos y unas etiquetas relacionadas con este mensaje:

#pengyou [amigo], #piaoliang [guapo], #ke'ai [adorable], #Aotaliya ren [australiano], #Aotaliya [Australia], #wanfan [cena], #fanguan [restaurante] y #Mo'erben [Melbourne]. Si miramos su perfil, se ve que es una persona multilingüe cuya lengua materna es el inglés y se ve que habla japonés y chino.



Figura 6.10 Captura de pantalla-@d.liciousfallaw I⁸



Figura 6.11 Captura de pantalla-@d.liciousfallaw II

8 Como los textos son demasiado largos, no se puede capturar el texto en inglés. Como no se trata de una parte tan importante, no añadiremos otra captura de pantalla.

Además, tiene muchas publicaciones en tres idiomas, por ejemplo, una foto con dos tazas de café en la que dice “*Zhe bei kafei hen hao he. *Wo yao he ta zai.* [Esta taza de café está muy rica. Quiero tomarla otra vez.]” (Fallaw, 2019b) (Véase Figura 6.11). Aunque se pueden detectar un error gramatical en el texto en chino y un error ortográfico en el texto en japonés, se entiende perfectamente su comentario positivo sobre el sabor del café. En este caso, es muy habitual también ver el comentario en japonés de “*Watashi mo ikitai desu* [Quiero ir aquí también.]” que le dejó @k_r_koreanriho. En este contexto, también se puede interactuar preguntando la ubicación de esta cafetería o el precio del café, ya que serían temas muy típicos para nuestros alumnos de su nivel. El error del chico es por la interferencia de su lengua materna, que también es algo frecuente entre ellos: se ha colocado mal el adverbio *zai* (再) [otra vez] al final de esta frase como el del inglés *again*, pero su posición correcta en chino será delante del verbo *he* (喝) [beber].



Figura 6.12 Captura de pantalla-@d.liciousfallaw III

También se leen comentarios cortos en los que aún se puede aprender algo nuevo. Véase la foto de la lechuza de peluche (Fallaw, 2019c) (Figura 6.12) con solo dos palabras “*ke'ai maotouying*” [lechuza adorable]. Este tipo de mensaje se puede encontrar con

frecuencia en Instagram: una foto de un objeto con unas palabras o etiquetas que será un buen recurso para los alumnos aprender palabras nuevas de forma casual.

Aunque no hemos encontrado dentro de estos tres intentos las palabras sobre platos típicos de la gastronomía china o expresiones sobre el tema, los recursos que hemos encontrado y analizado previamente, son adecuados para el aprendizaje de nuestros alumnos en su nivel. Estos tres usuarios y sus seguidores tienen la posibilidad de ser las personas que podrían interactuar en chino con nuestros alumnos. Por todo ello, los recursos lingüísticos en Instagram son útiles para la enseñanza-aprendizaje del chino, no sin olvidar que a la hora de diseñar nuestra propuesta, debemos tener en cuenta que en la mayoría de estos comentarios puede haber fallos lingüísticos de varios tipos.

6.2 Twitter

6.2.1 Funciones principales

Twitter tiene funciones similares a las de Instagram en las que se permite compartir imágenes, vídeos con etiquetas, e información de geolocalización. Sin embargo, los mensajes de texto tienen una limitación de longitud, con un máximo de 280 caracteres. Aparte de esto también se puede hacer encuestas, planteando una pregunta con diferentes opciones. Aquí sí podemos realizar búsquedas de ID de usuarios, tendencias y comentarios con la función “filtros de búsqueda”, que puede limitar los resultados únicamente a las personas que siguen al usuario o a los comentarios con una ubicación cercana al usuario. Además, podemos publicar contenido solo para una determinada lista de personas o guardar tuits que nos gusten de manera privada. También tiene otras funciones similares a Instagram como las de ver las interacciones entre los usuarios suscritos, recomendación de otros usuarios de intereses parecidos, los “momentos” que equivaldría a “tu historia” de Instagram, servicio de mensajería con texto imágenes y *emojis*, aunque no permite llamadas ni mensajes de voz. La comunicación e interacción en Twitter también son públicas, a excepción de usuarios que estén bloqueados.

6.2.2 Recursos lingüísticos

El primer mensaje que encontramos viene como respuesta a otro comentario (Véase Figura 6.13). Para obtener más información y el contexto de esta frase entramos en el mensaje original con todas las interacciones de la usuaria y sus seguidores (Véase Figura 6.14).

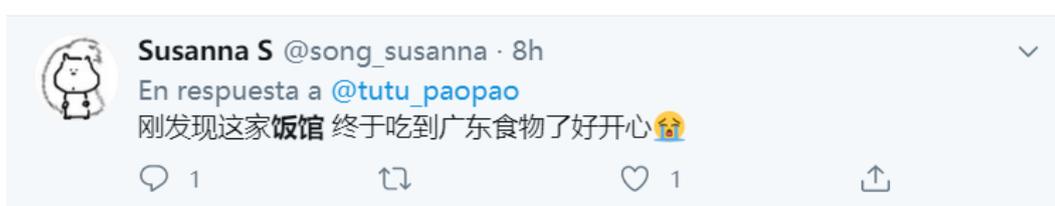


Figura 6.13 Captura de pantalla-@song_susanna I

En el mensaje original, @song_susanna dice “*Chulai yin zaocha, kandao wu ren xunluo xiao jingche, hai hui birang xingren.* [Cuando salí a tomar el té de la mañana, vi un pequeño vehículo patrulla autónomo que pretendía evitar a los peatones.]” (Susana S, 2020a) y @tutu_paopao le comentó “*fengsheng de zaocha* [un té de la mañana muy abundante]”. A lo que responde con: “*Gang faxian zhe jia fanguan zhongyu chidao Guangdong shiwu le hao kai xin* [Acabo de descubrir este restaurante. Por fin he conseguido comida de Guangdong. ¡Qué felicidad!]”.

Zaocha (早茶) forma una parte muy importante de la gastronomía de Guangdong⁹: los cantoneses tradicionalmente van por la mañana a una casa de té para tomar té junto dos raciones de comida ligera, “*yi zhong liang jian* (一盅两件) [una taza para té y dos raciones de comida ligera]”. En la primera foto, se pueden ver varios platos muy típicos para *zaocha*, tales como *xiajiao* (虾饺) [ravioli chino de gamba], *changfen* (肠粉) [rollo de fideo de arroz] y *pidan shou rou zhou* (皮蛋瘦肉粥) [*congee* de huevo y cerdo en conserva]. Este mensaje puede ofrecer a los alumnos conocimientos complementarios sobre el tema que hemos aprendido en clase.

9 También se conocen como gastronomía cantonesa o gastronomía de Yue (粵).

Susanna S @song_susan... · 5月14日
 出来饮早茶，看到无人巡逻小警车，还会避让行人。。。



7 5 45

兔兔_泡泡 @tutu_paopao · 5月14日
 丰盛的早茶 🍷🍷🍷

1

Susanna S
 @song_susanna

回复给 @tutu_paopao
 刚发现这家饭馆 终于吃到广东食物
 了好开心 🥳

翻译推文
 20年5月14日, 12:13 · Twitter for iPhone

1 喜欢

兔兔_泡泡 @tutu_paopao · 5月14日
 回复给 @song_susanna
 一定连吃几天，吃到不想吃，不然会一直想吃 🍷🍷🍷

Figura 6.14 Captura de pantalla-@song_susanna II

Aunque puede que no conozcan el significado de las palabras posteriores al verbo con un complemento resultativo, pueden adivinarlas por el contexto, la foto y sus conocimientos sintácticos: ellos saben la palabra *che* (车) [vehículo] y al ver esta foto, pueden entender que otros componentes son para describir al vehículo que aparece en la foto.



Figura 6.15 Captura de pantalla-Comentarios a @song_susanna

Encontramos también otros comentarios sobre *zaocha*: @tutu_paopao le comentó “*Yiding lian chi ji tian, chidao buxiang chi, buran hui yizhi xiang chi* [Come de eso muchos días hasta que te hartes, si no, siempre vas a querer comer más.]”; @Otsukaresamamam le preguntó “*Hao gaoji a, shi nali a?* [¿Qué nivel (este restaurante)! ¿Dónde está?]” y el comentario de @hhxmhs “*Da qingzao chi sanwenyu, hao weikou a* [Comer salmón de buena mañana. ¡Qué buen apetito tienes!]”. Son comentarios que pueden entenderse fácilmente y tratan de temas muy adecuados para comunicarse.

Otros dos comentarios se relacionan con el vehículo policial, pero de un registro más vulgar y coloquial: @yyxycc1 le comentó “*Gao yi liang ziji wan neng ting shuang de* [Es bastante guay conseguir uno para jugar por sí mismo]”. Lo que quiere decir es que si se pudiera tener un vehículo con tecnología tan avanzada como un juguete sería algo estupendo. *Gao* (搞) es un uso coloquial e incluso, un poco vulgar para decir “encontrar” o “conseguir”. El uso de *shuang* (爽) está en el mismo registro del verbo mencionado

que se usa para describir una situación “muy guay” o bastante cómoda; @powerbabeyt le hizo una pregunta retórica “*Zhe huo neng gan ma?* [¿Qué puede hacer esto?]” pero lo que realmente quiere decir es que cree que este tipo de coche no sirve para nada. *Huo* (货) se usa para aludir a algo o alguien que les parezca estúpido o inútil, por ejemplo, *chunhuo* (蠢货) [tonto], que suele tener un matiz peyorativo; el uso de *ma* (嘛) viene de algunos dialectos, aunque la ortografía correcta será el carácter 吗, se usa más 嘛 en un registro más coloquial.



Figura 6.16 Captura de pantalla-@song_susanna III

Luego, entramos en el perfil de esta persona y vimos un mensaje recién publicado (Susana S, 2020b) (Véase Figura 6.16) que dice “*Zaoshang bai kafei hewan le, fanchu yi he qunian zai Xinxilan mai de kabu, tai nanhe le, rensheng jimo-ruxue* [Por la mañana, se me acabó el café blanco y saqué una caja de capuchino que compré en Nueva Zelanda el año pasado: sabe bastante mal. La vida solitaria es como un copo de nieve.]” En el libro, aprendimos la palabra *kafei* (咖啡) [café], pero hay muchos tipos de café y justamente en este mensaje aparece dos de ellos: *bai kafei* (白咖啡) [café blanco] y *kabu* (卡布), que es su forma en abreviatura de la palabra *kabuqinuo* (卡布奇诺), transcripción fonética de *cappuccino*. *Xinxilan* es un nombre propio de un país que servirá como conocimiento complementario para el aprendizaje. Este mensaje en

general es bastante fácil de entender para nuestros alumnos: aunque no saben algunas palabras, pueden deducir su significado por el contexto y por la foto en la que hay una taza de café y un sobre de *NESCAFE*. Lo más difícil es la expresión *jimo-ruxue* (寂寞如雪): la vida se parece a un copo de nieve, que se utiliza para designar algo que nadie puede conservar ni contemplar para siempre. Por más bonito que sea, se derretirá muy rápidamente. Es una metáfora para describir la belleza fugaz de nuestra vida, lo que nos da la sensación de soledad porque poca gente nos puede comprender dentro de poco tiempo. En las redes sociales, mucha gente la usa solamente para describir un sentimiento complicado sobre un fracaso, en este caso, comprar una cajita de café muy malo.

Después de revisar su perfil, vemos que ella suele compartir asuntos sobre su vida cotidiana: comida, bebida, películas, series, comentarios sobre alguna noticia, etc. que son temas muy habituales para nuestros alumnos, con textos que no son difíciles de entender, se podría interactuar con ella.

El segundo comentario que encontramos se parece a un resumen de lo aprendido (Uisig_nagare, 2020a) (Véase Figura 6.17): la primera parte de las tres frases son expresiones sobre ubicación y la segunda parte de las seis frases son expresiones para dar opiniones. En total 4 mini diálogos muy útiles para nuestros alumnos. Por ejemplo, la palabra *shuiguodian* (水果店) [frutería] y *fuzhuangdian* (服装店) [tienda de ropa] se pueden usar como palabras complementarias para este tema. La frase en coreano debajo que dice “*Oneulja gumonbogseub!* [¡Repaso hoy de idiomas extranjeros!]” apoya nuestras hipótesis: este usuario publica de vez en cuando frases en chino de varios temas, sobre la apariencia “*Zhe ge nühai zhang de hen piaoliang* [Esta chica es muy guapa]”, sobre deseos “*Duibuqi, wo geng xiang da lanqiu* [Lo siento, quiero jugar más al baloncesto]”, familia y posesivos “*Ta shi wo jiejie de tongxue* [Ella es una compañera de mi hermana mayor]”, expresiones útiles cuando alguien llega tarde en una cita, “*-Wo rang nimen jiu deng le; -Meiguanxi, women ye gang dao* [-(Siento) haberos hecho esperar tanto; -No pasa nada. Acabamos de llegar]”, etc., como un repaso de su

aprendizaje (Uisig_nagare, 2020b y 2020c) (Véase Figura 6.18 y Figura 6.19).

