

PRÁCTICAS LINGÜÍSTICAS EN FACEBOOK E INSTAGRAM

Alicia Hernando Velasco

Universidad Complutense de Madrid

Isabel García Parejo

Universidad Complutense de Madrid

RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo analizar las prácticas multilingüísticas que Fabiola, estudiante de español como lengua extranjera, desarrolla en Facebook e Instagram. Para el estudio, se han seguido y recopilado los mensajes y actualizaciones de estado en estas redes sociales de Fabiola y de otros 10 estudiantes universitarios de origen extranjero entre 2013 y 2016. El corpus se ha analizado 1) contabilizando los mensajes en los que escriben en su primera lengua u otras lenguas en Facebook e Instagram; y 2) procediendo a un análisis discursivo de sus textos. Los resultados apuntan a que existe una diferencia en el uso de las lenguas según la red de interacción. Así, en Facebook se prefiere la lengua materna frente a Instagram. Esto nos lleva a considerar que tanto el diseño como la configuración de la red, así como la conceptualización de la amistad tienden a favorecer la elección de la lengua en cada red.

Palabras clave: prácticas multilingüísticas, prácticas letradas, discurso en línea, aprendizaje ELE

ABSTRACT

The study analyzes the multilingualistic practices of Fabiola, a student of Spanish as a foreign language, in Facebook and Instagram. Messages and status updates on these platforms written from 2013 to 2016 by Fabiola and ten other foreign university students were followed and compiled. The corpus was analyzed as follows. 1) Counting the messages written in their first language, and those in other languages; 2) discourse and textual analysis of the messages. The results suggest a difference in language choice depending on the network where the interaction takes place: in Facebook, the first language tends to prevail; in Instagram, other languages are used. Both the design and configuration of these platforms, and the way friendship is conceptualized in them, seem to influence language choice.

Keywords: multilingual practices, multilingual practices online, literacy practices, Spanish as a Foreign Language

1. INTRODUCCIÓN

La investigación actual en torno a las prácticas letradas en el siglo XXI no solo se ha visto influida por los paradigmas que sitúan la comunicación escrita en el marco de las teorías sociales. Es decir, de aquellos paradigmas que consideran que las prácticas letradas de los individuos tienen que ver con los cambios, sociales, económicos, políticos y tecnológicos que se producen en la sociedad en la que viven (cf. Barton, 1994; García Parejo, 2005). La proliferación, sobre todo en las últimas décadas, de una serie de herramientas que se utilizan para escribir, mezclar, publicar, distribuir e interactuar en línea ha transformado la manera en la que los individuos escriben y, con ello, el tipo de discurso que se produce y la propia configuración de las prácticas letradas (cf. Kress y Van Leeuwen, 2001; Barton y Lee, 2013; Lee, 2011, 2017). Estas prácticas se han visto alteradas porque los usuarios se comunican con conocidos y desconocidos, en distintas lenguas, sin limitaciones de espacio y tiempo, y en espacios que han modificado las estructuras sociales y jerárquicas. Hasta qué punto influye esta nueva forma de interacción tanto en la forma de los discursos como en la identidad letrada de los usuarios es algo que comienza a interesar a los estudiosos de análisis del discurso y de la lingüística aplicada (cf. Hernando Velasco, 2017; Hernando Velasco y García Parejo, 2016).

En este contexto, nuestro trabajo pretende explorar las prácticas vernáculas a partir de las cuales un grupo de estudiantes de español como lengua extranjera (ELE) construye los discursos que formulan en Facebook e Instagram. Para ello, partimos de la definición de *discurso* propuesta por Kress y Van Leeuwen (2001) para quienes los “discursos son conocimientos socialmente construidos a partir de algún aspecto de la realidad”. Desde esta perspectiva, solo es posible el estudio de textos multimodales como los que se producen desde la interacción en redes sociales, tomando en consideración los conceptos de *diseño* y *producción*. Los diseños son entendidos como conceptualizaciones de la forma de productos y eventos semióticos, e intervienen en tres procesos diferentes: (i) la formulación de un discurso o la combinación de distintos discursos; (ii) la interacción en la que se inserta un discurso concreto y (iii) la manera en la que se combinan modos semióticos. Por su parte, la producción tiene que ver con la materialización de esos productos y eventos, en un proceso en el que se añaden significados nuevos en ocasiones no previstos por los diseños.

2. CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO

A partir del estudio de las interacciones en Facebook e Instagram, los objetivos específicos de nuestra investigación son dos: (i) analizar con quiénes se relacionan los estudiantes de ELE, concretamente, quiénes forman parte de su círculo más íntimo y qué tipo de relación o interacciones mantienen y (ii) establecer la relación entre el diseño y configuración de una y otra red y el uso diferenciado de las lenguas que conocen los usuarios.