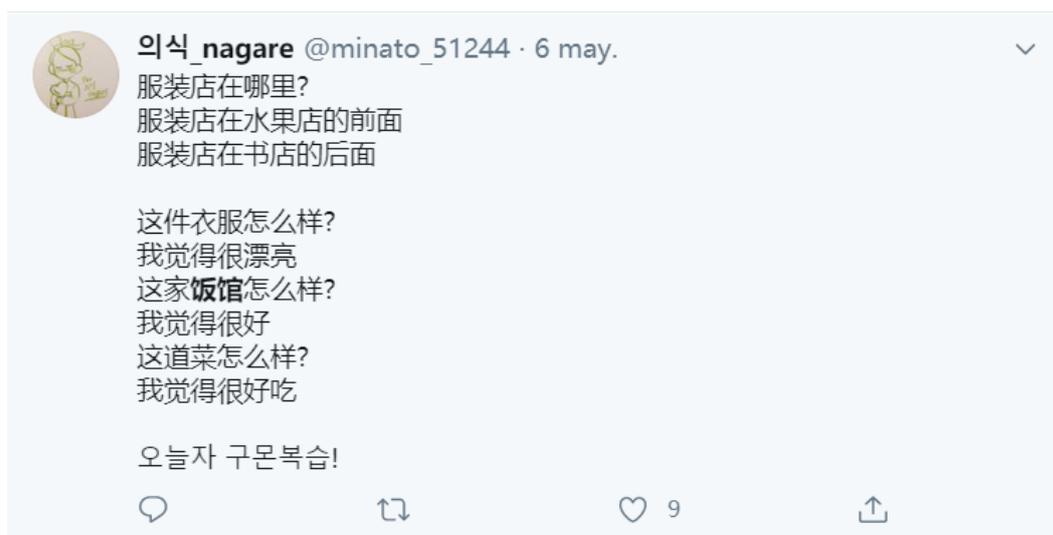


Figura 6.17 Captura de pantalla-@minato_51244 I

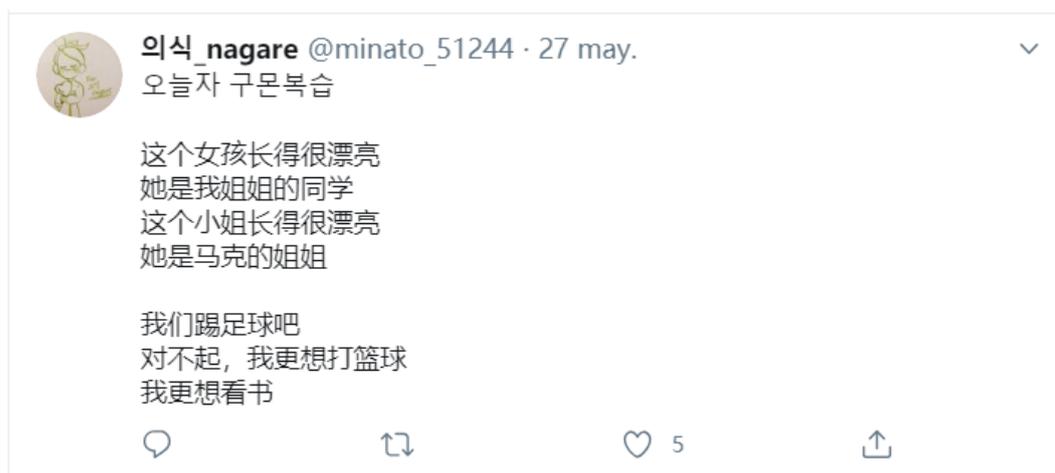


Figura 6.18 Captura de pantalla-@minato_51244 II

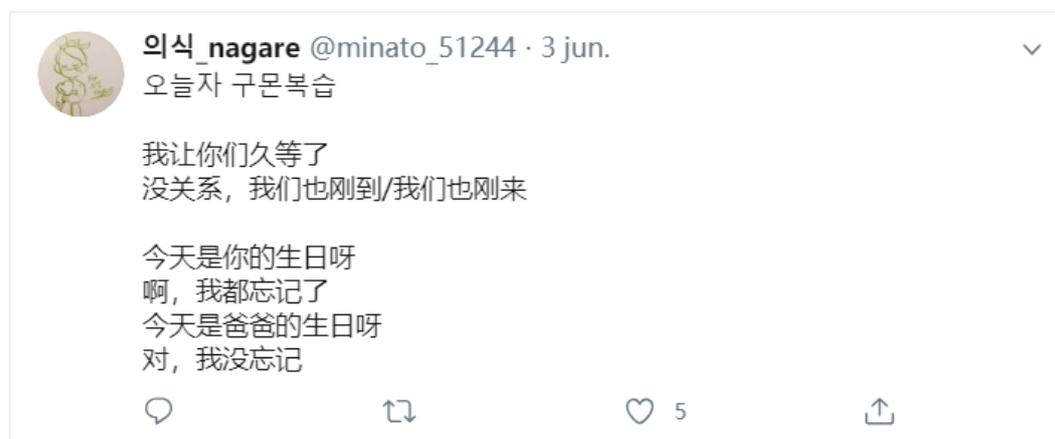


Figura 6.19 Captura de pantalla-@minato_51244 III

Sin embargo, existen tres inconvenientes principales: uno es que estos comentarios no tienen mucho valor en el fortalecimiento de la competencia comunicativa para nuestros

alumnos ya que unas frases sin contexto no tienen nada de diferente a los ejemplos en libros o diccionarios; a su vez, la frecuencia de este tipo de repaso es muy baja, ya que resulta muy difícil de que aparezca en la página de “inicio” de nuestros alumnos; por último, la mayoría de sus mensajes son en coreano, a lo mejor, para algunos alumnos que estudian también dicha lengua sería interesante, pero para la mayoría de los alumnos hispanohablantes que no saben nada coreano, les resultaría muy difícil entenderlo, y tampoco podrían comunicarse con ella.

El tercer mensaje viene de una cuenta cuyo objetivo es practicar su competencia lingüística (Training My Languages Skills, 2020) (Véase Figura 6.20 y Figura 6.21):



Figura 6.20 Captura de pantalla-@LanguagesMy I



Figura 6.21 Captura de pantalla-@LanguagesMy II

La mayoría de sus mensajes son una sola frase en chino con su transcripción en *pinyin* y su traducción en inglés (Véase Figura 6.22) pero ya podemos identificar el mayor problema de este tipo de cuenta: no existe suficiente interacción entre los usuarios: casi nadie la sigue, ni le da “me gusta”, ni le escribe comentarios.

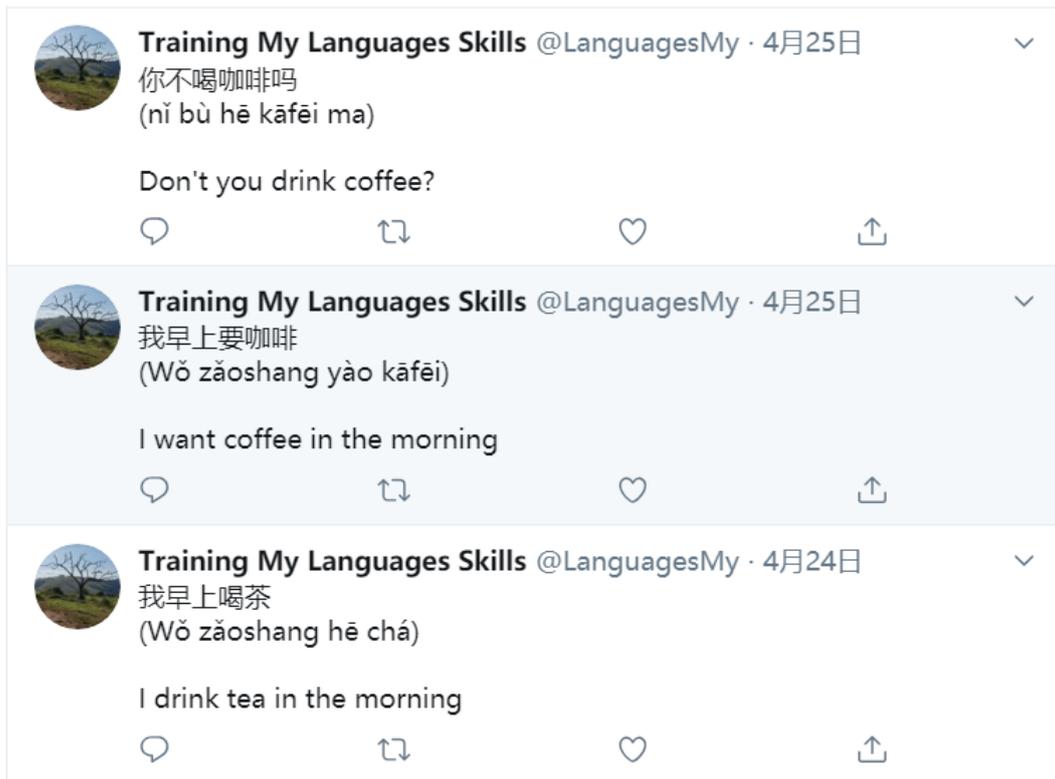


Figura 6.22 Captura de pantalla-@LanguagesMy III

Además, los recursos lingüísticos que nos ofrece esta cuenta son más bien para principiantes, y no resulta adecuado para nuestros alumnos por ser demasiado fácil.

En general, también existen muchos recursos lingüísticos muy interesantes y útiles en Twitter. La característica de su sistema de búsqueda es más eficiente para encontrar mensajes. A pesar de que no todos los usuarios que nos hemos encontrado son adecuados para nuestros alumnos, sí que pueden intentar iniciar una conversación directa por mensajes privados en Twitter, ya que estas cuentas tienden a ser estudiantes de chino como ellos y probablemente les interese practicar con nuestros alumnos.

6.3 YouTube

6.3.1 Funciones principales

Cuenta con funciones básicas como las dos plataformas mencionadas, página principal para ver contenidos recomendados, tendencias para explorar vídeos más vistos, suscripciones para ver contenidos de los canales que sigues, biblioteca para guardar vídeos que te gustan y búsqueda con filtros como la fecha de subida, tipología de

contenidos (vídeo, canal, serie, película, etc.), duración, características (en directo, alta definición, 3D, subtítulos, etc.), con los resultados ordenados. Lo que lo diferencia de las otras dos es que, como plataforma de vídeo, tiene funciones particulares: historial de vídeos vistos y una lista para guardar los vídeos que quieres ver más tarde. Aunque no se permite enviar mensajes directos entre los usuarios, sí se puede interactuar en el espacio de debajo de los vídeos con comentarios o para hablar con otros usuarios. Además, no solo podemos poner un “me gusta” sino también un “no me gusta”.

6.3.2 Recursos lingüísticos

El primer vídeo (Parker, 2016) que encontramos fue publicado por una cuenta profesional de enseñanza de chino. En la descripción del vídeo están todos los puntos lingüísticos clave, lo que facilita a los alumnos el repaso de lo que han aprendido en el vídeo (Véase Figura 6.23). El contenido tiene caracteres chinos, sus transcripciones de *pinyin* y su significado en inglés. La explicación en el vídeo generalmente es clara y se repite muchas veces la pronunciación de las expresiones y nombres de los platos, y la pronunciación de este profesor es bastante buena. Explica un poco sobre el sabor y los ingredientes de cada plato. Todos son muy típicos de la gastronomía china y algunos son palabras suplementarias de clase. Aunque no es una clase presencial, hay un espacio en que pueden verle la cara del profesor (Véase Figura 6.24 y Figura 6.25), una manera muy habitual en una clase virtual, a lo que probablemente ya se van acostumbrando nuestros alumnos durante este período tan particular. El único problema es que no hay subtítulos, aunque la explicación en inglés es bastante fácil de entender.

How to Order Food in Chinese - 10 Top Chinese Dishes

40,360次观看 · 2016年2月5日



Fluent in Mandarin.com
4.69万位订阅者

Get your free guide - The 10 Biggest Mistakes Beginners in Chinese Make and How You Can Avoid Them <http://bit.ly/1QrHjBp>

How to Order Food in Chinese – 10 Top Dishes to Try
<http://www.fluentinmandarin.com/conte...>

Chinese food is a big reason why many of us are learning Chinese. Whether you're travelling around China and you want to order food like a local or you just want to raise a smile at your local Chinese restaurant, it's fun to learn some of the names of Chinese dishes in Mandarin.

Here I've chosen 10 of my favourites, and also some of the most popular dishes you'll find all around the world.

Here are some phrases you can use to order them:

我要一个。。	wǒ yào yī gè	I want a...
来一个。。	lái yī gè	bring a...
要一份。。	yào yī fèn	(I) want a portion of...
来一份。。	lái yī fèn	bring a portion of....

hen add the name of the dish on the end. And don't worry, it isn't rude in a restaurant to just say you want something directly like this. Next time you're in a restaurant, give it a try. Even if the dish isn't on the menu, they might just make it for you! Ok, here's my list, complete with some photos to get you in the mood!

1. 宫保鸡丁 gōngbǎo jīdīng Kung Pao Chicken
2. 水煮鱼 shuǐzhǒuyú Fish Boiled in a Chilli Soup
3. 干煸四季豆 gānbānsìjìdòu Dry Fried French Beans With Minced Pork
4. 鱼香肉丝 yúxiāngròusī Fish Fragrance Pork
5. 红烧肉 hóngshāoròu Braised Pork
6. 地三鲜 dìsānxiān Fried Potato, Green Pepper and Eggplant
7. 葱爆羊肉 cōng bào yáng ròu Flash-fried lamb slices with scallions
8. 西红柿炒鸡蛋 xīhóngshì chǎojiǎndàn Stir-fried Tomato and Egg
9. 麻婆豆腐 mápódòufú Ma Po Tofu
10. 糖醋里脊 tángcùlǐjī Sweet and Sour Pork.

Also known as 古老肉 gǔlǎo ròu in Hong Kong and parts of south China.

收起

Figura 6.23 Captura de pantalla-Descripción del vídeo



Figura 6.24 Captura de pantalla-Fluent in Mandarin.com I



Figura 6.25 Captura de pantalla-*Fluent in Mandarin.com* II

Si miramos los comentarios, este profesor también responde a las preguntas de otros usuarios (Véase Figura 6-26). Alguien le preguntó cómo se dice en chino si no quiere algún ingrediente en concreto y el profesor le contestó.



Figura 6-26 Captura de pantalla-Comentarios a *Fluent in Mandarin.com*

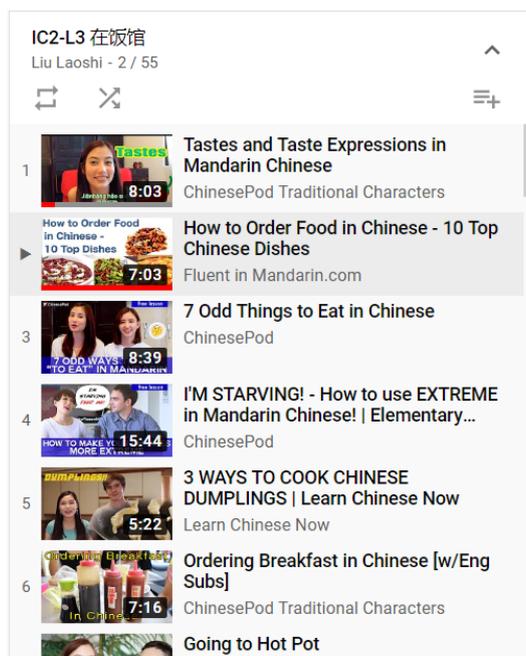


Figura 6.27 Captura de pantalla-Lista de vídeos

Se nota que este vídeo se ha incluido en una lista que creó Liu (Véase Figura 6.27), en

la que hay muchos otros vídeos adecuados para este tema. El primer vídeo (MandarinMadeEZ, 2014) en esta lista se trata de la presentación de cinco sabores en chino y las expresiones sobre estos. Primero se presenta cada sabor con un ejemplo con su significado básico, por ejemplo “*Xigua hao tian.* (西瓜好甜) [La sandía es muy dulce.]”. Luego, hace un resumen de estos sabores y da más ejemplos (Véase Figura 6.28) “*Wo bu tai ai chi tian de.* (我不太愛吃甜的) [No me gusta mucho el dulce.]”



Figura 6.28 Captura de pantalla-ChinesePod Traditional Characters I



Figura 6.29 Captura de pantalla-ChinesePod Traditional Characters II

Más adelante, ella empieza a presentar unas expresiones con su significado extendido que contienen conocimientos socioculturales (Véase Figura 6.29), por ejemplo, “*Rensheng dangzhong you xuduo de suantian-kula.* (人生當中有許多的酸甜苦辣) [En la vida, hay muchos progresos y retrocesos.]” Aquí, la combinación de *suan*, *tian*, *ku*, *la*, cuatro sabores, es un *chengyu* (成語) [frase hecha] que toma un significado metafórico para decir que en la vida existe la felicidad y la desgracia. Al final, ella

realiza un resumen de todos los contenidos presentados en el vídeo.

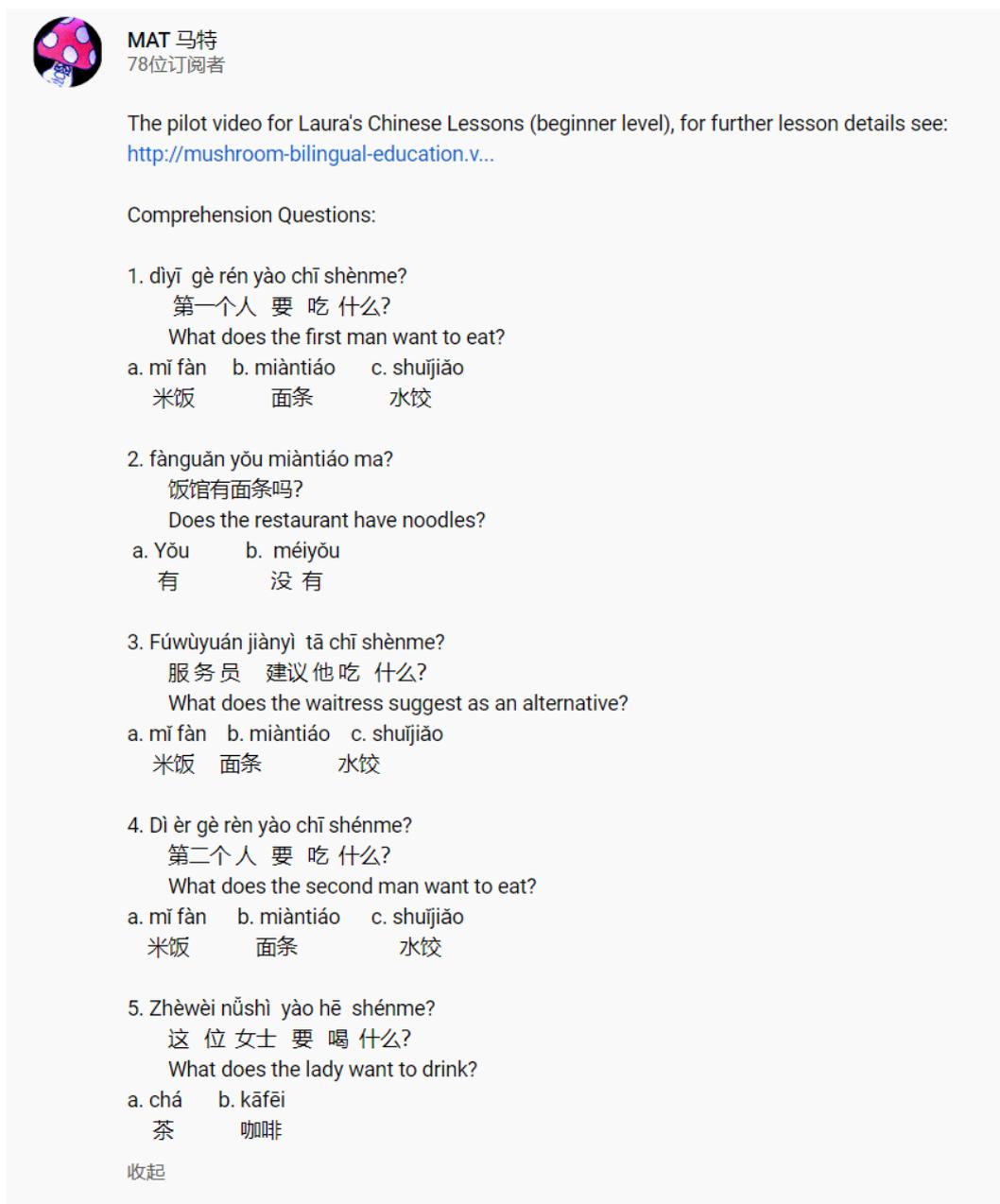
En general, la pronunciación de chino de esta profesora es realmente buena y su explicación en inglés también resulta clara y fácil de entender. Las expresiones y ejemplos que ofrece son adecuados para el aprendizaje de nuestros alumnos. Además, cuando aparecen los puntos lingüísticos clave, se muestran su transcripción de *pinyin* y caracteres chinos. Pero al igual que el primer vídeo, no hay subtítulos para las explicaciones, por lo tanto, cuando da algunos ejemplos en chino, puede que los alumnos no los entiendan de primeras porque en las explicaciones habla un poco rápido. Por último, hay tanta información en un solo vídeo de ocho minutos, que les cuesta dominar todo lo que presenta dentro del tiempo.



Figura 6.30 Captura de pantalla-MAT

El segundo vídeo (Mushroom Bilingual Education, 2015) es muy corto, solo tiene 45 segundos. Se trata de tres extranjeros pidiendo comida en un restaurante chino (Véase

Figura 6.30). Con su descripción debajo suponemos que es un vídeo que sirve como material didáctico en la clase de Laura (Véase Figura 6.31).



 MAT 马特
78位订阅者

The pilot video for Laura's Chinese Lessons (beginner level), for further lesson details see:
<http://mushroom-bilingual-education.v...>

Comprehension Questions:

1. dìyī gè rén yào chī shènmè?
第一个人 要 吃 什么?
What does the first man want to eat?
a. mǐ fàn b. miàntiáo c. shuǐjiǎo
米饭 面条 水饺
2. fànguǎn yǒu miàntiáo ma?
饭馆有面条吗?
Does the restaurant have noodles?
a. Yǒu b. méiyǒu
有 没有
3. Fúwùyuán jiànyì tā chī shènmè?
服务员 建议他吃 什么?
What does the waitress suggest as an alternative?
a. mǐ fàn b. miàntiáo c. shuǐjiǎo
米饭 面条 水饺
4. Dì èr gè rén yào chī shènmè?
第二个人 要 吃 什么?
What does the second man want to eat?
a. mǐ fàn b. miàntiáo c. shuǐjiǎo
米饭 面条 水饺
5. Zhèwèi nǚshì yào hē shènmè?
这位女士 要 喝 什么?
What does the lady want to drink?
a. chá b. kāfēi
茶 咖啡

收起

Figura 6.31 Captura de pantalla-Descripción del vídeo

Aunque los tres clientes en el vídeo hablan con acento, lo pronuncian muy lento y se pueden entender, ya que el nivel es muy básico. El ejercicio de comprensión auditiva también resulta muy fácil: solo tiene tres opciones y la pregunta se presenta en caracteres chinos, transcripción en *pinyin* y traducción en inglés. Aunque tiene erratas en la transcripción de *pinyin* (los números ordinales deben unirse por un guión: *dì-yī* (第一) [primero] y *mǐfàn* (米饭) [arroz], palabra que se debe escribir junta), este vídeo

será un buen recurso audiovisual para nuestros alumnos.

El tercer vídeo (Ai y Bao, 2018) ha sido grabado por dos estudiantes de chino cuyo contenido es principalmente pedir platos en un restaurante chino y hacer críticas de los mismos (Véase Figura 6.32):



Figura 6.32 Captura de pantalla-Kaiyao Ni I

Creemos que lo mejor de este vídeo son los subtítulos: cuando aparecen palabras desconocidas, se acompañan por su transcripción en *pinyin*, por ejemplo, *Jiazhou juan* (加州卷) [*California roll*], un tipo de sushi (Véase Figura 6.33) y cuando hay error la expresión oral, aparece una frase correcta debajo entre paréntesis. “**Suoyi wo jue de zhe shi hen haochi.*”, un error muy típico también entre nuestros alumnos por la interferencia de su lengua materna: en chino, existe la oración de predicado adjetival en la que los adjetivos pueden ser predicado directamente sin verbo, pero en español hay que usar “ser” o “estar” cuya equivalencia en chino es *shi*. La frase correcta será “(Suoyi wo jue de hen haochi.) [Por lo tanto, creo que está muy rico.]” (Véase Figura 6.34).



Figura 6.33 Captura de pantalla-*Kaiyao Ni* II



Figura 6.34 Captura de pantalla-*Kaiyao Ni* III

Aunque en la última parte de este vídeo ya no hay subtítulos y hay algunos errores, por ejemplo, el nombre de una de estas dos chicas está mal escrito en chino: debería ser Ai Xinran (艾欣然) pero se ha puesto Aixing Ren (矮星人), que provoca un efecto cómico al significar “una extraterrestre de estrella enana”, este vídeo puede servir de inspiración a nuestros alumnos: ellos también pueden ir a algún restaurante chino y pedir platos en chino para practicar lo que han aprendido en clase, en una situación auténtica. No tienen que grabar un vídeo como estas dos chicas, simplemente el hecho de intentar usar el chino en la vida real puede ayudar mucho en su aprendizaje. La camarera que aparece

en este vídeo es muy simpática y les ayuda explicando en inglés algunos platos con bastante paciencia, otorgándoles una sensación de seguridad para practicar idiomas extranjeros.

En general, la mayoría de los vídeos que hemos encontrado son adecuados y favorables para nuestros alumnos. Lo que queremos destacar es su sistema de recomendación: al lado del vídeo hay una lista de vídeos que son de tema similar o de contenido relacionado que podría interesarles a los que ven el vídeo, facilitando la búsqueda en YouTube. Sin embargo, estos vídeos son todos para angloparlantes, y muchos de ellos no tienen subtítulos que faciliten el aprendizaje de chino.

7. PROPUESTA DIDÁCTICA

Ante todo, queremos proporcionar unas ideas a grandes rasgos para el diseño de nuestra propuesta didáctica:

1. Las comunicaciones que puedan darse no estarán limitadas al tipo docente-discente, así el profesor jugará un rol más pasivo en el que en realidad, lo único que cambia es la plataforma. De esta manera se darán muchas interacciones lingüísticas que mejorarán el proceso de enseñanza-aprendizaje entre los docentes y los estudiantes e incluso, con amigos que no se dediquen a la lengua china, personas desconocidas, etc. Los expertos en el campo, podrán intercambiar ideas, experiencias, métodos y materiales; los no expertos, y según lo que ya hemos analizado el apartado anterior, generarán sentimientos de admiración y estimulación, lo que fomentará la motivación y la autonomía en el aprendizaje.

2. Las actividades no son contenidos fijos. A causa de los ritmos de las RR. SS. el orden cronológico de las publicaciones cambia en todo momento, aparte que un usuario puede eliminar cualquier mensaje o publicación, o la misma red en sí no coloca las publicaciones por orden cronológico. Por ello, esta propuesta didáctica debería usarse como guía para dar orientación al alumnado como ejemplo en la búsqueda de actividades.

3. A fin de que el alumnado pueda familiarizarse con este método proponemos primero, una orientación general del uso de redes sociales para aprender chino al que dividiremos en tres etapas: 1) etapa inicial, 2) etapa intermedia y 3) etapa avanzada:

1) En la etapa inicial los usuarios todavía tienen poco contacto con personas sinohablantes, y no les aparecen contenidos sobre enseñanza-aprendizaje de lengua china en su página principal de la red social. Por lo tanto, las actividades están orientadas para identificar a otros usuarios que les puedan ayudar, para empezar a hacer búsquedas y para que guarden mensajes que les interesen;

2) En la etapa intermedia, los usuarios ya tienen suficiente contacto con personas que estén activas en este campo de estudio y están activos en las redes sociales dando “me gusta”, dejando comentarios o enviando mensajes directos. Por ello las actividades

que ofrezcamos deberían estar dirigidas al aumento de interacciones y a la formación de competencias para detectar recursos adecuados y útiles para su aprendizaje;

3) Etapa avanzada, los usuarios ya están acostumbrados al uso de redes sociales para el aprendizaje de lenguas extranjeras. A lo único que tienen que prestar atención es a la eficacia, la eficiencia y a los resultados de aprendizaje. Por esta razón, podemos añadir actividades que tengan más elementos de autoevaluación o en las que pidamos un trabajo final;

4. Por último, proponemos dos actividades más específicas con el uso de Instagram y Twitter que pueden servir como ejemplos de actividades conjuntas que pueden proponerse tanto por los docentes como por grupos estudiantiles.

7.1 Orientación general

7.1.1 Etapa inicial

FASE I. Decidir una palabra clave para poner en la búsqueda.

1. La palabra clave debería estar incluida en el vocabulario del libro de texto para evitar encontrarnos con contenidos llenos de palabras desconocidas;

2. Esta palabra debería reflejar el interés de los usuarios para encontrar contenidos de su interés;

3. La categoría gramatical de esta palabra debería ser sustantivo.

FASE II. Ojear rápidamente los contenidos publicados e identificar uno que les interese y se entienda bien.

1. Lo importante son los recursos lingüísticos y no cualquier otro elemento irrelevante.

2. Los mensajes no tienen por qué ser perfectos ya que a través de su interacción con otros usuarios se consigue la autocorrección, elemento favorable para el aprendizaje.

3. En esta etapa es mejor elegir mensajes cortos y fáciles de entender ya que aún no están acostumbrados a este tipo de aprendizaje.

FASE III. Suscripción a algunos usuarios para que puedan ver sus mensajes en la página “inicio” cuando publiquen algo nuevo.

1. No nos conviene seguir a la vez demasiadas cuentas porque no queremos encontrarnos con un inicio lleno de demasiados mensajes en chino que nos nublen de otro tipo de contenido que también nos interese. Buscamos el equilibrio para que las publicaciones que nos aparezcan lo hagan en la cantidad justa.

2. No ha de ser una cuenta que se dedique a publicar materiales didácticos del chino. Deberíamos destacar usuarios como *@adri.cueva* que son hispanohablantes que pueden compartir experiencias en el aprendizaje del chino. Además, las cuentas oficiales normalmente no interactúan tanto como usuarios comunes en general.

3. Mejor suscribirse a usuarios que participen activamente y publiquen mensajes cada día. Si no, se tendrá que entrar en el perfil del usuario y se perderá la sensación de aprendizaje inconsciente.

7.1.2 Etapa intermedia

FASE I. *Check list* para esta etapa:

1. Estoy acostumbrado a la función de búsqueda para encontrar a usuarios que me interesen y recursos lingüísticos favorables para mi aprendizaje.

2. En mi página de “inicio” aparecen mensajes en chino con bastante frecuencia.

3. Estoy siguiendo a más de cinco usuarios que publican mensajes en chino.

FASE II. Intentar la comunicación activa con otros usuarios dejando “me gusta” o algún comentario e incluso, enviando mensajes directos para iniciar conversaciones en chino.

1. La retroalimentación que damos a otros usuarios no ha de ser siempre positiva, podemos identificar erratas que existieran en su contenido.

2. No darle importancia si no contestan a nuestros comentarios o mensajes. No todos los usuarios usan diariamente las redes sociales ni tienen suficiente tiempo para contestar a todos sus seguidores. Para tener más posibilidades, la mejor solución será continuar interactuando activamente.

3. Durante el proceso, se ha de poner en práctica lo que aprendimos en clase: conocimientos lingüísticos, competencia intercultural, estrategia de mediación, etc.

FASE III. Empezar a publicar mensajes en chino o contenidos relacionados con

enseñanza-aprendizaje de dicha lengua.

1. Se ha de tener en cuenta de que esto no es una actividad evaluable como un examen: nadie va a penalizarnos si cometemos errores. Por lo tanto, no hace falta estresarse al publicar.

2. Es posible recibir comentarios negativos, pero es importante no desanimarnos: hay todo tipo de personas en las redes sociales, pero seguro que abundan las comprensivas.

3. No nos conviene publicar de repente todos los mensajes en chino o publicar muchos mensajes en chino a la vez con el fin de que los seguidores tengan tiempo de adaptación al cambio.

7.1.3 Etapa avanzada

FASE I. *Check list* de esta etapa:

1. Estoy acostumbrado a interactuar con varios usuarios en chino;
2. Reciben con bastante frecuencia mis mensajes en chino.
3. He conocido al menos dos usuarios que interactúan conmigo en chino.

FASE II. Realizar una autoevaluación del progreso del chino con el uso de redes sociales.

1. Si no conseguimos aprender al menos tres puntos de conocimientos lingüísticos y socioculturales del chino en un mes, debemos modificar un poco este método: posiblemente los usuarios a los que nos hemos suscrito no son adecuados para nuestro aprendizaje, o los contenidos que recibimos en este momento no son útiles para elevar la eficiencia.

2. El período de evaluación puede ser un mes o tres meses.

3. No hace falta buscar cosas para aprender de golpe solamente. No es una actividad evaluable y no tiene sentido estresarse.

FASE III. Después de pasar al nivel más avanzado, no hay que olvidarse de buscar nuevos recursos y usuarios.

1. El aprendizaje es un proceso continuo. Alguna cuenta que solo se dedique a enseñanza-aprendizaje de un determinado nivel puede quedar desfasada si avanzamos

en algún momento. Cuando esto ocurra, debemos buscar otra más adecuada.

2. Al mismo tiempo, es posible que algunos usuarios de repente abandonen su cuenta o su aprendizaje de chino. Aunque no es necesario que los eliminemos, nos conviene seguir buscando a otros usuarios que puedan interactuar con nosotros en lengua china.

3. A veces también será recomendable parar un poco con el uso de las redes sociales, si empezamos a notar emociones no tan positivas. Para algunos usuarios, será más fácil volver a usarlas después de unas “vacaciones”.