2.1 Descripción de los participantes

En el estudio que nos sirve de base, participaron 11 estudiantes universitarios de origen extranjero que cumplían los siguientes requisitos: tener más de 18 años; ser aprendientes de ELE; ser usuarios más o menos frecuentes de redes sociales y dar su autorización para seguimiento y publicación de datos. Para este trabajo nos centraremos en Fabiola, Alumna italiana de 24 años, estudiante de Comunicación y hablante de inglés y árabe.

2.2 Metodología

Se construyó un corpus con los mensajes y actualizaciones de estado en Facebook e Instagram escritos en español entre 2013 y 2017. El corpus se analizó, por una parte, contabilizando el número de veces que escribían en su primera lengua u otras lenguas en ambas redes; por otra, procediendo a un análisis discursivo de sus textos, tomando en consideración algunos de los elementos propuestos por Hymes (1972): los participantes en la conversación; la situación comunicativa; los instrumentos y los fines comunicativos; y otros elementos: cómo se produce la manifestación de la identidad y de la distancia social (uso que hacen de las imágenes, de los enlaces, de los *hashtags*; cómo deciden utilizar la lengua y todo tipo de contenidos multimodales para representar su identidad ante su audiencia).

3. RESULTADOS SOBRE PRÁCTICAS MULTILINGÜÍSTICAS

Como se puede observar en la figura que mostramos a continuación, sobre 60 mensajes recogidos de Fabiola, el uso que hace esta italiana de las lenguas que conoce, además del español, es diferente cuando interacciona en Facebook (FB-1) y cuando interacciona en Instagram (IG-24).

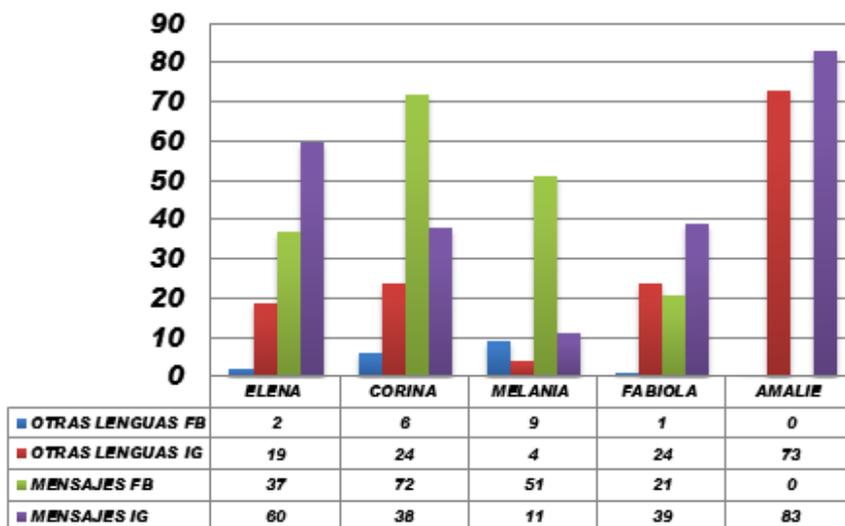


Figura 1. Mensajes en Facebook (FB) e Instagram (IG) de 5 estudiantes de ELE y mensajes con uso de otras lenguas diferentes a la materna en FB e IG

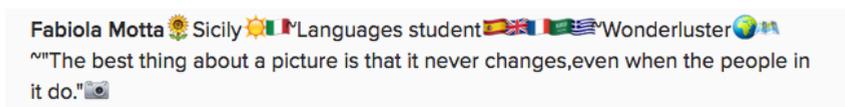
Esto parece estar relacionado el hecho de que en Facebook suelen dirigirse a personas con las que mantienen una relación más cercana, mientras que en Instagram tengan la posibilidad de ser leídos por una audiencia global conformada en muchos casos por conocidos y, sobre todo, desconocidos, tiene consecuencias en el uso que hacen de las lenguas.

3.1 Las prácticas de Fabiola en Instagram

Además de las diferencias cuantitativas, podemos observar diferencias cualitativas al analizar la configuración de los mensajes de Fabiola. Así, por ejemplo, observamos que todas las estudiantes que aparecen en la figura 1 han decidido utilizar su nombre real para identificar las interacciones en red. Sin embargo,

Fabiola es la única que utiliza su nombre y apellido completos. Instagram permite, junto al nombre y la imagen del usuario, presentar una breve descripción, acompañada generalmente de un enlace a otra página web. Las descripciones de Fabiola (es normal que los usuarios las editen y modifiquen con el paso del tiempo) están escritas enteramente en inglés. La que analizamos durante el desarrollo de la investigación la definía como estudiante de lenguas, que es una de las identidades que ha decidido mostrar en esta cuenta. Incluía también una cita atribuida a Andy Warhol, escrita también en inglés (véase el ejemplo 1).