7.2 Actividad con el uso de Instagram: Agenda personal

Shouzhang (手账), préstamo de *Techo* (手帳) de origen japonés, son cuadernos pequeños que se llevan consigo para apuntar pensamientos o lo que se tienen que hacer para evitar olvidarlo. Es muy parecido a una agenda personal, pero de forma más artística y fina que suele contener dibujos, sellos, pegatinas y cintas adhesivas multicolores. El cuaderno de Cueva (2020a) es un buen ejemplo (Véase Figura 6.6). El objetivo para esta actividad es que los alumnos puedan tomar apuntes de lo que han encontrado en las redes sociales.

FASE I. Identificar mensajes que resulten útiles para el aprendizaje.



Figura 7.1 Captura de pantalla-@niao.pl

En el caso de ser suscriptores de @niao.pl, una niña de ocho años de edad de la ciudad de Gdynia, Polonia, estudiante de chino, podemos ver su publicación (Véase Figura 7.1). Aunque todavía no hemos aprendido la palabra *ditu* (地图), con esta imagen, la palabra inglés *map* y tema #mapa nos bastaría para entender su significado sin consultar a ningún diccionario.

FASE II. Relacionarlo con los conocimientos ya aprendidos.

Por ejemplo, en la lección 8 vimos las direcciones, los locativos, algunas palabras sobre lugares y oraciones existenciales los que están relacionados con la palabra *ditu*.

FASE III. Apuntarlos en la agenda personal, luego, tomar una foto y subirlo en Instagram.

No hace falta que sea un apunte exhaustivo. Basta con unos dibujitos, unas palabras o unas frases para hacer un repaso de lo que hemos aprendido y, a lo mejor, ampliar un poco, en este ejemplo, la palabra *shijie* (世界) [mundo] (Véase Figura 7.2):



Figura 7.2 Captura de pantalla-@fer.mdxh

FASE IV. Interactuar con otros usuarios.

Esta fase no se puede controlar, principalmente estamos a la espera de otros para que nos den un “me gusta” o algunos comentarios.

EVALUACIÓN

El efecto de progreso en el aprendizaje del chino con esta actividad no se puede notar de hoy para mañana. Es más bien un proceso continuo. Sin embargo, algunos estudiantes puede que se desmotiven rápido si no pueden recibir retroalimentación positiva instantáneamente en cada uno de sus progresos (Ripoll, 2016: 28). Con el fin de conseguir establecer este vínculo entre actividad, retroalimentación y motivación, nos conviene introducir un elemento de la ludificación: las insignias.

Establecimos un mes como un ciclo y una fecha para realizar la evaluación. Los alumnos se turnaron para diseñar insignias con el nombre de un mes, por ejemplo, la insignia de junio (Véase Figura 7.3) y otros nombres creados como premios, por ejemplo, la insignia “*Alpha* del mes” (Véase Figura 7.4) para recompensar el mensaje que ha recibido más “me gusta” este mes.



Figura 7.3 Ejemplo: Insignia de junio

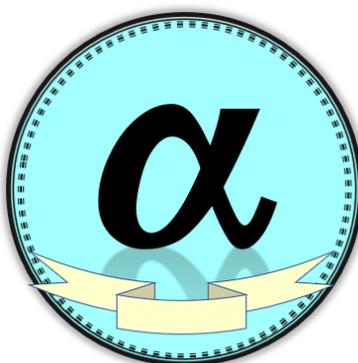


Figura 7.4 Ejemplo: Insignia “*Alpha* del mes”

A causa de que las insignias las han diseñado los mismos participantes, se han convertido en algo muy especial y personalizado, que no se puede reproducir y que

refleja la experiencia única de la ludificación (Véase CAPÍTULO 3.4). Hay dos tipos de evaluaciones y un sistema de recompensa:

1. Autoevaluación:

Cada uno escoge un mensaje que le gusta más para compartirlo en el grupo y recibirá una insignia, para los que usan cuadernos será una pegatina, para documentos de forma electrónica, una imagen de formato *png*.

2. Coevaluación:

Votamos por el mensaje del mes. Si se puede, también podemos compartir todo el cuaderno de algún estudiante como un modelo para perfeccionar nuestra agenda personal.

3. Recompensas:

El encargado del diseño de la insignia puede dejar una recompensa sorpresa: establecimos condiciones tales como un mensaje que recibe más “me gusta”, un mensaje perfecto sin ningún fallo, el primer mensaje de este mes, etc. Los que cumplan ciertos requisitos, pueden recibir una insignia o un regalo especial.

EXPLICACIONES ADICIONALES

- Para los que no quieran compartir directamente sus apuntes, sería una buena idea escribir un pequeño texto con las palabras recién aprendidas.

- Esta actividad pueden proponerla los docentes. Sin embargo, no conviene mencionarla en el aula, ni establecer “recompensas” o “castigos” que afecten a elementos propios del aprendizaje formal, por ejemplo, la nota.

- Esta actividad también se puede iniciar por grupos de estudiantes. En caso de que fuera una asociación de estudiantes que disponga de fondo común, podrían comprar recompensas tipo cuaderno, libro, carpeta, entre otras cosas.

7.3 Actividad con el uso de Twitter: Agencia de Detectives

Para facilitar la explicación, presentamos el planteamiento de esta actividad con un ejemplo específico:

CONTEXTO: Somos detectives de *FTI Zhentan Shiwusuo* (FTI 侦探事务所)

[Agencia de Detectives TFI] y siempre resolvemos las misiones que nos dan nuestros clientes.

FASE I. Dividir al alumnado en 3 grupos, cada grupo tiene 6 alumnos.

1. Grupo A es el equipo “DETECTIVE-GRUPO A”.
2. Grupo B es el equipo “DETECTIVE-GRUPO B”.
3. Grupo C es el equipo “CLIENTE”.

Los alumnos pueden personalizar el nombre de su equipo, por ejemplo, grupo A es *Shandian Zhentan Tuan* (闪电侦探团) [Equipo de Detectives Relámpago], que resuelven tus dudas a la velocidad del rayo; grupo B es *Fu'ermosi Dui* (福尔摩斯队) [Equipo Holmes], que resuelven los casos como Sherlock Holmes; grupo C es *FTI Xuesheng Hui* (FTI 学生会) [Asociación de Alumnos de FTI].

FASE II. “CLIENTE” publica la misión con un mensaje en Twitter: “<9:00> *Women de keben zhao bu dao le, qing nimen bang women zhaodao women de keben.* (我们的课本找不到了, 请你们帮我们找到我们的课本) [No podemos encontrar nuestro libro de texto, por favor, ayudadnos a encontrarlo.]” La misión se deberá resolver dentro de 72 horas.

FASE III. Cada dos horas, “CLIENTE” dará pistas a los dos grupos.

1. “<11:00> *Women de keben keneng zai jiaoshi, tushuguan, shitang huozhe kafeiguan, yinwei zuotian women jiu qule zhaxie difang.* (我们的课本可能在教室、图书馆、食堂或者咖啡馆, 因为昨天我们就去了这些地方) [Nuestro libro de texto puede estar en el aula, la biblioteca, el comedor o la cafetería, porque ayer solamente estuvimos en estos lugares.]”

2. “<13:00> *Wo juede keben bu keneng zai jiaoshi, yinwei wo gangcai shangke de shihou wo mei kandao.* (我觉得课本不可能在教室里, 因为刚才上课的时候我没看到) [Creo que es imposible que el libro de texto esté en el aula porque no lo he encontrado cuando tuve clase.]”

3. “<15:00> *Ma Dong gangcai gei wo dale dianhua, ta shuo shitang li ye meiyou women de keben.* (马东刚才给我打了电话, 他说食堂里也没有我们的课本) [Hace poco, Ma Dong me llamó por teléfono y me dijo que nuestro libro de texto no está en el comedor.]”

4. “<17:00> *Wo shou daole laoshi de dianzi youjian, ta shuo ta jide you yi ge hen gao de nanhai nazhe women de keben jinle tushuguan, keshi mei kandao ta likai.* (我收到了老师的电子邮件, 她说她记得有一个很高的男孩拿着我们的课本进了图书馆, 可是没看到他离开) [Recibí un correo electrónico de la profesora y me dijo que recordaba que había un chico alto que entró a la biblioteca con nuestro libro de texto, pero no lo vio irse.]”

5. “<19:00> *Kafeiguan de fuwuyuan gen women shuo jintian kafeiguan meiyou kaimen.* (咖啡馆的服务员跟我们说今天咖啡馆没有开门) [El camarero de la cafetería nos dijo que la cafetería no está abierta hoy.]”

FASE IV. Al haber recibido todas las pistas, los equipos de detectives tienen que entregar su deducción al coordinador (en este caso, el profesor) con un mensaje al @coordinador en Twitter. El equipo que entrega la respuesta correcta recibirá una insignia que se puede pegar en su carnet de detective. Una posible respuesta correcta sería:

“*Women juede tamen de keben yinggai zai tushuguan li, yinwei tamen shangke de shihou meiyou kandao keben, shitang li ye meiyou tamen de keben. Kafeiguan meiyou kaimen, you tamen keben de na ge nanhai bu keneng qu kafeiguan. Yaoshi ta hai meiyou likai tushuguan de hua, keben yinggai jiu zai na'er.* (我们觉得他们的课本应该在图书馆里, 因为他们上课的时候没有看到课本, 食堂里也没有他们的课本。咖啡馆没有开门, 有他们课本的那个男孩不可能去咖啡馆。要是他还没有离开图书馆的话, 课本应该就在那儿) [Creemos que su libro de texto debería estar en la biblioteca, porque no lo vieron en el aula cuando tuvieron clase y tampoco estaba en el comedor. Como la cafetería no estaba abierta, el chico que tenía el libro no pudo ir allí. Si todavía no ha salido de la biblioteca, el libro de texto debería estar allí.]”

FASE IV. “CLIENTE” publica una carta de agradecimiento en Twitter y así se soluciona una misión:

“*Xiexie nimen de bangzhu, women zhaodaole women de keben. Na ge nanhai shi women de hao pengyou, women zuotian ba keben wang zaile jiaoshi li, ta kandaole yihou jiu xiang dai guolai gei women, jieguo zai tushuguan li kan shu kan de wangjile*

shijian. (谢谢你们帮助，我们找到了我们的课本。那个男孩是我们的好朋友，我们昨天把课本忘在了教室里，他看到了以后就想带过来给我们，结果在图书馆里看书看得忘记了时间) [Gracias por vuestra ayuda, hemos encontrado el libro de texto. El chico es amigo nuestro. Ayer se nos olvidó el libro en el aula y cuando lo vio, nos lo quiso devolver, pero estaba tan sumergido a su lectura en la biblioteca que se olvidó del tiempo.]”

EVALUACIÓN

Primero, supervisar: establecemos siempre al menos un rol para vigilar esta actividad (en este ejemplo, el coordinador de la Agencia), ya sea con el rol de policía, presidente del comité, coordinador de la Asociación, abogado, etc., para que todos los miembros observen las reglas de la actividad. En segundo lugar, la evaluación conjunta: todos los alumnos que participan en esta actividad asumen la responsabilidad de revisar todos los mensajes que se han publicado en la red social e identifican a tiempo las posibles erratas.

8. ANÁLISIS DE LOS DATOS DE LOS CUESTIONARIOS

Con el motivo de recoger datos de primera mano sobre nuestra investigación, decidimos enviar cuestionarios a los alumnos del primer curso de chino en FTI de UAB. Los cuestionarios se enviaron oficialmente el 21 de mayo, después de ser revisados por la tutora de esta tesina y de que dos compañeros realizaran una prueba piloto. La recogida de datos se finalizó el 31 de mayo. Durante estos 11 días recibimos en total 23 respuestas. (Véase la encuesta completa en APÉNDICE 11.1)

8.1 Diseño de la encuesta

Como la situación de COVID-19 nos ha obstaculizado mucho la investigación, atrasando cada fase y haciendo que nos quedáramos sin tiempo suficiente para realizar propiamente una prueba piloto de la actividad, tampoco se pudo aplicar nuestra propuesta en el grupo antes de la finalización de las prácticas externas. Al mismo tiempo, el período en el que intentaríamos realizar esta prueba piloto estaba muy cerca del final de este curso académico y los alumnos iban a estar muy ocupados con los exámenes finales, así que nos pareció injusto realizarla. Sin embargo, con la voluntad de que esta investigación fuera más fiable y aplicable, nos gustaría llevar a cabo la recogida de datos. Por lo tanto, hemos tomado estas medidas para compensar esta limitación:

1. Identificar la red social con uso de más frecuencia entre los alumnos a través de los cuestionarios a ver si los resultados coinciden con el informe que se ha publicado IABSpain y los resultados de nuestro preanálisis para confirmar la factibilidad de nuestra propuesta.

2. Preguntar sobre las ideas del uso de redes sociales como método complementario para el aprendizaje de la lengua china y los motivos que les impiden esta posibilidad con el propósito de inspirar futuras propuestas didácticas dirigidas para resolver estos inconvenientes.

3. Presentar brevemente una de las actividades que diseñamos y pedir opiniones sobre dicha actividad a los alumnos con el fin de evaluar de forma superficial y general nuestra propuesta.

4. Ampliar el público de los cuestionarios a tres grupos del primer curso de chino en FTI: dos grupos de GEAO y un grupo del Grado en Traducción e Interpretación (GTI), que comparten muchas similitudes en enseñanza-aprendizaje de la lengua china para garantizar la eficiencia de respuestas.

5. Para facilitar el proceso y disminuir el tiempo de respuesta, solo hemos escogido una pregunta abierta y el resto son preguntas semicerradas: por cada pregunta hay cinco respuestas en las que escoger una, o bien la opción “otro: ___”, por si a alguien prefiere escribir su propia opinión.

8.2 Análisis de las respuestas obtenidas

En el siguiente apartado, vamos a analizar los datos recogidos según el orden de las preguntas:

8.2.1 La frecuencia del uso de las redes sociales

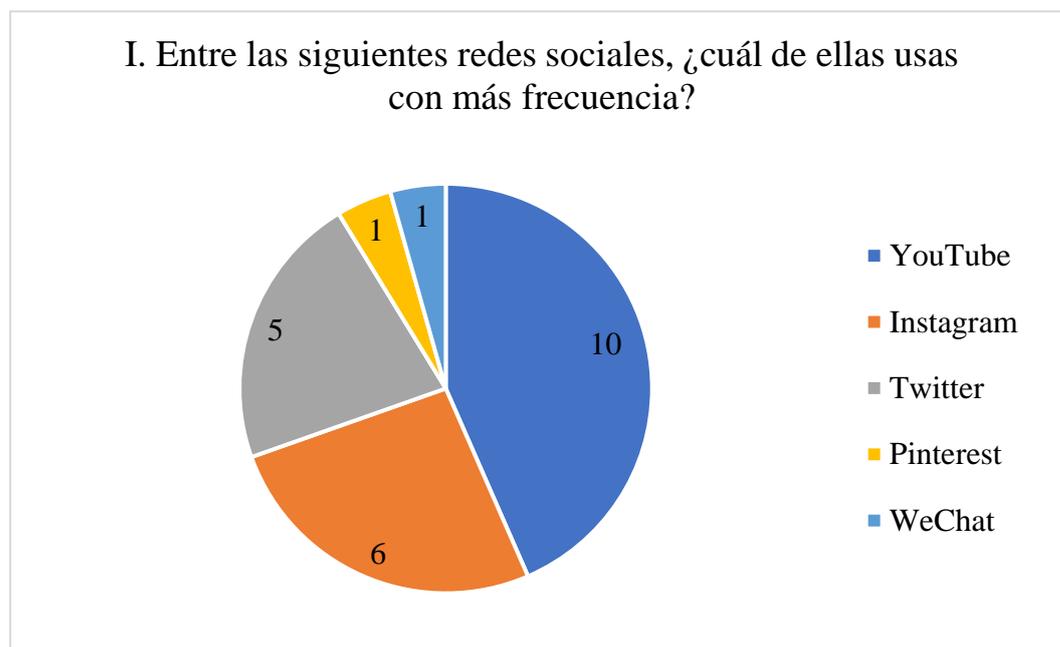


Figura 8.1 Pregunta I

Según los datos recogidos (Véase Figura 8.1), las tres redes sociales más usadas son YouTube (10; 43,5%), Instagram (6; 26,1%) y Twitter (5; 21,7%) que coinciden en general con las cifras y análisis estadístico del informe publicado por IABSpain (2019) y nuestro preanálisis del alumnado. En nuestra hipótesis, la red social más usada era Instagram y por esta razón, las actividades de nuestra propuesta didáctica están dirigidas

por el uso de dicha plataforma. Como YouTube no tiene tantas funciones interactivas tan directas como las otras dos plataformas, no hemos explorado mucho su uso didáctico. Sin embargo, la plataforma más usada es YouTube, representando el doble de Twitter y el de Instagram. Por consiguiente, nos convendrá profundizar más la investigación en esta plataforma en futuros estudios.

8.2.2 Idea general del uso de redes sociales para aprender lenguas extranjeras

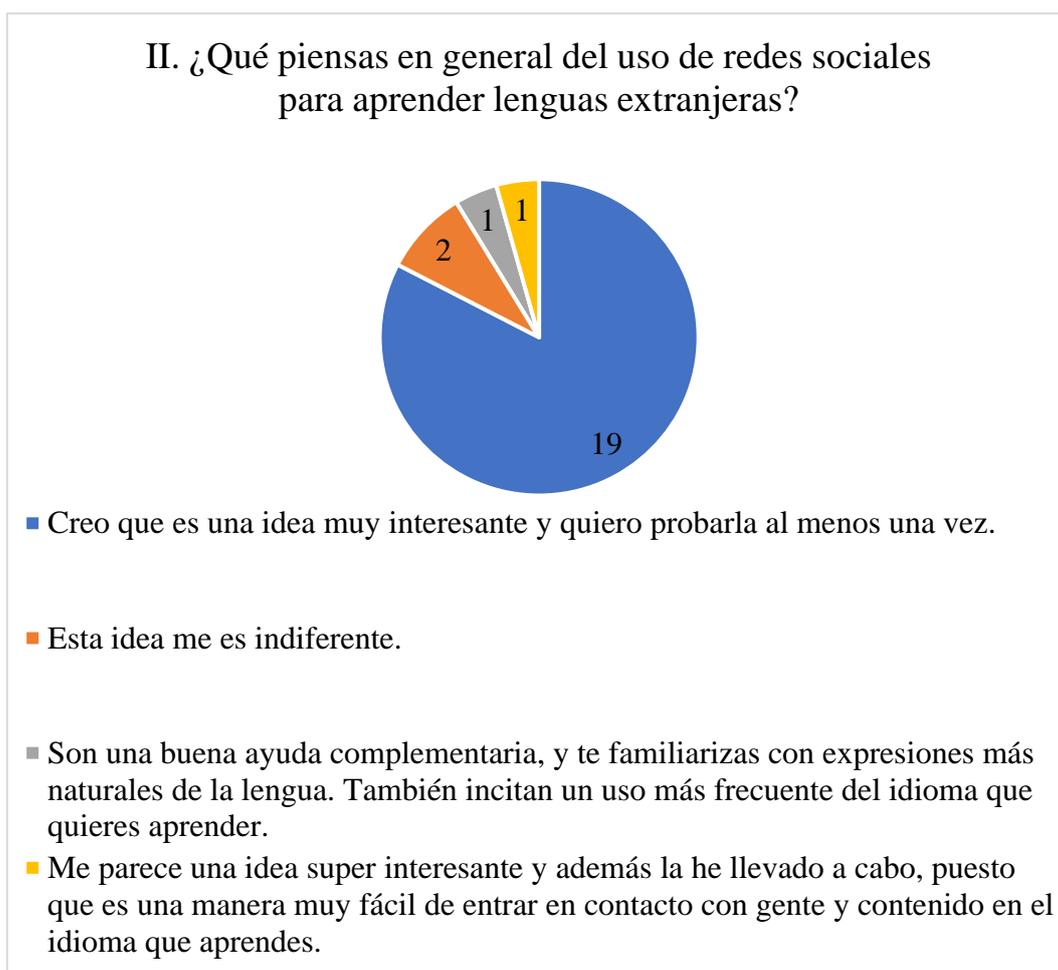


Figura 8.2 Pregunta II

De acuerdo con las repuestas (Véase Figura 8.2), un 91,3% de los alumnos piensan que el uso de redes sociales para aprender lenguas extranjeras es algo positivo, lo que otorga viabilidad de nuestra propuesta. Además, los dos comentarios también reflejan las ventajas que aportarían los recursos lingüísticos reales que se encuentran en las redes sociales.

8.2.3 Situación actual del uso de redes sociales para aprender lenguas extranjeras

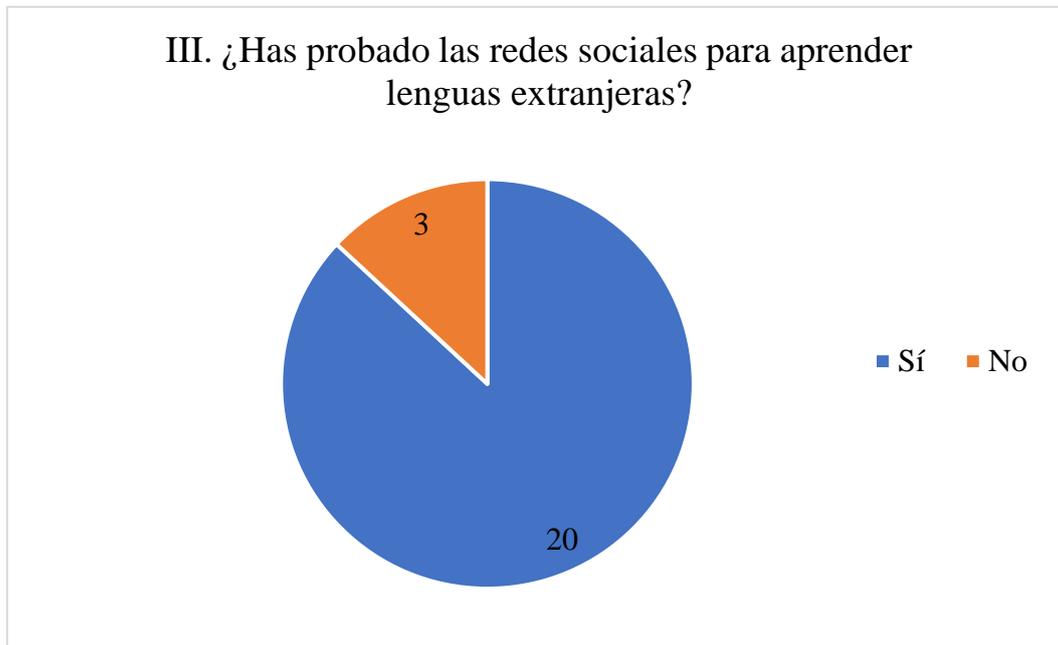


Figura 8.3 Pregunta III

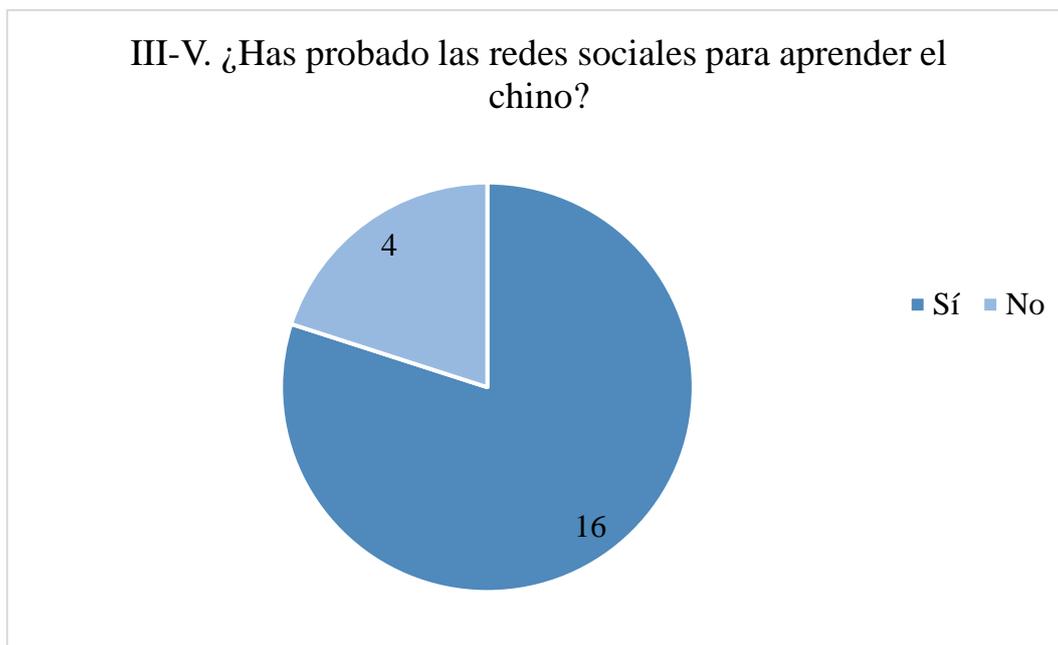


Figura 8.4 Pregunta III-V

En general, conforme a los resultados (Véase Figura 8.3 y Figura 8.4), la mayoría de nuestros alumnos ha usado redes sociales para aprender lenguas extranjeras, con un 86,96% y entre ellos, 16 personas han probado este método para aprender lengua china, con un 69,57% de todos los encuestados. Por un lado, podemos considerarlo como algo

positivo para nuestra investigación porque con numerosos alumnos que han tenido experiencia con este método de aprendizaje complementario y será más fácil para los docentes fomentarlo en su grupo; sin embargo, por otro lado, también existe la posibilidad de que los alumnos ya tengan sus costumbres y nos resulte difícil de introducir nuestra propuesta, ya que probablemente no coincida con lo que solían usar ellos para aprender chino. Por lo tanto, será buena idea realizar entrevistas a algunos alumnos para conocer su estilo de aprendizaje en las redes sociales para que podamos diseñar mejor las futuras propuestas didácticas.

Al mismo tiempo, los que escojan respuestas negativas tienen que darnos más información sobre las razones que les impiden aprender con este método. En consonancia con las respuestas obtenidas (Véase Figura 8.5 y Figura 8.6), los inconvenientes principales son problemas con la suscripción: por un lado, están los que sí creen que se puede usar redes sociales para aprender idiomas extranjeros, pero siguen a poca gente que hable otras lenguas. Necesitan una guía para encontrar a otros usuarios adecuados para su aprendizaje. Si le gusta el deporte, probablemente haya gente de otras naciones que hagan ejercicio; si le interesa cocinar, quizá encontrarán personas extranjeras que se dediquen a la gastronomía; si es fan de alguna celebridad en su país, a lo mejor existen otros fanes forasteros con los que puedan llevarse muy bien. Además, siempre hay otras personas en su país que también estudian o enseñan una lengua extranjera como nosotros. Tal vez ellos también estén en las redes sociales y podamos intercambiar información y experiencias sobre el aprendizaje de este idioma. Por otro lado, para los que piensan que los recursos lingüísticos en las redes sociales no son adecuados para su nivel, tienen el mismo problema: no han conseguido encontrar usuarios favorables para su aprendizaje.

Aparte de esto, el resto de las razones que nos indican también reflejan el hecho de que ellos necesitan una guía para facilitar el proceso del aprendizaje con redes sociales: el objetivo de nuestra propuesta no es diseñar actividades aisladas del aula, sino para que los estudiantes puedan aprender algo inconscientemente en estas plataformas. Así,

mientras se distraen, también aprenden inconscientemente.

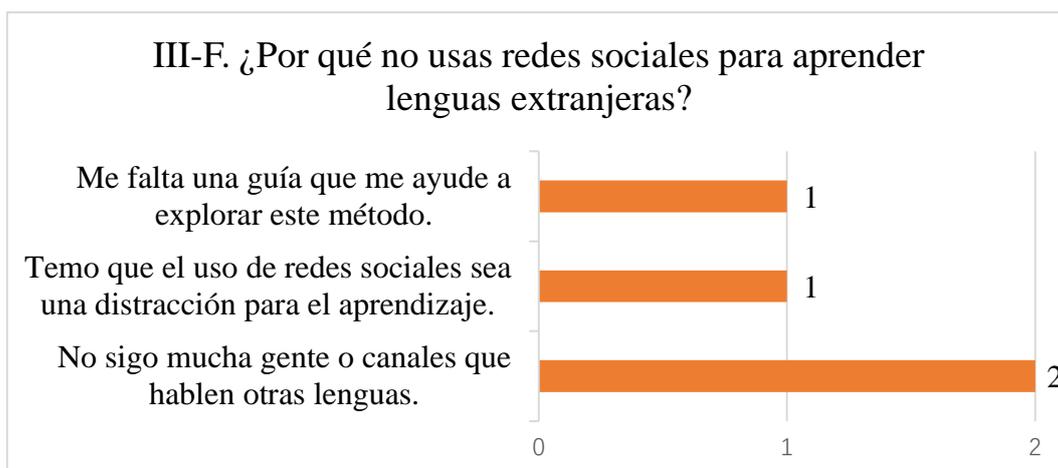


Figura 8.5 Pregunta III-F

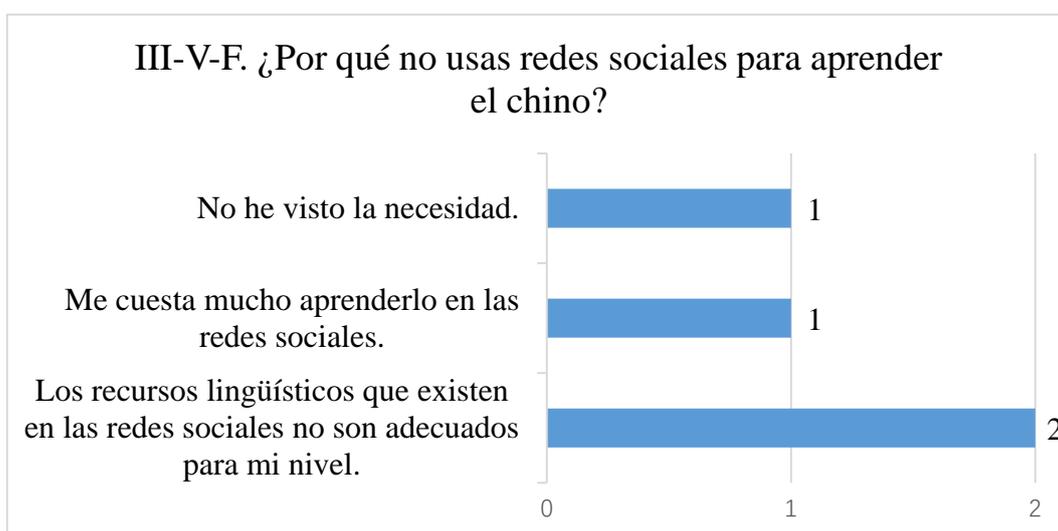


Figura 8.6 Pregunta III-V-F

Por otra parte, deberíamos evitar caer en mitos como “si queremos aprender chino tenemos que seguir solo a los usuarios chinos” o “las frases en el internet están llenas de fallos y no son adecuadas para aprender”. Hay aproximadamente 52.000 estudiantes de chino en España (Peinado, 2019) con los que se puede practicar e interactuar en las redes sociales y tal y como se refleja en nuestra revisión, existen bastantes recursos buenos en las redes sociales que son favorables para el aprendizaje del chino. Por consiguiente, nuestra propuesta sería justa para resolver estos problemas: con una guía para orientar el uso de estas plataformas para aprender lenguas extranjeras, podrán encontrar con suficiente facilidad los recursos o usuarios que son adecuados para su aprendizaje sin la necesidad de agobiarse.