Ejemplo 1:



Sin embargo, una vez graduada en la universidad (en 2017) decide poner de manifiesto este cambio de actividad (graduada en lenguas), y los intereses y elementos temáticos que manifiesta en sus imágenes y entradas (véase el ejemplo 2).

Ejemplo 2:



Junto a las breves descripciones de los usuarios, otro lugar en Instagram donde el multilingüismo es central es en la descripción de imágenes y vídeos y, por supuesto, en el uso de *hashtags* que acompañan este contenido multimodal. Ha sido frecuente, durante la investigación, encontrar textos escritos en la lengua materna de los estudiantes, o en inglés, pero acompañados frecuentemente de *hashtags* en español. El caso de Fabiola es bastante ilustrativo. Gran parte de sus textos en Instagram están escritos en varias lenguas: en italiano, inglés y español. Por ejemplo, puede escribir la parte principal de su mensaje en italiano, e incluir *hashtags* en italiano, inglés y español (véase el ejemplo 3, publicado en mayo de 2016 en Instagram).

Ejemplo 3:

fabiola_motta 10 anni di amicizia
rappresentati in una foto 🥰🏍️
#friend#amistad#hermano#vespa#èunavit
achetisopporto

Escribe, de la misma manera, textos en otras lenguas con el mismo procedimiento, como el texto que mostramos a continuación, en el que se refiere a una estancia anterior en la ciudad de Salamanca (véase el ejemplo 4 publicado en febrero de 2016 en Instagram). Es curioso que decida escribir en inglés el cuerpo del mensaje, al referirse a la plaza mayor de Salamanca; pero los *hashtags* en español.

Ejemplo 4:



fabiola_motta I left a part of my heart over there, someday I'll go back to you to take it back.
#salamanca#plazamayor#memory#seeyou soon

O este otro mensaje en español para describir una salida a un restaurante mexicano (véase el ejemplo 5 publicado en el verano de 2016 en Instagram).

Ejemplo 5:

fabiola_motta Comida Mexicana 🥰🥰
#mexicanfood#food#foodporn#restaurant#
comidamexicana

Para Fabiola, Instagram es una especie de diario *personal* en el que aparecen imágenes, citas, textos, etc., más íntimos, reveladores de sus verdaderos sentimientos y emociones. Llama la atención, en ese sentido, el hecho de que de todos los participantes, sea la única que tiene configurada su cuenta como privada: manifiesta que solo acepta como seguidores a personas a las que conoce, y rechaza las solicitudes que le llegan de desconocidos. Es consciente del poder que tienen sus palabras en relación a la imagen que proyecta de sí misma, y el reconocimiento que de ello hagan sus lectores es importante.

3.2 Las prácticas de Fabiola en Facebook

Como Andropoutsopoulos (2010) sugiere, los usuarios de redes sociales son una especie de operadores intertextuales que editan materiales multimodal y multimedia en distintas plataformas y con diferentes propósitos. En el caso de Fabiola, en su cuenta de Facebook, es frecuente que aparezcan versos de canciones, imágenes citas, citas de obras literarias o frases motivacionales, textos que se citan de maneras muy diversas. Fabiola comparte en diferentes ocasiones versos de la canción *Hasta la raíz*, de la cantante mexicana Natalia Lafourcade, en su *timeline* de Facebook, aunque solo en una de ellas aparece el entrecorillado (véase el ejemplo 6 publicado el 26 de abril de 2015 en Facebook). El reconocimiento en cualquier caso del resto de versos es sencillo cuando tienes en cuenta el conjunto de textos, enlaces, fotografías, etc., que comparte en su perfil. En la primera entrada el texto está constituido por el título de la canción, entrecorillado y seguido de un emoticono.

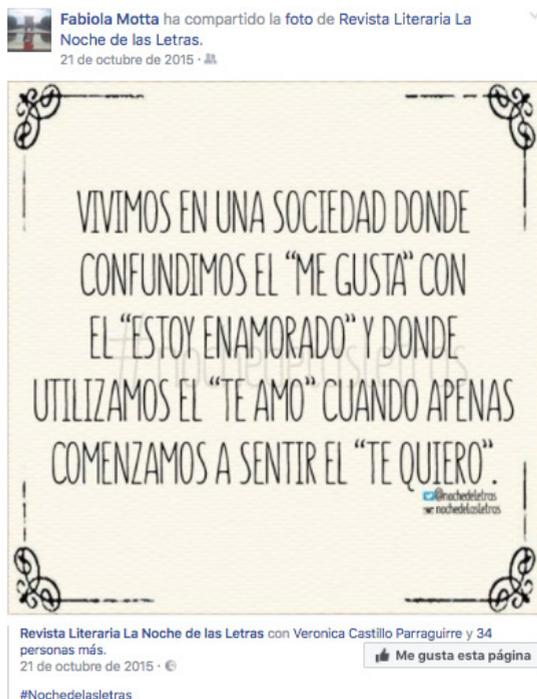
Ejemplo 6:

Yo te llevo dentro 

En esta segunda entrada el texto incluye, junto a algunos versos, el enlace tomado directamente de Youtube. En este ejemplo, la identificación del texto con los autores originales, al estar acompañada del enlace del vídeo, facilita el reconocimiento.

Hay una serie de citas muy particulares bastante frecuentes, habituales en algunos usuarios de Facebook. Se trata de una serie de citas tomadas de distintas páginas de Facebook, que en general aparecen sobreimpresas en una imagen. Son citas de muy distintos tipos y procedencias que Fabiola emplea para señalar que el contenido proposicional que se comparte se asume como propio, sin mediar ninguna modificación, pues se encargan únicamente de su distribución. Es el caso del ejemplo 7, donde Fabiola comparte desde una página de Facebook dedicada a la literatura, el 21 de octubre de 2015.

Ejemplo 7:



4. CONCLUSIONES

A partir del estudio de las interacciones de Fabiola en Facebook e Instagram y de los discursos producidos en esas interacciones hemos podido evidenciar que el uso de las lenguas que conoce es diferente en una y otra red. Así, hemos comprobado que en Facebook es habitual que escriba en su lengua materna, y en ocasiones en español. Sus entradas en Instagram, por otra parte, son bastante más personales e íntimas de las que suele compartir en Facebook. Predominan las imágenes en las que aparece en solitario, generalmente en un plano medio o primer plano, mientras que en Facebook las imágenes grupales son mayoritarias. Se percibe en este sentido un intento de construir su identidad de manera diferente: resaltando sus valores individuales en Instagram, y orientada hacia sus diferentes grupos de amigos en Facebook. Creemos, pues, que estas prácticas multilingüísticas están relacionadas con la audiencia a la que se dirigen en uno y otro caso: conocidos o personas a las que pueden conocer en el caso de Facebook;

una audiencia global en el caso de Instagram. Asumimos, por tanto, que tanto el diseño y la configuración, como la conceptualización de la amistad en ambas redes (*amigos* en Facebook, *seguidores* en Instagram) favorece o estimula interacciones en lenguas diferentes.

En definitiva, como numerosos estudios han demostrado antes (Lee, 2011, 2017), los textos que los usuarios utilizan en sus interacciones en línea son una fuente para poder explorar no solo las prácticas multilingüísticas de los usuarios, sino las características y estructuras de los textos que se producen en estas plataformas. Además, en el ámbito de las lenguas extranjeras, puede ayudarnos a entender sus prácticas letradas (lo que escriben con los recursos de los que disponen) en sus interacciones social cotidianas, más allá de su nivel o competencia lingüística.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARTON, D. 1994. "The social impact of literacy". En L. Verhoeven (ed.), *Functional Literacy. Theoretical Issues and Educational Implications*. Amsterdam: John Benjamins, 185-197.
- BARTON, D. y LEE, C. 2013. *Language Onlien. Investigating Digital Texts and Practices*. London/New York: Routledge.
- GARCÍA PAREJO, I. 2005. "Bialfabetismo: ¿Qué significa tener competencia lectoescritora en una segunda lengua?", *Glosas Didácticas*, 15: 39-58.
- HERNANDO VELASCO, A. 2017. *La construcción de la identidad social de los estudiantes de español como lengua extranjera en espacios digitales*. Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid.
- HERNANDO, A. y GARCÍA PAREJO, I. 2016. "Identidad y escritura en redes sociales". En M^a Á. Lamolda González y O. Cruz Moya (eds.), *La formación y competencias del profesorado de ELE*. Actas del XXVI Congreso Internacional de ASELE, 461-474. URL: http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/asele_xxvi.htm.
- KREES, G. y LEEUWEN, T. 2001. *Multimodal Discourse. The Modes and Media of Contemporary Communication*. London: Hodder Education.
- LEE, C. 2017. *Multilingualism Online*. London/New York: Routledge.

LEE, C. 2011. *Digital Discourse. Language on the New Media*. En C. Thurlow y K. Mroczek (eds.), *Micro-Blogging and Status Updates on Facebook: Text and Practices*. London: Oxford University Press, 110-128.