8.2.4 Idea general de la actividad de agenda personal

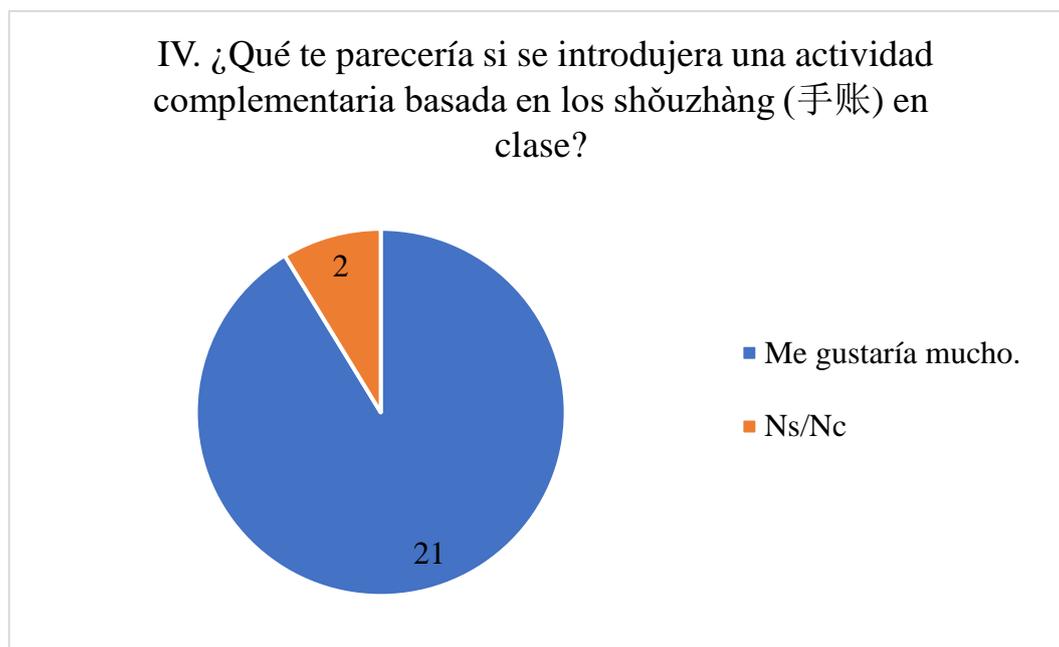


Figura 8.7 Pregunta IV

A tenor de las respuestas (Véase Figura 8.7), a casi todos los encuestados (91,3%) les gustaría hacer la actividad de la agenda personal (Véase la actividad en detalle en CAPÍTULO 7.2 y la breve presentación de esta actividad en la encuesta en APÉNDICE 11.1-IV). Resultado muy positivo para nuestra propuesta y futura investigación. Además, hemos recibido dos comentarios muy positivos de la misma persona sobre el uso de *shouzhang*, uno de ellos aparece en la *pregunta V* que dice “Yo ya uso un cuaderno como el mencionado (se conocen como *Bullet Journal*) y tengo dos de ellos para chino, uno de vocabulario y otro de gramática. Si además de hacerlo por mi cuenta se pudiera practicar en clase, estoy segurísima de que las notas de todos subirán mucho, ¡a mí me va muy bien para los idiomas!” y el otro, en la *pregunta VII* (Tabla 8.1 Pregunta VII.2), que pueden confirmar parcialmente la viabilidad de esta actividad.

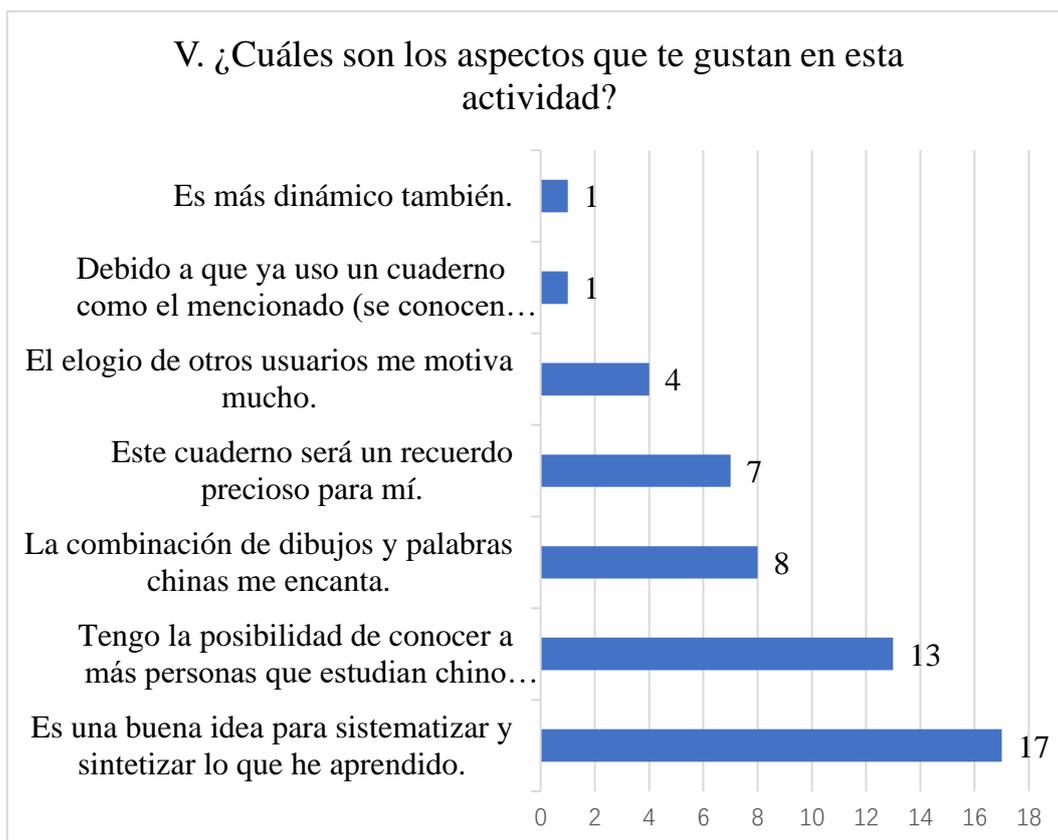


Figura 8.8 Pregunta V

Sin embargo, es muy curioso que sea la misma persona la que haya escrito también el comentario “No he visto la necesidad.” en la pregunta III-V-F (Véase Figura 8.6) y que ha puesto la opción “Ns/Nc” en la pregunta VI (Véase Figura 8.10). Lo que consideramos una señal negativa para esta actividad, porque a lo mejor, el *shouzhang* en sí mismo es un buen método para el aprendizaje, pero no tiene mucho sentido combinarlo con el uso de las redes sociales.

Esto también se refleja en la pregunta V (Véase Figura 8.8) y un comentario de la pregunta VII (Véase Tabla 8.1 Pregunta VII.1). Aunque la mayoría de estas afirmaciones se las escribimos nosotros, las respuestas demuestran que la razón de que les guste esta actividad puede ser de que les parezca atractiva la idea del uso de *shouzhang* más que su combinación con las redes sociales (Véase Figura 8.9). Casi la mitad de los encuestados solo escogieron las respuestas que están relacionadas con los puntos positivos sobre el uso de *shouzhang*.

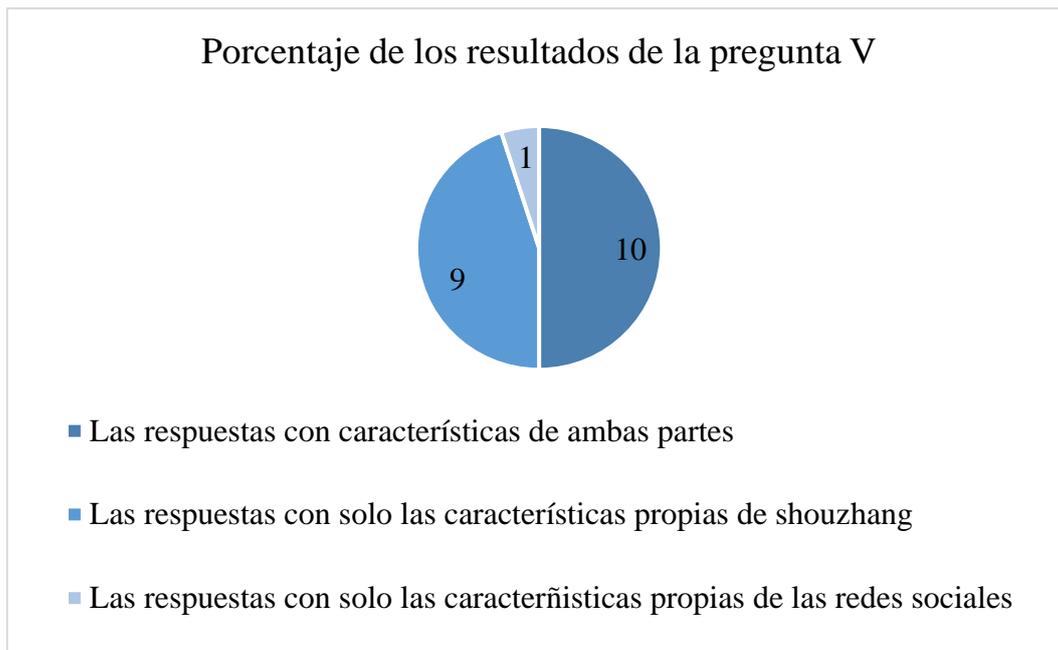


Figura 8.9 Análisis de la pregunta V

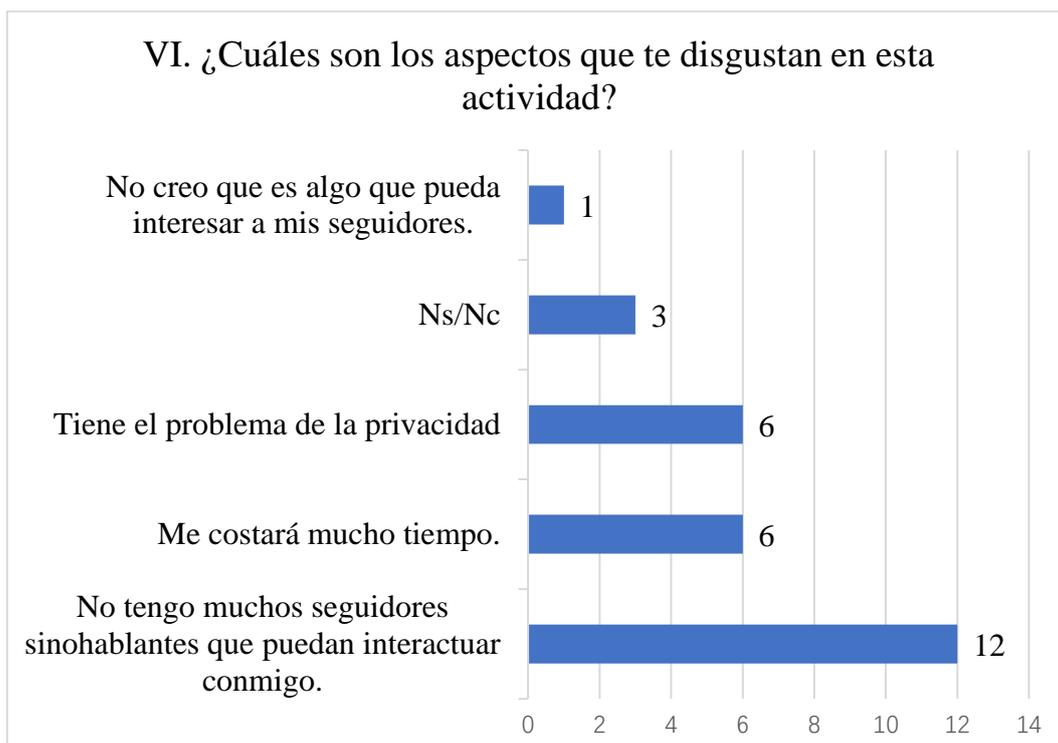


Figura 8.10 Pregunta VI

Sobre los comentarios negativos (Véase Figura 8.10), el mayor problema coincide con lo que aparece en las razones por las que no usan las redes sociales para aprender lenguas extranjeras y cuya solución es una pre-exploración de los recursos en las mismas. En realidad, nos tememos que uno de los problemas es que cuesta mucho tiempo: los usuarios ajenos a las redes sociales no se harán nuestros amigos ni

interactuarán con nosotros el mismo día en el que les sigamos. Para conseguir la mayor efectividad, se necesita esfuerzo para socializar en las redes sociales, ya sea publicar contenido con bastante frecuencia y que sea del interés de los posibles seguidores, comentar activamente las publicaciones de otros usuarios e incluso, ponerse en contacto con usuarios que realmente puedan ayudarnos en nuestro aprendizaje. Es posible que, si lo intentan y no obtengan respuestas, los alumnos se desmotiven y lo acaben dejando. Además, es verdad que no a todos nuestros seguidores les interesa el chino e incluso, posiblemente algunos de ellos odian contenidos relacionados con dicha lengua. Esto podría hacernos perder seguidores o podría afectar el uso habitual que solían hacer en sus redes sociales.

Tabla 8.1 Pregunta VII

VII. Si tienes algunos comentarios o sugerencias sobre nuestro tema, por favor, apúntalo debajo:

1. “El único problema que encuentro es que mucha gente no tiene habilidad para dibujar y el hecho de compartir los dibujos por las redes sociales me disgusta un poco. A mi parecer, se podría proponer como una actividad optativa a hacer en clase sin necesidad de compartirlo en alguna red social.”
2. “El bullet journal (手帳) es realmente el mejor método de estudio que he probado, pues me ha ido muy bien para este primer año.”

Por otra parte, la privacidad es una cuestión importante en esta actividad. Para muchos alumnos, los apuntes son asuntos privados y podrían no querer compartirlos. La idea inicial de esta actividad es que, si conservan su cuaderno en casa y nadie lo ve, los errores quedarán enterrados entre papeles. Sin embargo, si se compartiera con por ejemplo otros estudiantes de chino, los docentes, nativos etc., ellos podrían detectar las faltas como errores ortográficos, gramaticales, léxicos, sintácticos, pragmáticos etc., y favorecería su aprendizaje. Aquellos que no quieran compartir las fotos de su cuaderno, pueden publicar sus “tareas finales” en estas plataformas. Por ejemplo, si los apuntes sobre esta sesión se tratan de la descripción de una persona, no haría falta revelar nada

de datos personales, de amigos o familiares. Simplemente colgaría una foto de algún famoso que le guste con frases en chino que describieran su apariencia, o podría meterse en su perfil para dejarle un comentario. De esta manera, podemos publicar lo que queramos practicando lo que aprendimos en clase.

Sin embargo, también existen desventajas que no podemos evitar. Si a los seguidores no les interesa el contenido en chino, la única solución será enviar mensajes en chino a un grupo determinado de seguidores (por ejemplo, la función “tu historia” de Instagram), o crear una segunda cuenta específicamente para contenidos en chino. El problema es que mantener una segunda identidad no es nada fácil y tampoco resulta sencillo empezar de cero en las redes sociales. A lo mejor, para los que se encuentren con este problema, podrían elegir redes sociales chinas como WeChat y explorar un nuevo mundo. Para futuros estudios, también nos conviene investigar la posibilidad del fomento de las redes sociales más usadas en China cuyos usuarios principalmente son sinohablantes.

Tampoco podemos reducir el tiempo para dedicarnos a esta actividad, porque para tomar apuntes en español, escribir caracteres chinos y hacer dibujitos, se necesita tiempo y esfuerzo. Posiblemente con la práctica, cada vez escriban más rápido y mejor los caracteres, dibujen con mayor velocidad, o quizás los que ya hayan empezado con este método de aprendizaje acaben animando a los que no. También es posible que si han experimentado un progreso en su nivel, los que no estaban muy a favor acaben por unirse.

En conclusión, los resultados han confirmado la viabilidad de nuestra propuesta que servirá de base para llevar a cabo una intervención didáctica en futuras investigaciones. Al mismo tiempo, las respuestas nos dejan una reflexión en nuestro diseño: para perfeccionar esta propuesta deberíamos poner más énfasis en las características propias de las redes sociales, en las futuras actividades o hacer mejor la combinación de cada parte de estas actividades.

9. CONCLUSIONES

Durante la redacción de esta tesina ha tenido lugar la pandemia mundial del COVID-19. En España, después de haberse declarado el estado de alarma, se cerraron todos los centros educativos. Muchos de estos han tomado medidas para que el profesorado sustituya las actividades académicas presenciales a la forma virtual. Aunque la situación nos ha obligado a explorar esta posibilidad de formación a distancia, esta opción no desaparecerá después de que todo vuelva a la normalidad. Por consiguiente, vale la pena profundizar más en esta línea de investigación para conseguir un mejor control de situaciones similares y favorecer el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Mediante el preanálisis, se puede notar la necesidad urgente de explorar una manera eficaz que rellene el tiempo extracurricular necesario para compensar la escasez del aprendizaje formal en el aula. No solamente con el uso de redes sociales, sino también con otros métodos que pueden activar la motivación e inspirar la autonomía del aprendizaje de los alumnos. Aunque en la guía docente se indica el requisito de 150 horas de trabajo autónomo del alumnado, hay estudiantes que no realizan actividades extracurriculares como deberían, o incluso los que no hacen los deberes ni asisten a clase. También nos preocupa la falta de tiempo en aprendizaje informal fuera del aula. Por ello, en futuros estudios, valdrá la pena que se siga investigando en la multimodalidad del aprendizaje informal del chino para estudiantes hispanohablantes.

Conforme a la revisión y análisis de tres redes sociales, hemos identificado los siguientes problemas comunes:

1. Los recursos lingüísticos que nos ofrecen las redes sociales muchas veces contienen errores de todo tipo: la ortografía de la transcripción en *pinyin*, la ortografía de los caracteres chinos, errores de gramática, sintaxis, léxico, conocimiento sociocultural, uso pragmático y traducciones malas. Por un lado, no nos conviene abandonar estos recursos reales porque pueden favorecer de manera decisiva en el proceso del aprendizaje del chino de nuestros alumnos. Sin embargo, por otro lado,

siempre debemos tener en cuenta estos problemas para resolverlos lo antes posible.

2. El proceso de buscar recursos adecuados es muy personalizado. Aunque podamos recomendar cuentas muy buenas con muchos seguidores, no siempre resultará del gusto de todos. Por ello, les enseñaremos una guía para que ellos puedan explorar lo que quieran a su gusto, ayudándoles también en su formación de la autonomía del aprendizaje.

3. Las redes sociales no son aisladas. Podemos compartir los recursos de otras redes sociales de varias formas, tales como pegar un enlace externo, añadir una captura de pantalla, mencionar la identidad o contenido de usuarios de otras plataformas, etc. En futuros estudios, también podemos diseñar actividades con varias redes sociales para conseguir una mayor interacción.

En cuanto a la propuesta, todavía no hemos conseguido diseñar una actividad didáctica que permita reforzar las competencias orales, que son las que quedan menos trabajadas en los cursos estudiados. Aunque con la función de mensajería de voz, videollamadas, grabar vídeos, etc., pueden practicar esta habilidad lingüística, todavía falta una propuesta específica para este aspecto. Por esta razón, estaría bien buscar más posibilidad de uso de YouTube, que es la red más utilizada según el resultado de los cuestionarios, porque es una plataforma excelente por fortalecer la comprensión y la expresión oral. Al mismo tiempo, a pesar de que hemos utilizado unos elementos de ludificación para que las actividades sean relativamente más dinámicas, sería una idea interesante diseñar un contexto y sistema ludificado completamente, que pueda poner en práctica más detalladamente esta teoría. Sin embargo, acerca de su diseño, hemos procurado evaluar en todo momento sus pros y contras, posibles problemas, características del alumnado, etc., que demuestre un análisis exhaustivo tanto de las redes sociales como de los estudiantes a los que orientamos estas propuestas. Por todas estas razones, creemos que hemos alcanzado el objetivo principal del presente trabajo.

La mayor limitación de nuestra investigación es que no hemos realizado la práctica didáctica de ninguna actividad de nuestra propuesta. A pesar de que llevamos a cabo la

recogida de datos con los cuestionarios, los alumnos al vernos como profesores, unido a que el período de recogida de datos se acercaba al final del curso, ha podido afectar a los resultados. Hay que tener en cuenta que los alumnos han podido estar muy ocupados con los exámenes finales y tal vez estuvieran un poco agobiados, por lo que ha podido influir en el resultado obtenido. Por consiguiente, para los futuros estudios, será conveniente poner en práctica nuestra propuesta e incluso realizar un cuasi experimento en el aula a fin de obtener más datos de primera mano.

Por último, el hecho de que el resultado de nuestro cuestionario revele que a los alumnos les resulte dinámico el aprendizaje con redes sociales y muestren interés por probarlo, prueba que vale la pena profundizar esta investigación en futuros estudios para descubrir más maneras en el uso didáctico de las redes sociales. Además, esperamos que el presente trabajo pueda atraer a más investigadores a dedicarse a este campo de estudio recién surgido y que, con sus futuras investigaciones, se perfeccione esta propuesta didáctica para beneficiar a más estudiantes hispanohablantes de la lengua china.

10. BIBLIOGRAFÍA

Ai Xinran (艾欣然) y Bao Meiqing (包美青). [Kaiyao Ni]. (2018, el 6 de mayo). “Yong Zhongwen zai fanguan dian cai (用中文在饭馆点菜) [Order food in restaurant using Mandarin Chinese]” [Archivo de video]. Recuperado de: <https://youtu.be/MZKJkIjPhaI>.

Bi Yushan (毕玉珊), Lin lingyu (林玲玉) y Cao Aiping (曹爱萍). (2019). “Jiyu yidong wangluo huanjing suipian hua xuexi moshi yanjiu (基于移动网络环境碎片化学习模式研究) [Research on fragmentation learning model based on mobile network environment]”. *Heilongjiang Kexue* (黑龙江科学) [Heilongjiang Science], 10(13), 18-19.

Bian, Andy (卞慶華) [@andybian0619]. (2020, 11 de abril). Obtenido de: https://www.instagram.com/p/B-1sb5PgGBY/?utm_source=ig_web_copy_link.

Casas-Tost, H. y Viladiu, P. (2019). “Idioma I: xinès modern. 2017-18. (823 Grau en Estudis d'Àsia Oriental)”. Disponible en: <https://ddd.uab.cat/record/178856> [Fecha de consulta: 13 junio de 2020].

Casas-Tost, H., Fustegueres i Rosich, S., Qu Xianghong (瞿向红), Rovira-Esteva, S. y Vargas-Urpi, M. (2015). *Guía de estilo para el uso de palabras de origen chino*. Madrid: Adeli Ediciones. ISBN : 978-84-940818-7-3. Disponible en: <https://ddd.uab.cat/record/180644> [Fecha de consulta: el 3 de mayo de 2020].

Casas-Tost, H., Rovira-Esteva, S. y Suárez, A. (2015a). *Lengua china para traductores- Volumen I*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, Servei de Publicacions. ISBN: 9788449024931.

Casas-Tost, H., Rovira-Esteva, S. y Suárez, A. (2015b). *Lengua china para traductores-*

Volumen II. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, Servei de Publicacions. ISBN: 9788449042256.

Casas-Tost, H., Viladiu, P. y Jin Xuehang (金学航). (2019). “Idioma II: xinès modern. 2019-20. (823 Grau en Estudis d'Àsia Oriental)” Disponible en: <https://ddd.uab.cat/record/208743> [Fecha de consulta: 13 junio de 2020].

China_huhu [@china_huhu]. (2020a, el 2 de febrero). Obtenido de: https://www.instagram.com/p/B8EmUt7FevW/?utm_source=ig_web_copy_link.

China_huhu [@china_huhu]. (2020b, el 28 de marzo). Obtenido de: https://www.instagram.com/p/B-Si3KKlpfw/?utm_source=ig_web_copy_link.

China_huhu [@china_huhu]. (2020c, el 30 de marzo). Obtenido de: https://www.instagram.com/p/B-XhUKF177e/?utm_source=ig_web_copy_link.

Contreras, R. y Eguia, J. (2016). “Gamificación en aulas universitarias”. En Contreras, R. y Eguia, J. (eds.), *Gamificación en aulas universitarias*, (pp. 7-8). Bellaterra: Institut de la Comunicació. ISBN: 978-84-944171-6-0.

Cueva, A. [@adri.cueva]. (2020a, el 14 de mayo). Obtenido de: https://www.instagram.com/p/CAIqH5aDC_v/?igshid=sk05f6ksaghc.

Cueva, A. [@adri.cueva]. (2020b, el 20 de abril). Obtenido de: https://www.instagram.com/p/B_KzZDLjv57/?igshid=85rqdvb97gi5.

Deng Lingyue (邓凌月). (2015). *Shejiao wangluo huanjing xia zhongxuesheng fei zhengshi xuexi celue yanjiu* (社交网络环境下中学生非正式学习策略研究) [The Research of Informal Learning Strategy about Middle School Students In the Social

Network Environment]. Trabajo de fin de máster. Shandong Shifan Daxue (山东师范大学) [Universidad Normal de Shandong].

Derakhshan, A. y Hasanabbasi, S. (2015). “Social Networks for Language Learning”. *Theory and Practice in Language Studies*, 5(5), 1090-1095. doi: 10.17507/tpls.0505.25.

Ding Hongxia (丁洪霞). (2005). *Jiyu shehui jiangou zhuyi lilun de wangluo jiaoxue jiaohu lilun de yanjiu* (基于社会建构主义理论的网络教学交互理论的研究) [Investigación sobre la teoría de la interacción en la enseñanza en línea basada en la teoría del socioconstructivismo]. Trabajo de fin de máster. Liaoning Shifan Daxue (辽宁师范大学) [Universidad Normal de Liaoning].

Estela, M. (2019). “Redes Sociales”. Concepto.de. Disponible en: <https://concepto.de/redes-sociales/> [Fecha de consulta: el 21 de marzo de 2020].

Fallow, D. [@d.liciousfallaw]. (2019a, el 1 de abril). Obtenido de: https://www.instagram.com/p/BvtsL0hgscX/?utm_source=ig_web_copy_link.

Fallow, D. [@d.liciousfallaw]. (2019b, el 6 de abril). Obtenido de: https://www.instagram.com/p/Bv6Dp1SAauO/?utm_source=ig_web_copy_link.

Fallow, D. [@d.liciousfallaw]. (2019c, el 29 de abril). Obtenido de: https://www.instagram.com/p/Bw1j1CPAyOq/?utm_source=ig_web_copy_link.

Fernández, T. (2012). “Facebook y Twitter en la enseñanza del español como lengua extranjera”. En C. Alonso y D. Gallego, *Tecnologías emergentes* (pp. 1-18). Madrid: UNED. ISBN: 978-84-695-3582-0.

Fernández, T. (2013). “Aprendizaje colaborativo y uso de las redes sociales en

- educación primaria”. *Didáctica. Lengua Y Literatura*, 25, 157-187. doi: 10.5209/rev_DIDA.2013.v25.42240.
- Gerber, B., Marek, E. y Cavallo, A. (2001). “Development of an informal learning opportunities assay”. *International Journal of Science Education*, 23(6), 569-583. doi: 10.1080/09500690116959.
- Hermann-Acosta, A., Apolo, D. y Molano-Camargo, M. (2019). “Reflexiones y perspectivas sobre los usos de las redes sociales en educación. Un estudio de caso en Quito-Ecuador”. *Información tecnológica*, 30(1), 215-224. doi: 10.4067/S0718-07642019000100215.
- Huang Longxiang (黄龙翔) y Hu Yuebao (胡月宝). (2017). “Shejiao meiti zai yujinghua eryu xuexi de yingyong yanjiu (社交媒体在语境化二语学习的应用研究) [A Study on the Application of Social Media in Contextualized Second Language Learning]”. *Zhongguo Dianhua Jiaoyu (中国电化教育) [La Educación Electronizada de China]*, 38(8), 60-65.
- Huang Shihan (黄诗涵). [@mizutama624]. (2019, el 29 de diciembre). Obtenido de: https://www.instagram.com/p/B6pzb_g8s2/?utm_source=ig_web_copy_link.
- IABSpain. (2019). “Estudio Anual de Redes Sociales 2019”. Madrid.
- Ibáñez, A., Vicent, N. y Asensio, M. (2012). “Aprendizaje informal, patrimonio y dispositivos móviles. Evaluación de una experiencia en educación secundaria”. *Didáctica de las Ciencias Experimentales y Sociales*, 26, 3-18. doi: 10.7203/dces.26.1937.
- INEbase/Demografía y población/Cifras de población y Censos demográficos/Cifras de población/Últimos datos. (2020). Recuperado de:

https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176951&menu=ultiDatos&idp=1254735572981 [Fecha de consulta: el 21 de marzo, 2020].

Liu Chaoyang (刘超洋) y Feng Lin (冯琳). (2016). “Chengren gaoxiao xueyuan fei zhengshi xuexi de kunjing ji celue (成人高校学员非正式学习的困境及策略) [The Difficulties and Strategies of Informal Learning of Adult College Students]”. *Heibei Daxue Chengren Jiaoyu Xueyuan Xuebao* (河北大学成人教育学院学报) [Journal of Adult Education of Heibei University], 18(1), 58-61. doi: 10.13983/j.cnki.jaechu.2016.01.012.

Liu Jianren (劉建仁). (2011). “Papa zou: dao chu luan pao (趴趴走 (p‘a-p‘a-tsau`) — 到處亂跑) [p‘a-p‘a-tsau`: ir por dondequiera]”. Recuperado de: <https://taiwanlanguage.wordpress.com/2011/01/07/%E8%B6%B4%E8%B6%B4%E8%B5%B0%EF%BC%88p%E2%80%98a-p%E2%80%98a-tsau%CB%8B%EF%BC%89%E2%94%80%E5%88%B0%E8%99%95%E4%BA%82%E8%B7%91/> [Fecha de consulta: el 12 de abril de 2020].

Lozares, C. (1996). “La teoría de redes sociales”. *Papers. Revista de Sociologia*, 48, 103-126. doi: 10.5565/rev/papers/v48n0.1814.

Ma Chunyan (马春燕). (2017). “Shejiao xin meiti zai hanyu kouyu jiaoxue zhong de yingyong chutan: yi Weixin wei li (社交新媒体在汉语口语教学中的应用初探——以微信为例) [The study on application of new social media in Chinese oral teaching: taking We-chat as an example]”. *Changchun Gongcheng Xueyuan Xuebao (Shehui Kexue Ban)* (长春工程学院学报(社会科学版)) [J. Changchun Inst. Tech. (Soc. Sci. Edi.)], 18(3). doi: 10.3969/j.issn.1009-8976.2017.03.035.

Malerba, M. (2015). *Social networking in second language learning*. Tesis doctoral. Universitat Oberta de Catalunya.

MandarinMadeEZ. [ChinesePod Traditional Characters]. (2014, el 4 de mayo). “Tastes and Taste Expressions in Mandarin Chinese” [Archivo de video]. Recuperado de: <https://youtu.be/i4YJSUOBzP8>.

Marsick, V. y Watkins, K. (2001/2006). “Fei zhengshi he oufa xuexi (非正式和偶发学习) [Informal and Incidental Learning]” En S. Merriam (ed.), *Chengren Xuexi Lilun de Xin Jinzhan* (成人学习理论的新进展) [The New Update on Adult Learning Theory] (Huang Jian (黄建) et al. Trad.), 39-52. Beijing (北京): Zhongguo Renmin Daxue Chubanshe (中国人民大学出版社) [China Renmin University Press]. ISBN: 7-300-07175-9.

Masats, D., Nussbaum, L. (eds.), Dooly, M., Escobar, C., Moore, E. y Noguerol, A. (2016). *Enseñanza y aprendizaje de las lenguas extranjeras en Educación Secundaria Obligatoria*. Madrid: Síntesis. ISBN: 9788490774199.

Mejía, R. (2005). “Tendencias actuales en la investigación del aprendizaje informal”. *Sinéctica, Revista Electrónica de Educación*, 26, 4-11. ISSN: 1665-109X.

Meso, K., Pérez, J. y Mendiguren, T. (2011). “Implementación de las redes sociales en la enseñanza superior universitaria”. *Tejuelo: Didáctica de la Lengua y la Literatura. Educación*, 12, 137-155. ISSN: 1988-8430.

Mushroom Bilingual Education. [MAT 马特]. (2015, el 6 de septiembre). “Laura's Chinese Lessons - Zai Fanguan (在饭馆) [En restaurante]” [Archivo de video]. Recuperado de: <https://youtu.be/1MliyN4LkpU>.

Niao.pl [@niao.pl]. (2020, el 12 de marzo). Obtenido de: https://www.instagram.com/p/B9oFQnXnh3x/?utm_source=ig_web_copy_link.

- Nussbaum, L. (2017). “Investigar con docentes”. En E. Moore y M. Dooly (eds.), *Enfoques cualitativos para la investigación en educación plurilingüe* (pp. 23-45). doi: 10.14705/rpnet.2017.emmd2016.620.
- Parente, D. (2016). “Gamificación en la educación”. En R. Contreras y J. Eguia (eds.), *Gamificación en aulas universitarias* (pp. 11-21). Bellaterra: Institut de la Comunicació. ISBN: 978-84-944171-6-0.
- Paricio, M. (2014). “Competencia intercultural en la enseñanza de lenguas extranjeras”. *Porta Linguarum: revista internacional de didáctica de las lenguas extranjeras*, 21, 215-226.
- Parker, C. [Fluent in Mandarin.com]. (2016, el 5 de febrero). “How to Order Food in Chinese - 10 Top Chinese Dishes” [Archivo de video]. Recuperado de: <https://youtu.be/LbhqkXDXW0k>.
- Peinado, F. (2019). “El chino, el idioma de moda en los colegios privados de Madrid”. Recuperado de: https://elpais.com/ccaa/2019/04/15/madrid/1555320112_295206.html [Fecha de consulta: el 13 de mayo de 2020].
- Qian Cuijing (钱翠静). (2009). “Enlightenment of Social Constructivism on Language Teachers”. *Journal of Inner Mongolia University for Nationalities*, 15(6), 149-150.
- Qu Lishi (趣历史). (2019). “‘Heyi jieyou wei you duking’ shi shei shuo de? ‘Dukang’ qishi bushi jiu (“何以解忧唯有杜康”是谁说的? “杜康”其实不是酒?) [¿Quién dijo «¿Cómo se pueden liberar de las inquietudes? La única solución es el alcohol» Dukang en realidad no es vino?]”. Recuperado de: <http://www.qulishi.com/article/201907/347579.html> [Fecha de consulta: el 12 de abril de 2020].

- Ripoll, O. (2016). “‘Taller de creació de jocs’, una assignatura gamificada”. En R. Contreras y J. Eguia (eds.), *Gamificación en aulas universitarias* (pp. 25-37). Bellaterra: Institut de la Comunicació. ISBN: 978-84-944171-6-0.
- Rovira-Esteva, S. (2010). *Lengua y escritura chinas*. Barcelona: Bellaterra. ISBN: 978-84-7290-511-5.
- SCOPEO (2009). “Formación Web 2.0”, *Monográfico SCOPEO*, 1. Recuperado de: <http://scopeo.usal.es/images/documentoscopeo/scopeom001.pdf> [Fecha de consulta: el 26 de abril de 2020].
- Seroshtan, V. (2017). *Design and Integration of Visual Aids into Chinese Language Learning on Instagram*. Trabajo de fin de máster. Huadong Shifan Daxue (华东师范大学) [Universidad Normal del Este de China].
- Sotomayor, G. (2010). “Las redes sociales como entornos de aprendizaje colaborativo mediado para segundas lenguas (L2)”. *Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, 34, 1-16. ISSN: 1135-9250.
- Susanna S. [@song_susanna]. (2020a, el 14 de mayo). Obtenido de: https://twitter.com/song_susanna/status/1260759243549859840?s=20.
- Susanna S. [@song_susanna]. (2020b, el 14 de mayo). Obtenido de: https://twitter.com/song_susanna/status/1260739751646162949?s=20.
- Tang Chengkun (唐承鲲) y Xu Ming (徐明). (2015). “Jiyu shejiao meiti hezuo xuexi xiaoguo de yingxiang yaosu yu shixian jizhi fenxi (基于社交媒体合作学习效果的影响要素与实现机制分析) [Analysis of the Influencing Factors and the Operating Mechanism of Cooperative Learning Based on the Social Media]”. *Yuancheng*

Jiaoyu Zazhi (远程教育杂志) [Journal of Distance Education], 33(6), 32-38. doi: 10.15881/j.cnki.cn33-1304/g4.2015.06.005.

Training My Languages Skills. [@LanguagesMy]. (2020, el 30 de mayo). Obtenido de: <https://twitter.com/LanguagesMy/status/1266714171179257857?s=20>.

UAB. (2020). “Plan de estudios y horarios: Grado en Estudios de Asia Oriental - UAB Barcelona”. Recuperado de: <https://www.uab.cat/web/estudiar/listado-de-gradados/plan-de-estudios/plan-de-estudios-y-horarios/estudios-de-asia-oriental-1345467893054.html?param1=1223967776732> [Fecha de consulta: el 3 de mayo de 2020].

Uisig()_nagare. [@minato_51244]. (2020a, el 6 de mayo). Obtenido de: https://twitter.com/minato_51244/status/1258022307261329410?s=20.

Uisig()_nagare. [@minato_51244]. (2020b, el 27 de mayo). Obtenido de: https://twitter.com/minato_51244/status/1265631086844866560?s=20.

Uisig()_nagare. [@minato_51244]. (2020c, el 3 de junio). Obtenido de: https://twitter.com/minato_51244/status/1268167268694757379?s=20.

Universia España. (2014). “40.000 estudiantes españoles aprenden chino”. Recuperado de: <https://noticias.universia.es/en-portada/noticia/2014/10/09/1112900/40-000-estudiantes-espanoles-aprenden-chino.html> [Fecha de consulta: el 21 de marzo de 2020].

Valenzuela, R. (2013). “Las redes sociales y su aplicación en la educación”. *Revista Digital Universitaria*, 14(4), 1-14. ISSN: 1607-6079.

Viladiu, P. (2020). “Plan de docencia y evaluación virtuales”. Disponible en: https://e-aules.uab.cat/2019-20/pluginfile.php/757327/mod_resource/content/1/Pla%20de%20doc%C3%A8ncia%20i%20avaluaci%C3%B3%20virtuals.pdf [Fecha de consulta: el 3 de mayo de 2020].

Wang Yaping (王雅萍). (2013). “Shehui jiangou zhuyi yu daxuesheng Yingyu zizhu xuexi: yi xibu qian fada diqu wei li (社会建构主义与大学生英语自主学习——以西部欠发达地区为例) [Research on College Student’s English Autonomous Learning from the Perspective of Social Constructivism: Taking Under-developed West as Example]”. *Gansu Lianhe Daxue Xuebao (Shehui Kexue Ban)* (甘肃联合大学学报 (社会科学版)) [Journal of Gansu Lianhe University (Social Sciences)], 29(3), 111-115. doi: 10.13805/j.cnki.2095-7009.2013.03.013.

Wang Zhuoyu (王卓玉). (2015). “Weixin pingtai zai yuyan xuexi zhong de yingyong yanjiu (微信平台在语言学习中的应用研究) [Investigación sobre la aplicación de la plataforma WeChat en el aprendizaje de idiomas]”. *Kaifang Jiaoyu Yanjiu* (开放教育研究) [Investigación en Educación Abierta], 21(2), 133-119.

Wang Zihui (王子珲) [@fer.mdxh]. (2020, el 15 de mayo). Obtenido de: https://www.instagram.com/p/CANObbhFK8/?utm_source=ig_web_copy_link.

Zhang Guanglin (张广林) y Zhang Juan (张娟). (2015). “Shehui jiangou zhuyi shiyuxia MTI fanyi jiaoxue yanjiu (社会建构主义视域下 MTI 翻译教学研究) [Research on MTI Translation Teaching in the Perspective of Social Constructivism]”. *Changchun Daxue Xuebao* (长春大学学报) [Journal of Changchun University], 25(6), 105-109.

Zhong Zhixian (钟志贤). (2005). “Jiyu shehui jiangou zhuyi de wangluo xuexi celue

sheji (基于社会建构主义的网络学习策略设计) [Design on Network Learning Strategies Based on Social Constructivism]”. *Xiandai Yuancheng Jiaoyu Yanjiu* (现代远程教育研究) [Modern Distance Education Research], 18(4), 11-14.

Zhonghua Renmin Gongheguo Guojia Zhiliang Jiandu Jianyan Jianyi Zongju (中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局) [Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena de la República Popular de China] y Zhongguo Guojia Biaozhunhua Guanli Weiyuanhui (中国国家标准化管理委员会) [Comité Nacional de Gestión de Normalización de China]. (2012). “Hanyu Pinyin Zhengcifa Jiben Guize (汉语拼音正词法基本规则) [Reglas básicas de la ortografía del alfabeto fonético chino]”. (GB/T 16159/2012). Beijing (北京): Zhonghua Renmin Gongheguo Guojia Biaozhun (中华人民共和国国家标准) [Normas nacionales de la República Popular de China]. Disponible en: <http://www.moe.gov.cn/ewebeditor/uploadfile/2015/01/13/20150113091717604.pdf> [Fecha de consulta: el 7 de junio de 2020].

Zhou Minkang (周敏康). (2015). “Ouzhou yuyan gongtong cankao kuangjia xia de Xibanya daxue benke hanyu jiaoxue (欧洲语言共同参考框架下的西班牙大学本科汉语教学) [La enseñanza del chino de grado en universidades españolas bajo el MCER]”. En Shijie Hanyu Jiaoxue Xuehui y Kongzi Xueyuan Zongbu (eds.) (世界汉语教学学会、孔子学院总部) [Sociedad Internacional para la Enseñanza de la Lengua China y Oficina General del Instituto Confucio], *Di-shi'er jie guoji hanyu jiaoxue yantao hui lunwen xuan* (第十二届国际汉语教学研讨会论文选) [Proceedings of the 12th International Conference on Chinese Language Teaching], 99-104. Beijing (北京): Beijing Waiyu Yu Jiaoxue Yanjiushe (外语教学与研究出版社) [Foreign Language Teaching and Research Press]. ISBN: 9787513582773.

Zhou Ying (周影) y Dong Yuanyuan (董元元). (2017). “Jiyu shejiao meiti de waiyu yidong xuexi yanjiu zongshu (基于社交媒体的外语移动学习研究综述) [A Review of Study on MALL Based on Social Media]”. *Qiqiha'er Daxue Xuebao*

(Zhexue Shehui Kexue Ban) 齐齐哈尔大学学报 (哲学社会科学版) [Journal of Qiqihar University (Phi & Soc Sci)], 46(04), 179-182. doi: 10.13971/j.cnki.cn23-1435/c.2017.04.052.

Zi Ru (子如). (2015). Hanban-News. Recuperado de: http://english.hanban.org/article/2015-02/04/content_573512.htm [Fecha de consulta: el 21 de marzo de 2020].

11. APÉNDICE

11.1 La encuesta completa

Propuesta para el aprendizaje de chino con redes sociales

Apreciadas alumnas y apreciados alumnos,

Con la voluntad de conocer vuestra valoración sobre la idea del uso de redes sociales como método complementario para el aprendizaje de la lengua china, os agradeceríamos que respondierais el cuestionario que encontraréis a continuación, que forma parte de un trabajo de fin de estudios del Máster oficial en Didáctica de Chino para Hispanohablantes de la Universidad Autónoma de Barcelona.

No os costará más de 5 minutos y vuestra participación será de carácter voluntario y no remunerado. En caso de requerir más información, podéis poneros en contacto con el investigador responsable: Wang Zihui (Fernando): Zihui.Wang@e-campus.uab.cat.

(La recogida de datos se finalizará el 31 de mayo.)

I. Entre las siguientes redes sociales, ¿cuál de ellas usas con más frecuencia?

Tabla 11.1 Pregunta I



Facebook



Instagram



Pinterest



Tumblr



Twitter

Ns/Nc



YouTube

Otro: _____

II. ¿Qué piensas en general del uso de redes sociales para aprender lenguas extranjeras?

- Creo que es una idea muy interesante y quiero probarla al menos una vez.
- Me parece interesante pero no tengo ganas de probarla.
- Esta idea me es indiferente.
- No veo nada interesante en esta idea.
- Me da la sensación de que es algo absurdo.
- Ns/Nc
- Otro: _____

III. ¿Has probado las redes sociales para aprender lenguas extranjeras?

Sí → III-V

No → III-F

III-F. ¿Por qué no usas redes sociales para aprender lenguas extranjeras?

No tengo suficiente tiempo extracurricular. Las redes sociales no son para estudiar.

No sigo mucha gente o canales que hablen otras lenguas.

No me parece eficaz este método.

Me falta una guía que me ayude a explorar este método.

Temo que el uso de redes sociales sea una distracción para el aprendizaje.

Ns/Nc

Otro: _____

III-V. ¿Has probado las redes sociales para aprender el chino?

Sí → IV

No → III-V-F

III-V-F. ¿Por qué no usas redes sociales para aprender el chino?

El chino es muy diferente de otros idiomas europeos.

Me cuesta mucho aprenderlo en las redes sociales.

No puedo encontrar muchos usuarios sinohablantes.

Me falta una guía que me ayude a explorar este método.

Los recursos lingüísticos que existen en las redes sociales no son adecuados para mi nivel.

Ns/Nc

Otro: _____

Los shǒuzhàng (手账), préstamo de techo (手帳), palabra japonesa, son cuadernos pequeños que a menudo se llevan encima para apuntar pensamientos o cosas pendientes. Es muy parecido a una agenda personal, pero de forma más artística y fina, y suele contener dibujos, sellos, pegatinas y cintas adhesivas multicolores. El shouzhang de Cueva (2020) es un buen ejemplo: suele apuntar lo que ha aprendido en clase en su cuaderno con dibujitos que puedan reflejar el contexto y los significados. Luego, lo comparte en Instagram e interactúa con sus amigos en chino.



Figura 11.1 Captura de pantalla-@adri.cueva

IV. ¿Qué te parecería si se introdujera una actividad complementaria basada en los shǒuzhàng (手账) en clase?

- Me gustaría mucho.
- No me gustaría.
- Ns/Nc

V. ¿Cuáles son los aspectos que te gustan en esta actividad?

- Tengo la posibilidad de conocer a más personas que estudian chino como yo.
- El elogio de otros usuarios me motiva mucho.
- Es una buena idea para sistematizar y sintetizar lo que he aprendido.
- La combinación de dibujos y palabras chinas me encanta.
- Este cuaderno será un recuerdo precioso para mí.
- Ns/Nc
- Otro: _____

VI. ¿Cuáles son los aspectos que te disgustan en esta actividad?

- Tiene el problema de la privacidad.
- Me costará mucho tiempo.
- No creo que es algo que pueda interesar a mis seguidores.
- No veo nada eficaz esta actividad.
- No tengo muchos seguidores sinohablantes que puedan interactuar conmigo.
- Ns/Nc
- Otro: _____

VII. Si tienes algunos comentarios o sugerencias sobre nuestro tema, por favor, apúntalo debajo:
