

UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

Facultad de Humanidades



Máster en
Educación
Obligatoria y
Formación
Enseñanza de

Profesorado de
Secundaria
Bachillerato,
Profesional y
Idiomas

Curso Académico: 2018/2019

Convocatoria: Junio

El método Flipped Classroom a través de Instagram TV en el aula de lenguas: percepciones del alumnado

Autora: Ana Ortiz Torres

Tutor académico: Alberto Andújar Vaca

Resumen

El presente documento tiene como objetivo realizar un análisis de la percepción que existe por parte de los alumnos de Educación Secundaria de la clase invertida o Flipped Classroom a través de Instagram TV en la enseñanza de la lengua inglesa. Con este fin, se creará una cuenta de Instagram a la que se subirán vídeos que serán utilizados para impartir este modelo de clase invertida a dos grupos de alumnos de 2º de ESO de un aula de inglés perteneciente a un centro de Educación Secundaria en la ciudad de Almería. Además, se recogerán datos a través de dos cuestionarios y una entrevista realizados en la muestra de alumnos mencionada anteriormente. Como resultado, se evidencia una percepción positiva en general por parte de los alumnos del método Flipped Classroom a través de Instagram TV, destacando la facilidad de uso percibida, la diversión que proporcionó el método y la preferencia de los alumnos de éste método sobre el tradicional. Estos resultados nos llevan a concluir que este modelo es aceptado y considerado por el alumnado como un recurso innovador dentro de la enseñanza de lenguas extranjeras, aunque podría incluso mejorar aplicando las mejoras propuestas.

Palabras clave: clase invertida, Instagram, enseñanza de la lengua inglesa.

Abstract

The aim of this study is to analyse the perception of Secondary Education students about the Flipped Classroom through Instagram TV in English language teaching. With this in mind, an Instagram account will be created to upload videos that will be used to give this model of inverted class to two groups of students in 2nd ESO in an English classroom belonging to a Secondary Education School in the city of Almería. In addition, data will be collected through two questionnaires and an interview conducted in the sample of students mentioned above. As a result, there is evidence of a positive perception by students of the Flipped Classroom method through Instagram TV, highlighting the easiness of use perceived, the enjoyment given by the method and the preference of this method over the traditional one by the pupils. These results lead us to conclude that this model is accepted and considered by the students as an innovative resource in the teaching of foreign languages, but it could be even better applying the suggested improvements.

Key words: flipped classroom, Instagram, English language teaching.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. OBJETIVOS.....	2
3. MARCO TEÓRICO.....	2
3.1. Usos de la clase invertida.....	2
3.2. Enseñanza de Lenguas Asistida por Ordenador (CALL).....	4
3.3. Enseñanza de Lenguas Asistida por Móvil (MALL).....	5
3.4. Redes sociales.....	7
3.5. Instagram.....	11
4. ESTADO DE LA CUESTIÓN.....	13
5. METODOLOGÍA.....	17
5.1. Instrumentos de recolección de datos.....	17
5.2. Procedimiento de la recolección de datos.....	17
6. RESULTADOS.....	18
7. IMPLICACIONES.....	34
8. CONCLUSIONES.....	38
BIBLIOGRAFÍA.....	40
ANEXOS.....	46

1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años se están intentando incluir nuevas metodologías en el aula de lenguas, con el fin de aumentar la motivación del alumnado e innovar, alejándose de los métodos más tradicionales, que pueden resultar monótonos y aburridos. Una de las propuestas más interesantes e innovadoras de la actualidad es la *Flipped Classroom* o clase invertida (Bergman y Sams, 2012). Este método consiste en transferir el trabajo de aprendizaje de contenidos fuera del aula y utilizar el tiempo de clase para la práctica de los conocimientos adquiridos.

Este modelo se ha aplicado sobre todo a través de redes sociales y aplicaciones móviles, pero son muy pocos los estudios realizados sobre el uso del método *Flipped Classroom* a través de la aplicación que más rápidamente está aumentando su popularidad en los últimos años entre los adolescentes: Instagram (Southern, 2018). Esta red social cumple la función de intercambio de fotografías y vídeos cortos en línea, además de permitir su edición previa directamente desde la aplicación, agregar títulos, etiquetas, geolocalizaciones y *hashtags*. Cada publicación de un usuario aparecerá en el *feed* de Instagram sus seguidores.

Este trabajo Fin de Máster surge del interés personal y académico de conocer la percepción de los alumnos sobre la metodología flipped learning mediante el uso de la herramienta Instagram. De igual forma, no nos consta que esta metodología se haya aplicado para el aprendizaje de lenguas a través de la herramienta previamente mencionada. Instagram TV supone un nuevo formato de red social en la que los usuarios pueden consumir y publicar contenidos de hasta una hora de vídeo. Esta nueva funcionalidad de la red social, que fue lanzada en junio de 2018 (System, 2018) da lugar a nuevas posibilidades desde el punto de vista de la enseñanza-aprendizaje de lenguas debido a las diversas posibilidades que ofrecen para impartir contenidos de lengua extranjera.

Este trabajo se ha dividido en las siguientes partes: primero, la introducción y los objetivos. Seguidamente, se expondrá el marco teórico, donde se estudiarán el origen y funcionamiento de las metodologías relacionadas con nuestra investigación: la *Flipped Classroom*, CALL (*Computer Assisted language Learning*) y MALL (*Mobile Assisted Language Learning*) además del uso de las redes sociales e Instagram a través de estas metodologías. A continuación, en el estado de la cuestión se analizarán los estudios

hechos, primeramente, utilizando la aplicación Instagram en el aula de lenguas y, seguidamente, utilizando otras redes sociales y aplicaciones móviles. Posteriormente, la metodología se centrará en determinar el contexto del estudio, los participantes e instrumentos utilizados para la recolección de datos del mismo. Finalmente, se expondrán y discutirán los resultados y posibles implicaciones pedagógicas, además de determinarse unas conclusiones finales sobre el estudio realizado.

2. OBJETIVOS

Esta investigación cuenta con dos objetivos principales:

- Analizar la percepción del método *Flipped Classroom* por parte de los alumnos de secundaria en el aula de inglés.
- Analizar la percepción del uso de Instagram TV a través del método *Flipped Classroom* por parte de los alumnos de secundaria en el aula de inglés.

Para conseguir estos objetivos, se pondrá en práctica el método *Flipped Classroom* a través de Instagram TV en un Centro de Secundaria durante el período de prácticas. Se utilizarán tres horas de clase ordinaria en dos grupos de 2º de ESO donde, posteriormente se impartirán dos cuestionarios a los alumnos: uno para analizar las impresiones acerca del método *flipped* y otro para analizar las impresiones de este método a través de la aplicación Instagram TV. Finalmente se les hará una entrevista en grupos de cinco para analizar las percepciones del alumnado de forma cualitativa.

3. MARCO TEÓRICO

3.1. Usos de la clase invertida

El origen de la clase invertida se remonta a 2004, cuando los profesores de química Jon Bergmann y Aaron Sams, comenzaron a grabar sus presentaciones visuales con una explicación oral para ofrecerlo como material de apoyo a sus alumnos en clase, con el propósito de que la preocupante situación de absentismo que tenían en su clase disminuyera. Estas sesiones se colgaban en *YouTube* para que los alumnos pudieran visualizarlo de forma autónoma (Bergman y Sams, 2011).

Más tarde, Gerstein (2012), propuso un modelo de *flipped classroom* con cuatro actividades cíclicas. Este modelo se basa en el Ciclo de Aprendizaje Experiencial y en el Ciclo de Instrucción de Huitt (2009). El modelo comienza normalmente con

ejercicios experienciales activos y significativos para el alumnado tales como juegos, simulaciones interactivas, experimentos, etc. Después, los alumnos realizan una exploración de los contenidos a través de clases grabadas en audio o vídeo y páginas web. Seguidamente, los alumnos deben reconstruir el contenido a partir de la reflexión e interacción con sus compañeros, para lo cual usan blogs, recursos audiovisuales, etc. Finalmente, los alumnos deben mostrar mediante presentaciones lo aprendido.

A parte de estos modelos sugeridos de la clase invertida, existen varios conceptos y definiciones de la misma, que no tiene por qué seguir obligatoriamente el modelo propuesto por Gerstein.

Para comprender el significado de clase invertida o *flipped classroom* debemos primero conocer la definición de clase tradicional. Según los propios creadores de la clase invertida, Bergmann y Sams (2012), el modelo tradicional, el que conoce nuestra sociedad, puede resumirse en la visión de que los alumnos asisten a las lecciones que los profesores imparten y, en casa, realizan los deberes que les hayan sido asignados en clase. Partiendo de esta base es más sencillo entender la definición de clase invertida:

«La clase o aula invertida es uno de los métodos de enseñanza más innovadores del momento. Este enfoque releva totalmente a la institución tradicional, cambiando el tiempo de enseñanza teórica en clase, por el tiempo de práctica en casa.» (Hwang, G-J., Lai y Wang, 2015: 1)

Según Aguilera (2017), la *flipped classroom* requiere una inversión con el método tradicional, donde les serán facilitados a los alumnos y alumnas conceptos teóricos con el fin de que el tiempo de clase se aproveche para resolver dudas y realizar prácticas y debates relevantes con el contenido.

Hwang, Lai y Wang (2015), resumen la definición de clase invertida como un método de enseñanza que traslada los contenidos de aprendizaje a antes de la clase, para así propiciar que los estudiantes y el profesor interactúen, y de esa manera dar más tiempo a los profesores para guiar las actividades de aprendizaje y resolver los problemas de los estudiantes.

Así pues, la clase invertida consistiría en que el alumno aprenda los contenidos por libre en casa con ayuda del material proporcionado por el profesor, para que así el tiempo de clase pueda emplearse en actividades más prácticas y resolución de dudas.

«Principalmente, el objetivo de este innovador método es que «el alumno/a asuma un rol mucho más activo en su proceso de aprendizaje que el que venía ocupando tradicionalmente.» (Berenguer, 2016:1466)

Los roles tanto del alumno como del profesor varían del método tradicional a la clase invertida. Por ejemplo, en la clase invertida el rol del profesor debería ser guiar a los estudiantes a pensar y debatir, y dar *feedback* y consejos profesionales. Los profesores se convierten en facilitadores y ayudantes en lugar de instructores, y su preparación es el elemento clave. Por otro lado, los alumnos tienen el rol de aprendices activos y hacen un buen uso de la asistencia dada por expertos para deducir conceptos relevantes (Hwang, Lai y Wang, 2015). Esta metodología también presenta un fuerte componente de responsabilidad y motivación por parte del alumnado para apropiarse de información y transformarla en conocimiento (Perdomo, 2016).

Nos encontramos con que la mayoría de los ejemplos y estudios de la clase invertida utilizan la tecnología para su aprendizaje en casa, pero hay distintas opiniones respecto a la posibilidad de aplicar el *flipped learning* sin necesidad de tecnología. Según Stone (2012), el uso de los vídeos va implícito en la clase invertida: «Grabar actividades en clase para transmitir una asignatura: Los estudiantes ven el vídeo antes de la clase y usan el tiempo de clase para resolver conceptos complejos, responder a preguntas, y se sienten animados para aprender activamente, así como crear vínculos con sus vidas diarias». En cambio, otros investigadores opinan que la manera de autoaprendizaje antes de la clase no tiene por qué estar basada en vídeos o Internet. «Mientras se les proporcionen a los alumnos contenidos de aprendizaje adecuados y una guía accesible, se pueden conseguir objetivos de aprendizaje similares» (Kim et al., 2014).

3.2. Enseñanza de Lenguas Asistida por Ordenador (CALL)

La Enseñanza de Lenguas Asistida por Ordenador, normalmente llamada *CALL* por sus siglas en inglés, puede sufrir muchos cambios debido al avance de las nuevas tecnologías, por lo que la definición que encontramos que más se adapta a su naturaleza cambiante es: «Cualquier proceso en el cual el estudiante usa un ordenador y, como resultado, mejora su lenguaje» (Beatty, 2010).

En su libro, Beatty también describe el origen de *CALL*: «Los primeros ordenadores utilizados para el aprendizaje del lenguaje eran enormes ordenadores centrales de los años 50 que solo estaban disponibles en las instalaciones de investigación de los campus universitarios». Así, el uso del ordenador en el aprendizaje de lenguas no era muy cómodo, algo que fue cambiando con los años. En 2007, Kuhleimer y Henkel hablan del uso doméstico del ordenador y el acceso a Internet desde casa, que no solo contribuyen a la adquisición de habilidades digitales que resultan útiles para el uso de este medio en la escuela, sino que también favorecen el desarrollo de estrategias cognitivas valiosas para el desempeño escolar.

En las pasadas décadas, el creciente uso del *Computer Assisted Language Learning* o *CALL* (Enseñanza de lenguas asistida por ordenador) ha animado a numerosos investigadores a estudiar el impacto de la inclusión de la tecnología en los resultados del aprendizaje de lenguas de los estudiantes y su motivación por aprender (Huang, 2015). Varios estudios afirman que *CALL* mejora el nivel lingüístico de los alumnos, así como la competencia comunicativa y la autonomía del aprendiz, ya que tiene acceso flexible y se adapta a la forma de estudio de cada alumno, incrementando por lo tanto la motivación por aprender y la confianza en sí mismos (Sheu, 2011; Fotos and Browne, 2004).

Centrándonos en el estado actual del *CALL 2.0*, estudios recientes han revelado que este método de enseñanza se percibe de manera positiva y es bien recibido entre los estudiantes de inglés como lengua extranjera (Nguyen, 2012) que puede mejorar los resultados de los aprendices (Arslany Sahin Kızıllı, 2010) y que puede incrementar el compromiso de los estudiantes (Hsu, Wang, & Comac, 2008).

En vistas al futuro, la efectiva integración de las Web 2.0 en el aprendizaje de lenguas se ha identificado como una dirección importante para el futuro de *CALL* (Wang y Vásquez, 2012).

3.3. Enseñanza de Lenguas Asistida por Móvil (MALL)

El aprendizaje de lenguas asistido por móvil o *MALL* se define como el uso de «tecnologías móviles en el aprendizaje de lenguas, especialmente en situaciones en las que la portabilidad del dispositivo ofrece ventajas específicas.» (Kukulka-Hulme, 2013:3701). El aprendizaje de lenguas mediante dispositivos móviles incluye

dispositivos desde reproductores MP3/MP4, *smartphones* y *e-books* hasta ordenadores portátiles y *tablets*. Se han publicado gran cantidad de estudios en las dos últimas décadas, lo que muestra que las tecnologías móviles se han desarrollado a pasos agigantados en este campo (Stockwell y Hubbard, 2013).

El aprendizaje por móvil se da en espacios y ambientes de aprendizaje en los que se tiene en cuenta la movilidad de la tecnología, de los estudiantes y del aprendizaje (El-Hussein y Cronje, 2010). El aprendizaje mediante dispositivos móviles es un nuevo concepto que incluye varias aplicaciones, procesos y métodos de aprendizaje. (Barhoumi y Rossi, 2013). Actualmente, la tecnología móvil en la educación es bastante común en clases en línea de universidades globales, y por lo tanto es evidente que los alumnos confían en la tecnología móvil, como *smartphones* y *tablets*, y en aplicaciones para casos sociales y de educación (Jimoyiannis et al., 2013; Stockwell, 2008).

Recientemente se han debatido los posibles usos de los teléfonos móviles con propósitos educativos, especialmente en la enseñanza de la lengua inglesa. Los investigadores han discutido sobre las diversas aplicaciones disponibles en los *smartphones*, que abren un abanico de posibilidades a los educadores y, como consecuencia, amplían las posibilidades de mejorar el aprendizaje de los estudiantes y de hacer el estudio una experiencia que merezca la pena para ellos (Godwin-Jones, 2011).

Puede parecer que el *MALL* es bastante similar al *CALL*, la relación de ambos métodos entre ellos, y con el aprendizaje móvil en general (ML), es bastante estrecha. Como nos muestra la Figura 1, (Stockwell y Hubbard, 2013) la zona sombreada representa los aspectos en los que coinciden.

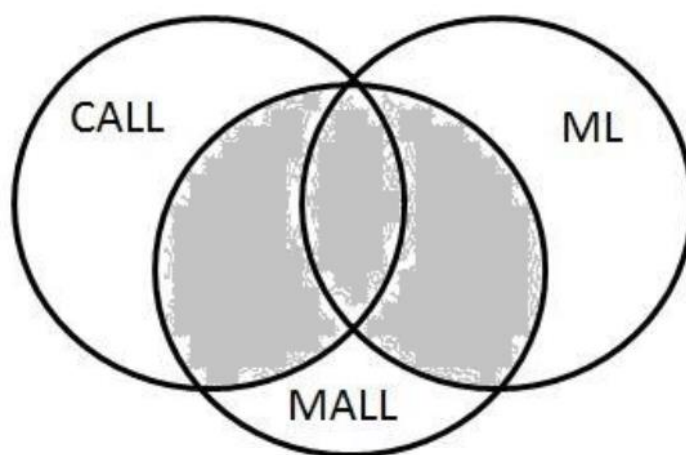


Figura 1: Aspectos comunes entre CALL, ML y MALL.

De ella obtendríamos la conclusión de que, aunque *MALL* es sin duda único en muchos aspectos, la investigación y experiencias *CALL* aportan contenidos valiosos, e incluso cruciales al campo. Quizás la característica más significativa que diferencia a *MALL* es el hecho de que, al contrario de los ordenadores de mesa, o incluso portátiles, la función primaria de los dispositivos móviles es para propósitos sociales y/o personales, contrarios a los propósitos de trabajo o estudio. (Stockwell y Hubbard, 2013).

En el caso del uso de las redes sociales en la enseñanza de lenguas, tanto *CALL* como *MALL* están presentes, e Instagram, la red social a través de la cual enfocamos nuestro estudio, no es una excepción. Cabe destacar que en el campo de *CALL* no está muy presente en el uso de Instagram, ya que, como veremos con mayor detalle próximamente, las funciones de la web de Instagram son muy limitadas. Sin embargo, el campo de *MALL* está absolutamente presente en este estudio, ya que Instagram es una aplicación adaptada especialmente para el uso desde dispositivos móviles, y su propósito primario es social, no de trabajo o estudio.

3.4. Redes sociales

Red social es un término utilizado para referirse al conjunto de plataformas 2.0 utilizadas para «socializar, cotillear, compartir información y quedar» (Boyd, 2014:6) con otros usuarios de la plataforma de distintos niveles. Estas plataformas son visitadas por un gran número de personas de generaciones jóvenes (Counts y Fisher, 2010; Dunn,

2013). Aunque la mayoría de las plataformas de redes sociales tienen una versión *Web*, se accede en su mayoría mediante tecnologías móviles: *smartphones* y *tablets* (Global Digital Statistics, 2014).

Desde que aparecieron, las redes sociales han estado integradas en el aula y han sido utilizadas con propósitos de aprendizaje de varias maneras (Gikas y Grant, 2013; Mao, 2014). De hecho, Seaman y Tnti-Kane (2013) revelan con su encuesta que hay un aumento en el uso de las redes sociales como herramienta en el aula, principalmente de los *blogs* y *wikis*.

Nuestra creciente dependencia en el uso de varias herramientas tecnológicas ha tenido un impacto en cada faceta de nuestras vidas, y la enseñanza y el aprendizaje de las lenguas no son una excepción. Los educadores incorporan regularmente una variedad de herramientas (Thorne and Payne 2005) para comprometer a sus estudiantes y para permitirles interactuar de nuevas y diferentes formas, tanto en clase como más allá de las paredes del aula. Concretamente, las redes sociales más populares, tales como Facebook, Edmodo y LinkedIn ofrecen a los educadores incluso más maneras de aumentar la motivación y de estimular el clima del aula (Mazer, Murphy y Simons, 2007).

Como afirman estos autores, hoy en día la dependencia en las redes sociales es evidente, y por lo tanto éstas llevan varios años incorporándose no solo en el ámbito del aprendizaje en general, sino también en el aprendizaje de las lenguas. Debido al papel esencial que tienen las redes sociales en la sociedad, y en el día a día de la mayoría de los estudiantes, se ha visto la necesidad de estudiar sus efectos en el aula de lenguas. La tabla 1 (Mazer, Murphy y Simonds, 2006) muestra las redes sociales sobre las que más estudios se han realizado, divididas en tres grupos: las que ofrecen al aprendiz practicar su expresión escrita (Twitter); las que se centran en el discurso oral (por ejemplo webs de videollamada) y en las que el principal objetivo es compartir imágenes (por ejemplo Instagram o Snapchat)

Nombre	Descripción
Edmodo	Página orientada a la educación, comparte al diseño de las redes sociales populares. Proporciona una manera segura y fácil de conectar y colaborar, compartir contenido y acceso a tarea para casa, notas y notificaciones del centro.
Facebook	Servicio de redes sociales en línea, originalmente diseñado para alumnos de secundaria pero actualmente extendida a la un público general.
Google Hangout	Lleva las conversaciones a la vida real con fotografías, emoticonos e incluso llamadas en grupo gratuitas. Puedes conectar con amigos a través de ordenadores, dispositivos de Android o de Apple.
GroupMe	Una aplicación de mensajería móvil en grupo de Microsoft.
Instagram	Una red social para compartir vídeos y fotografías en línea que proporciona a sus usuarios la posibilidad de tomar fotografías y vídeos, aplicarles filtros digitales y compartirlos en varias redes sociales, como Facebook, Twitter, Tumblr y Flickr.
LinkedIn	Una red social orientada en los negocios con una funcionalidad similar a la de Facebook.
Pinterest	Una herramienta de descubrimiento visual que la gente utiliza para recopilar ideas para sus proyectos e intereses. La gente crea y comparte colecciones (llamadas tableros) de imágenes (llamadas Pins) que se utilizan para hacer cosas como planear viajes y proyectos, organizar eventos y guardar artículos y recetas de cocina.
PodOmatic	Una página web que se especializa en la creación de herramientas y servicios que facilitan encontrar, crear, distribuir, promover y escuchar <i>podcasts</i> tanto de audio como de vídeo.
Snapchat	Una aplicación móvil que permite a los usuarios tomar fotografías y vídeos cortos. Los usuarios deciden durante cuánto tiempo será visible el contenido enviado una vez abierto – hasta 10 segundos. – y luego supuestamente desaparece para siempre.
Twitter	Una red social y de <i>microblogging</i> que da la posibilidad a los usuarios de enviar y leer textos cortos de hasta 140 caracteres, llamados <i>tweets</i> . Los usuarios registrados pueden leer y publicar tweets.
Voice Thread	Una herramienta interactiva para compartir contenido y colaborar que posibilita a los usuarios añadir imágenes, documentos y vídeos, y para la cual otros usuarios pueden añadir voz, texto, archivos de audio y comentarios de vídeo.

Tabla 1: Descripción distintas redes sociales

Tras conocer las funciones de las redes sociales esenciales utilizadas en el aprendizaje de lenguas, debemos saber que son muchas las oportunidades que las redes sociales proporcionan a los aprendices, como la posibilidad de interactuar a través de la segunda lengua, trabajar en grupo o mejorar el nivel lingüístico y pragmático. (Blattner y Fiori, 2011; Mills 2011; Blattner y Lomicka, 2012; Lomicka y Lord 2012; Farr y Murray, 2016). Según Blyth (2008), hay cuatro categorías para la investigación del aprendizaje de lenguas: la tecnológica, la psicolingüística, la sociocultural y la ecológica; el papel de las redes sociales en el aprendizaje de lenguas es tan relevante que forma parte de estas cuatro categorías. Los estudios realizados desde el enfoque tecnológico buscan extraer los beneficios de una herramienta concreta, así que pueden ser útiles para los profesores que buscan utilizar una red social concreta en la enseñanza de lenguas (Blyth, 2010). En cuanto a las investigaciones hechas desde el enfoque psicolingüístico, están centradas en la interacción social, y, por lo tanto, son ideales para explorar el papel de las redes sociales como herramienta en el aprendizaje de lenguas, enfatizando la conexión de los aprendices para que adquieran más contenidos y que los resultados sean mejores (Lomicka y Lord, 2016). Respecto al enfoque sociocultural, es similar al psicolingüístico, pero en este caso examina el proceso de la adquisición a través de la lengua gracias al énfasis de la interacción entre una comunidad de aprendices, y por lo tanto está directamente relacionado con las redes sociales, ya que las conexiones virtuales con otros aprendices y expertos del mundo puede ofrecer una atmósfera apropiada para el intercambio de lenguas (Harrison y Thomas, 2009). Las redes sociales también pueden proporcionar espacios virtuales donde aprender a través de la observación de otros, lo cual hace al aprendiz ganar confianza gracias al trabajo en grupo y a formar parte de una comunidad. (Rybers y Christiansen, 2008). Finalmente, los estudios basados en el enfoque ecológico no exploran las redes sociales de manera específica, pero pueden aplicarse a todos los espacios virtuales. (Lomicka y Lord, 2016).

Pese a que hay muchísimos aspectos positivos respecto a la inclusión de las redes sociales en el aprendizaje de lenguas hay también algunos aspectos negativos. Uno de ellos, las tareas extra para los profesores, que tienen que controlar si el lenguaje y el contenido son idóneos (Shih, 2011, 2013). Otro aspecto negativo es la posibilidad de que los estudiantes aprendan a producir lenguaje poco preciso por culpa del ambiente

online que muchas veces tiene un carácter informal y se produce fuera del entorno de clase, lo cual hace que el lenguaje producido conlleve abreviaciones, errores en el deletreo de palabras o la gran cantidad de intervenciones que los hablantes realizan en una conversación (Kabilan, Ahmad y Abidin, 2010). Por último, siempre existen problemas de privacidad, debido a la necesidad de intercambiar contactos e información personal entre los alumnos y profesores, lo cual implica el permiso de padres y alumnos para tener acceso a dicha información (Gettman y Cortijo, 2015; Teclehamanot y Hickman, 2011). Por último, otra desventaja es que el uso de las redes sociales en la vida personal prevalezca sobre su uso para cuestiones relacionadas con el aprendizaje (Lepi, 2013).

3.5. Instagram

Instagram es una red social a través de la cual se pueden compartir fotografías y vídeos de manera pública o privada. Se lanzó en octubre de 2010 y rápidamente ganó popularidad, con unos 100 millones de usuarios activos en abril de 2012 y más de 300 millones en diciembre de 2014. Fue a mediados de 2013 cuando se hizo posible compartir vídeos de 15 segundos, y en 2018 cuando se lanzó Instagram TV, que hace posible subir vídeos de hasta 1 hora.

Según una encuesta reciente, Instagram es, por ahora, la red social más popular entre los adolescentes (Mansor y Rahim, 2017). La popularidad de Instagram se puede ver a través de sus estadísticas. Dos meses después de su lanzamiento, Instagram alcanzó un millón de usuarios, y, en menos de un año se publicaron 150 millones de fotografías (Press Page, n.d.). Lunden (2014), afirma también que, aunque Facebook es la red social más utilizada del mundo, Instagram es la que más rápido está ganando popularidad. Además, Mao (2014), afirma que entre las actividades que los adolescentes realizan a través de las redes sociales, compartir fotografías y vídeos se encuentran entre las tres más comunes, y éstas a su vez son funciones básicas de Instagram.

Usando una aplicación móvil, Instagram permite crear cuentas, publicar contenido, aplicar filtros, añadir un pie de página, etiquetar usuarios, añadir localizaciones, hashtags dar «me gusta» a publicaciones, añadir comentarios, explorar y seguir otras cuentas, ver el *feed* generado por las cuentas seguidas, y buscar hashtags y usuarios. Sin embargo, la versión Web de Instagram tiene funciones mucho más

limitadas. En la tabla 2 se muestra la comparación entre las funciones posibles con la aplicación móvil y las de la página web (Al-Ali. S., 2014).

Funciones	Aplicación móvil	Página web
Crear cuentas	Disponible	No disponible
Publicar contenido	Disponible	No disponible
Aplicar filtros	Disponible	No disponible
Añadir pie de foto	Disponible	No disponible
Etiquetar usuarios	Disponible	No disponible
Añadir localizaciones	Disponible	No disponible
Añadir hashtags	Disponible	No disponible
Dar “me gusta” al contenido	Disponible	Disponible
Añadir comentarios	Disponible	Disponible
Mirar el <i>feed</i> de Instagram	Disponible	Disponible
Explorar <i>hashtags</i>	Disponible	No disponible
Explorar y seguir cuentas	Disponible	Disponible

Tabla 2: Disponibilidad de las funciones de Instagram desde su aplicación móvil comparado con su página web (Al-Ali, S, 2014).

Pese a su reciente lanzamiento, Instagram ya se ha considerado y empleado como herramienta de aprendizaje. Como afirma Sebah (2014), aunque tenga funciones limitadas, Instagram puede ser muy útil en las clases de lenguas. Una de las razones que le dan utilidad en este ámbito es el contenido visual contextualizado que proporciona, que puede captar a los aprendices visuales. Además, utilizar Instagram en clase proporciona la posibilidad de crear una comunidad de aprendizaje, facilitando la socialización entre compañeros. Otra ventaja del uso de la red social en el aula es que los alumnos están totalmente inmersos en Instagram en su día a día, además de muy acostumbrados a utilizar la aplicación, lo que los puede llevar a aplicar el contenido aprendido en clase en la vida real (Vie, 2008). La familiaridad de los alumnos con la aplicación puede relajar el posible nivel de estrés asociado al aprendizaje a través de herramientas a las que no están acostumbrados (McBride, 2009). Finalmente, la facilidad de acceso a Instagram y su disponibilidad en la mayoría de los dispositivos hacen que sea una herramienta más llamativa para emplear en el aula.

4. ESTADO DE LA CUESTIÓN

Debido a la poca antigüedad de la red social Instagram, creada en 2010, pocos estudios se han hecho acerca de su inclusión en el aprendizaje de inglés como segunda lengua.

Uno de ellos fue realizado por Sebah Al-Ali (2014) en las Escuelas Superiores de Tecnología de Sharjah, en los Emiratos Árabes. El experimento se realizó en dos clases del mismo nivel y contenido formadas por unas 20 estudiantes femeninas cada clase. Las participantes tenían entre 17 y 21 años, y todas ellas tuvieron acceso a tablets o smartphones y conexión WI-FI en todas las clases impartidas con Instagram. Las actividades a realizar eran una basada en la destreza oral y dos basadas en la destreza escrita. La primera consistía en publicar una imagen al día sobre algo especial de cada día de sus vacaciones, que sería la base del ejercicio de *speaking* que se realizaría en clase. Para la segunda actividad las estudiantes debían explorar *hashtags* para encontrar una imagen inspiradora sobre la cual tendrían que escribir una historia, mientras que para la tercera las alumnas deberían hacer sus propias fotografías en el colegio y publicarlas en Instagram junto a una historia acompañándolas. Cuando el curso terminó, se distribuyó una encuesta online a las estudiantes, que debían responder a tres preguntas únicamente diciendo SI o NO. Solo 16 alumnas completaron la entrevista, y los resultados fueron bastante positivos, mostrando que a todas les gustó utilizar Instagram con objetivos académicos, y que a la gran mayoría la red social les animó a producir trabajo de calidad y les ayudó a aprender las habilidades propuestas en clase. Pese a los resultados positivos, surgieron algunas dificultades, como era el caso de la dificultad de acceso al contenido debido a la privacidad de la cuenta de las alumnas y a los nombres de usuario personales que dificultaban la identificación de las mismas. Otra dificultad encontrada era la reticencia mostrada por las alumnas a la hora de subir el contenido a Instagram, ya que se avergonzaban de mostrar tareas académicas en sus perfiles. Como conclusión de este estudio, Instagram fue una herramienta útil para generar ideas para las actividades de clase, a la vez que ofreció una experiencia de aprendizaje que las alumnas disfrutaron.

Ayuni, Kasuma y Mydin (2017) mostraron en su estudio que los estudiantes mostraban percepciones altamente positivas en cuanto al uso de Instagram para mejorar sus habilidades escritas. En este estudio participaron 101 estudiantes de una universidad

de investigación de Malasia. Todos ellos debían participar en una actividad escrita a través de Instagram, similar a una de las actividades realizadas en el estudio de Sebah Al- Ali. Consistía en escribir sobre imágenes tomadas por los propios alumnos antes de responder a las encuestas cuantitativas y cualitativas de las que se recogerían los siguientes datos: a destacar, la mayoría de los participantes (75%) estaban de acuerdo en que Instagram mejoró su nivel en el idioma. Además, el 82% de los estudiantes describió su experiencia con Instagram como muy positiva. Respecto a la percepción del método, la gran mayoría (91%) estaban de acuerdo en que Instagram podía utilizarse con fines sociales y educativos. A pesar de estos resultados positivos, los alumnos entrevistados también encontraron algunas desventajas en la inclusión de Instagram como herramienta de aprendizaje. Las principales dificultades fueron las distracciones que surgían de la propia aplicación, tales como otras publicaciones ajenas a las tareas de clase y el miedo a escribir en inglés en la red social por miedo a ser criticados o juzgados por sus errores. A su vez, la privacidad fue una de las causas para que los alumnos se mostraran reticentes a compartir contenido con desconocidos.

Mansor y Rahim (2017) basan su estudio en vídeos de Instagram en lugar de en imágenes como se había hecho en los estudios anteriores. 20 alumnos de un curso de Comunicación de Negocios en la Universidad Terengganu de Malasia debían subir a su perfil presentaciones de vídeo que serían comentadas por sus compañeros. Los resultados de este estudio revelaron que Instagram motivó a los estudiantes en el aprendizaje y los incitó a la interacción con sus compañeros en el idioma. A destacar entre los datos que nos da la investigación realizada por este estudio, está el incremento de participantes en la actividad, que aumentó de un 50% de participación el día 1 a un 95% el último día. De las entrevistas online realizadas a los alumnos después de la experiencia de aprendizaje a través de Instagram, se recogió que les encanta interactuar con sus compañeros a través de la red social, y que el uso de la misma les motivó a participar, aumentando su confianza para comunicarse en inglés.

Son más numerosos los estudios realizados a través de otras redes sociales, también muy populares entre los adolescentes, tales como Whatsapp, Facebook o Twitter. Esto se debe probablemente a que estas redes sociales tienen mayor antigüedad. La mayoría de estos estudios analizan la motivación provocada en el aprendizaje del alumnado por estas redes sociales.

Un ejemplo es el de Mitchell (2012) que realizó un estudio en el que se utilizaba Facebook como herramienta de aprendizaje en nueve estudiantes de inglés como segunda lengua. Los datos se recogieron de entrevistas, y tras su análisis se sacó la conclusión de que los alumnos no solo eran capaces de comunicarse con amigos a través de esta red social, sino que también eran capaces de mejorar sus competencias cultural y lingüística. Este estudio reveló que las principales razones de motivación para mejorar la segunda lengua a través de esta plataforma fueron la incitación por parte de los amigos, lo que podríamos llamar motivación social, y el aprendizaje cultural.

Borau et al. (2016), en su estudio realizado en la Escuela a Distancia Shanghai Jiao Tong, utilizaron Twitter como herramienta de aprendizaje en el aula de lenguas. En este caso las actividades se basarían en el *microblogging*, una forma de interacción social que consiste en responder a la pregunta «¿Qué estás haciendo?». Así, los alumnos debían relatar sus actividades diarias. Los datos recogidos en un cuestionario sobre el uso y opinión acerca de Twitter revelaron que la red social mejoró el sentido de comunidad de la clase, lo cual aumentó el factor de motivación en gran medida. Además, la gran mayoría de los alumnos opinaron que encontraban más fácil comunicarse en inglés después del periodo de clases asistidas por Twitter, y ningún alumno presentó su total desacuerdo.

Los estudios a través de WhatsApp, una de las aplicaciones más populares para Smartphone han sido numerosos en los últimos años.

Hamad (2017), en su estudio realizado en el departamento de inglés de la Escuela de Ciencias y Artes de la Universidad King Khalid de Majarda, mostró que gracias a grupos de discusión de WhatsApp a través de los cuales se compartían vídeos, audios y gráficos, el entusiasmo de los alumnos aumentó, a la vez que desarrollo de sus habilidades en inglés, nivel vocabulario y aprendizaje a través de los errores de sus compañeros. Estos datos se recogieron de un cuestionario de opinión que consistía en doce preguntas, de las que destacaríamos que todos los alumnos estaban de acuerdo en que WhatsApp les ayudó a desarrollar sus habilidades en la lectura, así como la gran mayoría coincidía en que la aplicación también fue beneficiosa para desarrollar su escritura en inglés. En cambio, en cuanto a niveles de motivación, el número de alumnos que afirmaban que WhatsApp les motivó a aprender inglés era poco superior al número de alumnos que opinaban lo contrario, resultado bastante diferente del resto de

estudios basados en el uso de las redes sociales en el aula de lenguas. Algunas desventajas encontradas al realizar este estudio fueron la preparación de materiales y el mantenimiento de la disciplina en el grupo durante la realización de las actividades.

En el caso del estudio de Andújar Vaca y Cruz Martínez (2017), lo que se pretende es analizar el potencial de WhatsApp para mejorar las destrezas orales en el aula de lenguas. El experimento se basó en la creación de un grupo de WhatsApp a través del cual los sujetos interactuaron durante 6 meses. Esta vez se compararon los resultados de un grupo experimental y un grupo control. Los datos resultantes del estudio se recogieron a través de las muestras orales recogidas en la aplicación y un examen oral. Los resultados fueron bastante positivos, ya que, efectivamente, el grupo experimental superó al grupo control en todos los aspectos de la escala de competencia oral. Cabe destacar que las habilidades del habla que presentaron una mejora superior fueron la fluidez, la pronunciación y el vocabulario.

En ocasiones las redes sociales se pueden aplicar al modelo de clase *flipped classroom* o clase invertida, y han sido varios los estudios realizados de esta manera.

Un ejemplo es el estudio de Chen Hsieh, Vivian Wu y Marek (2017), en el que se imparte un curso de entrenamiento oral que incluye comunicación verbal y escrita online para el aprendizaje de *idioms* en inglés. En esta investigación, LINE era la aplicación para *smartphone* que se utilizó como herramienta de aprendizaje. Este método se aplicó en 48 alumnos de universidad en las clases de entrenamiento del inglés. Sus resultados revelaron que este método no solo incrementó la motivación de los alumnos, volviéndolos más activos en clase, sino que también aumentó sus conocimientos considerablemente. Tanto los dos cuestionarios como las entrevistas en grupo revelaron que, en general, la teoría *flipped* basada en LINE funcionaba mejor que el método convencional en los aspectos de motivación, incremento del conocimiento, mejora de la habilidad oral y mayor compromiso en las tareas de aprendizaje. De igual manera los participantes también hablaron de las dificultades que habían encontrado en este método, como el tiempo extra que éste requería. Un dato bastante llamativo fue que la pregunta con media más baja de sujetos de acuerdo fue en la que se afirmaba preferir el método de clase invertida basado en LINE al método tradicional.

5. METODOLOGÍA

5.1. Instrumentos de recolección de datos

Para recoger los datos relativos a la audiencia de los vídeos se utilizaron dos tablas iguales, una para cada clase, que contenían cada una seis apartados en total: el nombre del alumno, su usuario de Instagram, seguimiento de la página, vídeos primera clase, vídeos segunda clase y vídeos tercera clase (Anexo 1).

Para recoger los datos relativos a la percepción general del método de *flipped classroom* por parte del alumnado, se utilizó una encuesta (Anexo 2) basada en el modelo de Chen Hshieh, Wu y Marek (2017): «Perception of flipped learning experience». La encuesta está formada por catorce preguntas situadas en el eje vertical de una tabla. En el eje horizontal aparecen los números y descripción del valor de cada número a puntuar cada pregunta. Los valores son los siguientes:

1: Totalmente en desacuerdo, 2: En desacuerdo, 3: Neutro, 4: De acuerdo, 5: Totalmente de acuerdo.

Para recoger los datos relativos a la percepción general sobre el uso de Instagram en el aprendizaje del curso por parte del alumnado, se utilizó una encuesta (Anexo 3) basada en el modelo de Chen Hshieh, Wu y Marek (2017): «Technology acceptance model» formada por 25 preguntas en total y dividida en cinco apartados: Características del sistema, características del material, facilidad de uso percibida, actitud sobre el uso e intención de comportamiento. Debajo de cada pregunta se puede rodear, del 1 al 5 la puntuación que se le da, dependiendo del significado de cada número, que se describe en el enunciado principal. Los valores de los números son los mismos que los de la encuesta que recoge los datos relativos a la motivación.

Para recoger datos generales sobre las opiniones de los alumnos sobre la metodología en primera persona, se utilizó una entrevista que contenía nueve preguntas relativas a la experiencia de recibir clases mediante este método (Anexo 4).

5.2. Procedimiento de la recolección de datos.

Para recoger los datos relativos a la audiencia de los vídeos, el primer paso que se llevó a cabo fue pasar la lista de clase a los alumnos para que escribieran su usuario de Instagram junto a su nombre. Después de explicarles cómo seguir la cuenta de Instagram y de pedirles que la siguieran, se comprobó que los alumnos habían realizado

tal acción. Del mismo modo, para comprobar quién veía los vídeos. Cada día que se daba una clase basada en la explicación de los vídeos, se accedía a las notificaciones de la cuenta, donde los me gusta aparecen de la siguiente manera: «A @x, @y y a 20 personas más les ha gustado tu vídeo.» Se pulsa el número de personas a las que les ha gustado el vídeo y a partir de ahí podemos buscar, como anteriormente para ver quién había seguido la cuenta, usuario por usuario, quién ha visto el vídeo y quién no. Cabe destacar que, a diferencia de los vídeos que se suben al muro básico de Instagram, ésta es la única manera de ver, no solo el número de usuarios a los que les ha gustado el vídeo, sino también sus identidades cuando el vídeo pertenece a Instagram TV.

Para recoger los datos de las dos encuestas, tanto motivación como percepción, éstas se pasaron a los alumnos conjuntamente después de haber terminado el periodo de aplicación de la metodología en clase. Los alumnos debían marcar la casilla correspondiente en la primera encuesta y rodear el número correspondiente en la segunda. Una vez entregadas todas las respuestas, se apuntaron en dos tablas de Excel los resultados dados por cada alumno a cada uno de los ítems pertenecientes a cada encuesta. Así, fue posible calcular la media y el porcentaje de respuestas por ítem.

Para recoger los datos de la entrevista, una vez terminado el periodo de aplicación de la metodología en clase, se fueron sacando del aula a los alumnos en grupos de cinco. En el departamento de inglés se les iban realizando las preguntas en grupo, y se anotaban todas las respuestas recibidas.

6. RESULTADOS

Los resultados recogidos del estudio realizado se mostrarán en 12 figuras diferentes: 2 tablas y 10 gráficos.

Audiencia de los vídeos de Instagram TV

El siguiente gráfico muestra el número de alumnos que vieron cada vídeo de Instagram TV antes de que se trabajara su contenido en clase. El nivel de audiencia de los vídeos de Instagram TV en los que se basa este modelo de clase invertida es un dato esencial a analizar, ya que sin ver los vídeos es prácticamente imposible para los alumnos seguir la clase física en el instituto.

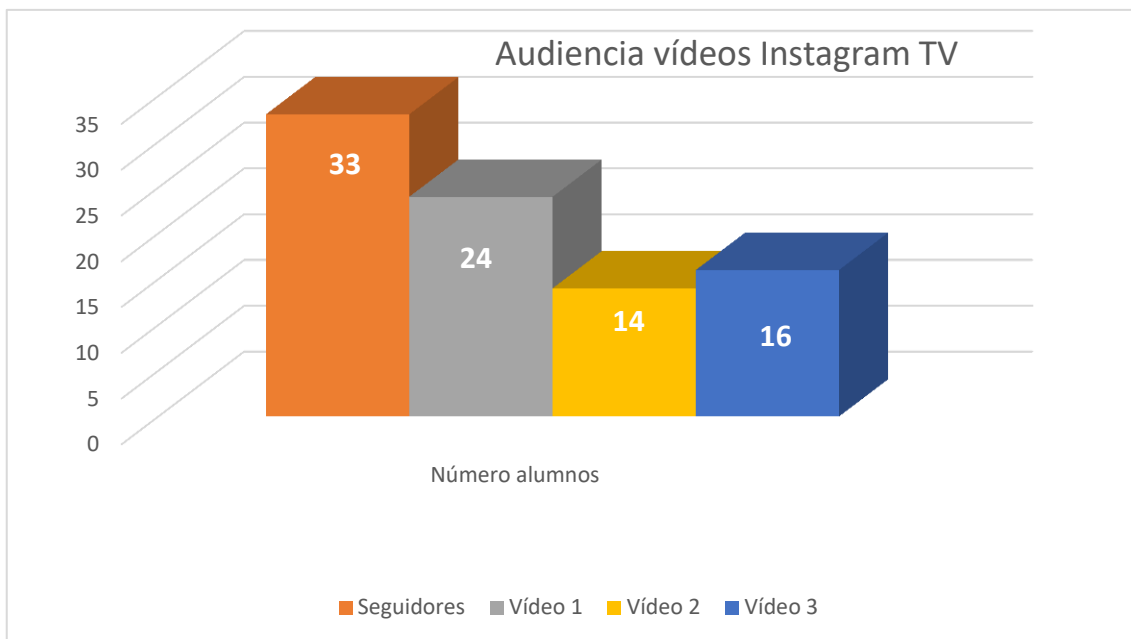


Figura 2: Audiencia de los vídeos de Instagram TV

Nos encontramos que, de 53 alumnos que componen en total el grupo en el cual se ha impartido esta clase, 33 han seguido la cuenta. De esos seguidores, 24 han visto los vídeos de la primera clase dada a través de esta metodología, 14 han visto los vídeos de la segunda y 16 han visto los vídeos de la tercera.

Estos datos nos revelan que más de la mitad de los alumnos han seguido la cuenta, pero que menos de la mitad han visto los vídeos necesarios para seguir las clases. Este seguimiento nos ayuda a comprender el impacto de la aplicación y de la metodología en el alumnado.

Encuesta de percepción de *flipped classroom*

La encuesta de percepción de la *flipped classroom* ha sido tomada de Chen Hsieh, Wu y Marek (2017): Appendix 1. Perception of flipped learning experience. Se ha utilizado esta encuesta con el fin de averiguar cuál es la percepción de los alumnos acerca de la experiencia *flipped classroom* que han vivido por primera vez, comparada con el método de clase tradicional al que están acostumbrados.

Ítem	Media
1. El modelo de flipped classroom es el mejor para el aprendizaje.	3,44
2. He disfrutado más aprendiendo mediante este modelo	3,56
3. Creo que Flipped Classroom es más eficiente y eficaz para aprender.	3,33
4. Me siento más motivado/a en la Flipped Classroom	3,27
5. He participado y me he involucrado más en la Flipped Classroom	3,04
6. Me he convertido en un/a aprendiz más activo/a	3,08
7. Creo que el tiempo y el esfuerzo dedicados a la Flipped Classroom merecen la pena.	3,54
8. He aprendido más y mejor con la flipped classroom	3,17
9. Prefiero la Flipped Classroom a una clase tradicional	3,56
10. Pienso que el modelo de Flipped Classroom me ha guiado hacia un mejor entendimiento de los contenidos escolares.	3,13
11. Me he divertido en la Flipped Classroom	3,63
12. Me he comprometido más con las actividades realizadas en la Flipped Classroom	3,27
13. He dedicado más tiempo y esfuerzo en las actividades de la Flipped classroom.	2,92
14. Generalmente, esto contento/a y satisfecho/a con esta experiencia basada en la Flipped classroom.	3,65

Tabla 3: Percepción de la experiencia flipped

El análisis de la encuesta de percepción del método *Flipped Classroom* nos permite ver que en todos los ítems menos uno, (el número 13, que habla del tiempo y esfuerzo empleados en las actividades de *Flipped Classroom*) la media supera el número 3, que corresponde a la respuesta neutral y a la media de los datos de la escala. Este dato significa que, en general, la percepción de los alumnos de la metodología *flipped classroom* en la asignatura de inglés es positiva, pero inferior a la de otros estudios (Chen Hsieh, Wu y Marek, 2017). Estos resultados dan respuesta al primer

objetivo de análisis del presente estudio, que analiza la percepción que los alumnos tienen de la metodología de *flipped classroom*. A continuación, se analizarán con detalle los ítems con resultados más significativos:

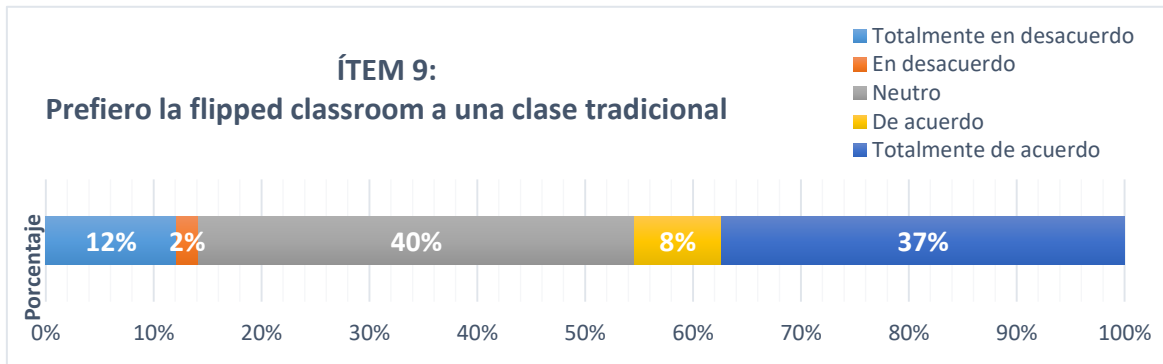


Figura 3: Prefiero la Flipped Classroom a una clase tradicional

El ítem número 9, que habla de la preferencia de la *flipped classroom* sobre la clase tradicional, destaca porque el 37% del grupo está totalmente de acuerdo, lo cual quiere decir que 18 alumnos prefieren totalmente la *flipped classroom* a través de Instagram TV a la clase tradicional, mientras que solo un 12% (6 alumnos) escogen la opción “totalmente en desacuerdo”, con lo cual prefieren la clase tradicional a la *flipped classroom*. Este resultado quiere decir que hay muchos más alumnos que prefieren esta metodología a la que habían recibido hasta el momento. Este resultado coincide con el estudio de Nouri (2016), que muestra también una mayor preferencia por la clase invertida, mientras que difiere de estudios previos en los que se exploraba la percepción de los alumnos sobre la clase tradicional y la clase invertida (Chen Hsieh, Wu y Marek, 2017; Strayer, 2007), los cuales muestran una mayor preferencia del alumnado por la clase tradicional.

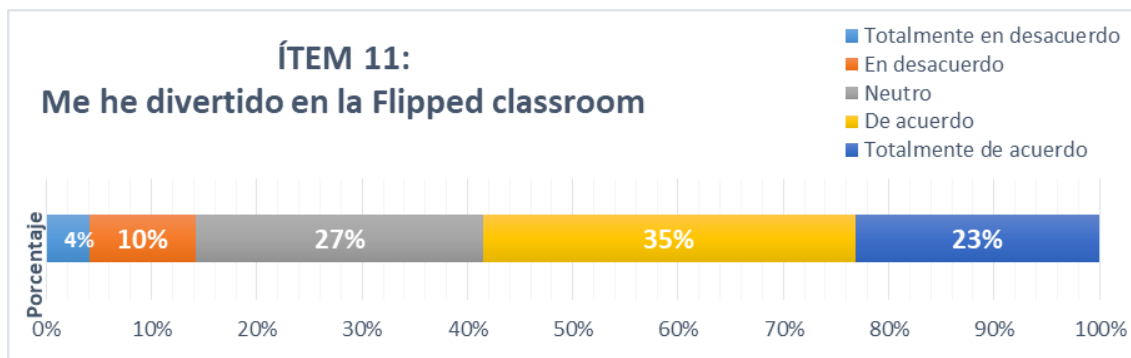


Figura 4: Me he divertido en la Flipped Classroom

El ítem número 11 muestra que el 35% de los entrevistados están de acuerdo con que se han divertido con esta metodología, mientras que 23% están totalmente de acuerdo, lo cual hace un total de 58%. Estos datos significan que más de la mitad de los participantes se ha divertido durante las clases en las que se aplicaba esta metodología.

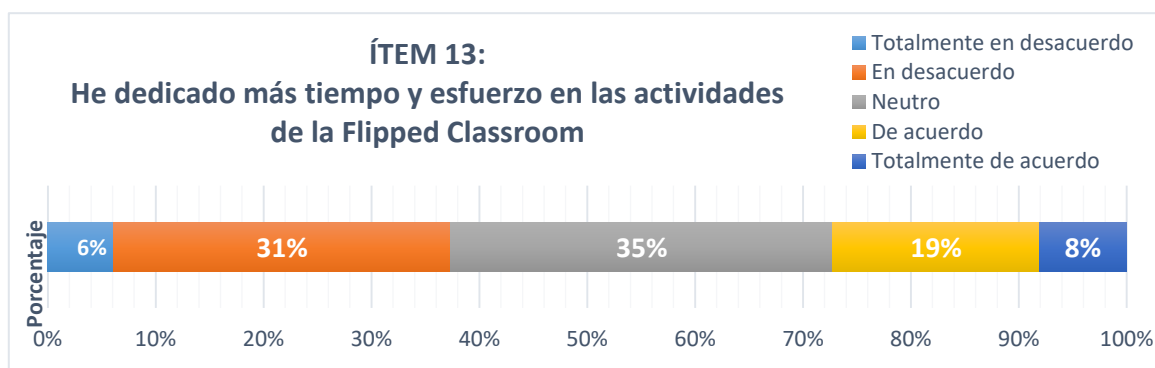


Figura 5: He dedicado más tiempo y esfuerzo en las actividades de la Flipped Classroom

Los resultados del ítem número 13 desvelan que, en general, los alumnos no han dedicado más tiempo y esfuerzo a las actividades realizadas a través de *flipped classroom*, ya que solo un 8% de los alumnos está totalmente de acuerdo con este enunciado, junto a un 19% que está de acuerdo, frente a un 6% que está totalmente en desacuerdo y un 31% que está en desacuerdo.

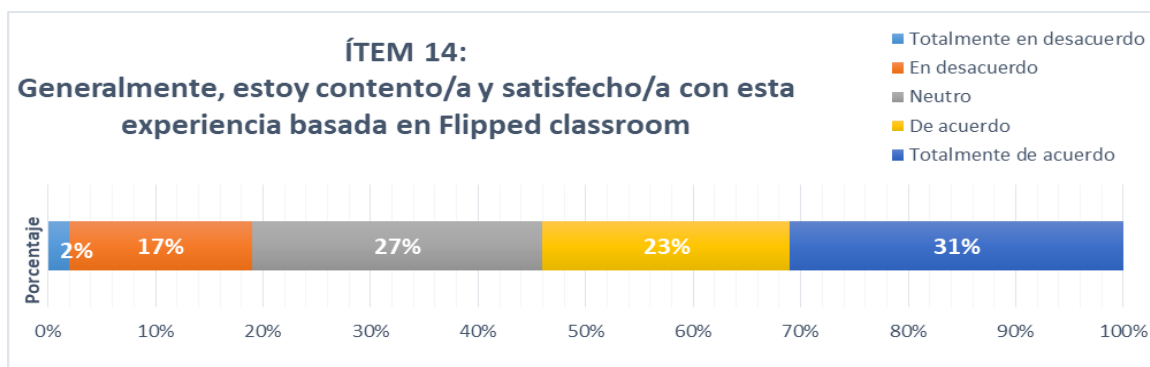


Figura 6: Generalmente estoy contento/a y satisfecho/a con esta experiencia.

El ítem 14 muestra que la mayoría de los alumnos que han vivido esta experiencia basada en *flipped classroom* a través de Instagram TV están satisfechos, ya que un 31% de los alumnos está totalmente de acuerdo con este ítem, y un 23% está de acuerdo, lo que hace un 54% de alumnos satisfechos. Estos resultados coinciden con estudios previos (Peterson, 2016; Morgan H. et al., 2015; Lee, Lim y Kim, 2016) en los que la mayoría de los alumnos se muestran satisfechos con este método.

Encuesta aceptación del uso de la herramienta

La encuesta de percepción utilizada ha sido adaptada de la investigación de Chen Hsieh, Vivian Wu y Marek, 2017: Anexo 1. Se ha utilizado para averiguar la percepción de los alumnos respecto al modelo de *flipped learning* propuesto a través de Instagram TV.

	Media
Características del sistema	
El uso de Instagram proporcionó actividades de aprendizaje de inglés en un entorno realista.	3,53
El uso de Instagram proporcionó un entorno de aprendizaje de inglés estimulante.	3,53
Me sentí cómodo usando Instagram para visualizar las explicaciones teóricas en comparación con las explicaciones cara a cara.	3,47
Pude usar Instagram para mejorar mi aprendizaje de la segunda lengua basándome en los vídeos del profesor.	3,51

Características del material	
Los materiales de vídeo/ audio hechos por la profesora llevaron a una mejor comprensión de los contenidos del curso.	3,49
Los materiales de vídeo/ audio hechos por la profesora llevaron a sumergirme en el ambiente de aprendizaje de la clase.	3,49
Los materiales de vídeo/ audio hechos por la profesora fueron útiles para aprender los contenidos de clase.	3,71
Los materiales de vídeo/ audio hechos por la profesora lme ayudaron a comprender los puntos importantes incluidos en las unidades.	3,47
Creo que los materiales de vídeo/audio hechos por la profesora fueron útiles para mejorar mi nivel de inglés.	3,51
Facilidad de uso percibida	
Recibí una guía clara sobre el uso de Instagram y como visualizar los vídeos.	4,11
Usar Instagram no requería demasiado tiempo.	3,84
Aprender a usar Instagram para las actividades de mi clase fue fácil.	4,20
La visualización de los vídeos a través de Instagram fue adecuada y no me provocó estrés.	3,93
Utilidad percibida	
Aprender a través de Instagram mejoró mi habilidad en inglés.	3,07
Aprender a través de Instagram aumentó mis ganas de usar los contenidos aprendidos en inglés.	3,29
El aprendizaje a través de Instagram proporcionó beneficios a esta clase.	3,47
Los vídeos elaborados por la profesora a través de Instagram fueron útiles para mejorar mi trabajo en clase	3,42
Actitud sobre el uso	
Me ha gustado usar Instagram para aprender inglés	3,73
Tengo una actitud positiva sobre el uso de Instagram en esta clase.	3,84
Creo que usar Instagram para aprender inglés es una buena idea.	3,89
Tenía ganas de que llegaran las clases en las que íbamos a utilizar Instagram	3,49
Intención de comportamiento	
Cuando use Instagram, continuaré escribiendo y siguiendo cuentas en inglés, además de en español.	3,42
Seguiré usando Instagram para mejorar mi nivel de inglés.	3,31

Estaré encantado/a de poder utilizar los contenidos que he aprendido cuando utilice Instagram.	3,58
Cuando use Instagram me sentiré seguro de mí mismo/a al participar en conversaciones o posts en inglés.	3,67

Tabla 4: Modelo de aceptación de la tecnología

En los resultados de la encuesta de percepción podemos apreciar que la media de todos los ítems está por encima de 3, lo cual quiere decir que la percepción de los alumnos hacia esta metodología es bastante positiva. En el experimento que utilizó originalmente esta encuesta realizando la clase invertida a través de LINE, (Chen Hsieh, Vivian Wu y Marek, 2017), los resultados también superaron el 3 en su totalidad, lo que quiere decir que ambas aplicaciones (Instagram TV y LINE) tienen efectos similares: nuestra media mínima es 3,07, mientras que la suya 3,05.

Esta encuesta se divide en seis apartados: Características del sistema, características del material, facilidad de uso percibida, utilidad percibida, actitud sobre el uso e intención de comportamiento.

El apartado en el cual se encuentran medias más altas es en el de facilidad percibida, en el cual las medias de dos ítems superan el 4 (ítems 10 y 12), mientras que el apartado con el ítem de media más baja es el de utilidad percibida. Es el caso del ítem número 14, que cuenta con un 3,07 de media. Los resultados del experimento original son diferentes: la media más alta se encuentra en el apartado de características del sistema, mientras que el ítem con media más baja en su caso es el número 2, que habla del tiempo de trabajo extra requerido por este método.

Estos resultados nos revelan que, en general, los alumnos han considerado esta metodología de muy fácil acceso, pero no de una utilidad superior al método anterior, dando respuesta al segundo objetivo de análisis de este estudio el cual explora la percepción de los alumnos sobre la metodología flipped classroom en Instagram. Este objetivo se complementará con las entrevistas realizadas en la siguiente sección de este estudio.

A continuación, analizaremos en profundidad los ítems más significativos:

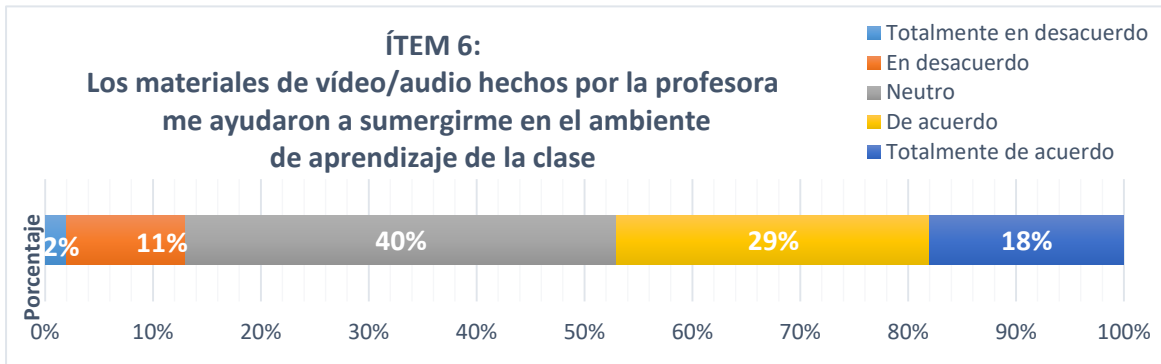


Figura 7: Los materiales me ayudaron a sumergirme en el ambiente.

Lo más destacable del ítem número 6 es que solo un 2%, es decir, un solo alumno ha estado totalmente en desacuerdo con que los materiales usados en esta metodología lo ayudaron a sumergirse en el ambiente de aprendizaje de la clase. El porcentaje de alumnos en desacuerdo no es mucho mayor, de un 11, por lo que podemos deducir que muy pocos alumnos se sintieron fuera del ambiente de aprendizaje de la clase.

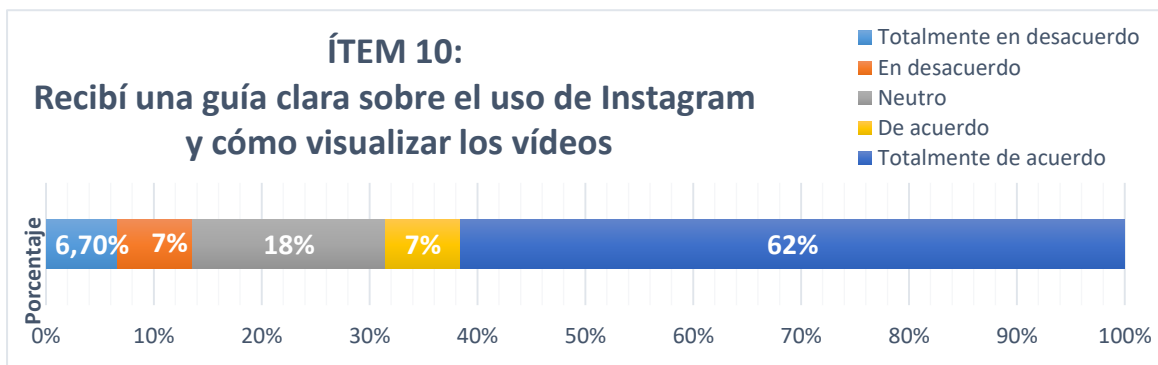


Figura 8: Recibí una guía clara sobre el uso de Instagram

Podemos destacar del ítem 10 que es el de mayor porcentaje de alumnos que están totalmente de acuerdo de, no solo la encuesta de percepción, sino de las dos encuestas. Lo que nos dejan claro los resultados de este ítem es que el 62% del alumnado considera que se les ha explicado de manera clara cómo utilizar Instagram y visualizar los vídeos.

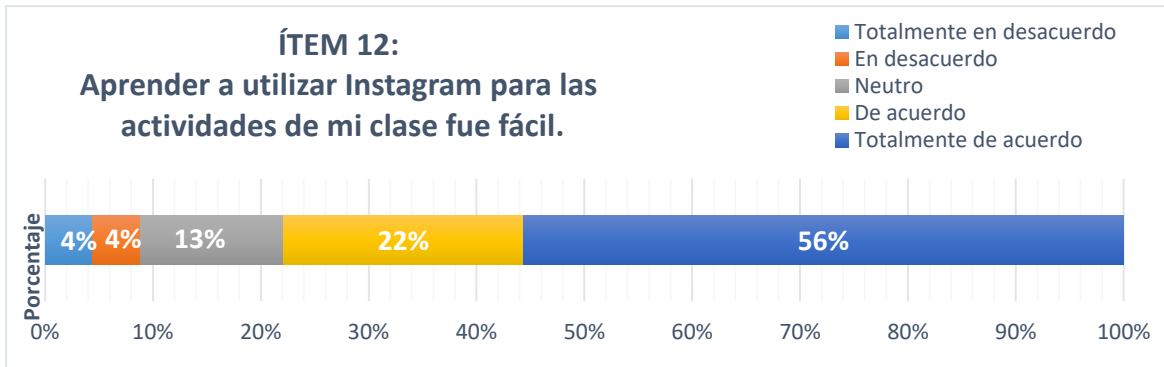


Figura 9: Aprender a utilizar Instagram para las actividades de clase fue fácil.

En el ítem 12, al igual que en el 10, los resultados van en progresión, aumentando el porcentaje considerablemente en las respuestas “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”. En este caso un 56% del alumnado está totalmente de acuerdo, y un 22% está de acuerdo, frente a un 4% del alumnado que está totalmente en desacuerdo, y el mismo porcentaje en desacuerdo.

Esto quiere decir que, a los alumnos/as no solo les pareció clara la guía que se les dio para utilizar Instagram y acceder a los vídeos como se demuestra con los resultados del ítem 10, sino que también les resultó fácil utilizar la plataforma.

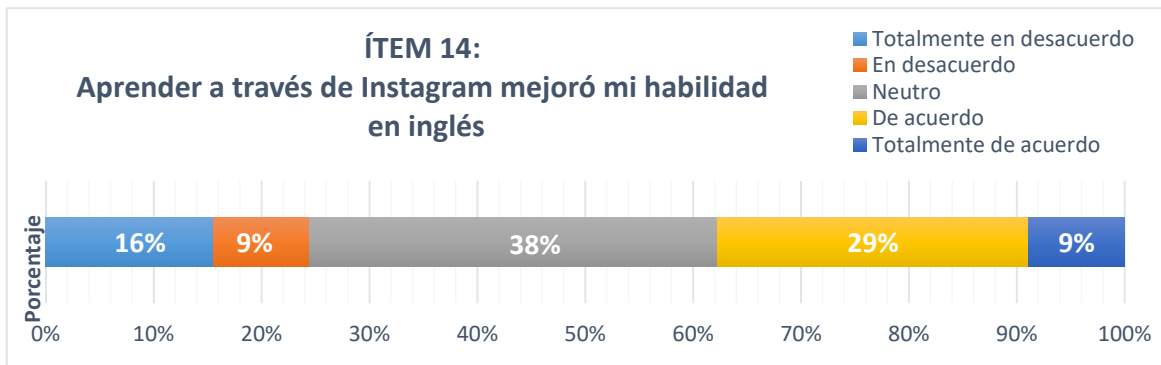


Figura 10: Aprender a través de Instagram mejoró mi habilidad en inglés.

El ítem número 14 es el que tiene el resultado más bajo de alumnado en total acuerdo, un 9%, es decir, solo 4 alumnos. Estos datos muestran que en la mayoría de los casos el alumnado percibe que esta metodología no mejoró su habilidad en inglés. En estudios anteriores encontramos resultados contrarios (Lee, Lim y Kin, 2016), en los

que los estudiantes afirman que la clase utilizando redes sociales como herramienta les ayudó a mejorar sus habilidades en inglés.

Entrevista

Para obtener datos de carácter cualitativo, se realizó una entrevista oral a los alumnos en grupos de 5 (Anexo 3). La entrevista consistió en 9 preguntas acerca de la experiencia *flipped classroom* a través de Instagram.

A la pregunta número **uno** «¿Qué te ha parecido esta metodología?» la mayoría de los alumnos dicen que es muy buena idea, y la razón en la que se apoyan la mayoría de los alumnos para tener esta opinión es que puede verse más de una vez, pausarse y repetirse. Hay algunos motivos más por los cuales los alumnos afirman los beneficios de esta metodología, como pueden ser:

- La diferencia de niveles en clase.
«Si hay distintos niveles en la clase cada uno puede ver las explicaciones a su ritmo»
- La posibilidad de ver las explicaciones en cualquier momento.
«Se pueden ver los vídeos cuando quieras»
- La desaparición de distracciones de clase como los compañeros.
«No te distraes con tus compañeros hablándote ni con el profesor regañando»
- La posibilidad de ver las explicaciones, aunque no se vaya a clase.
«Si no vas a clase un día puedes enterarte de la explicación igualmente»
- La cercanía entre alumno y profesor que aporta la red social.
«Como tienes al profe en Instagram la relación es más cercana»
- La posibilidad de escribir comentarios y el uso de redes sociales en clase en general.
«Se pueden escribir comentarios para hacer preguntas»

Algunos comentarios hechos por los alumnos acerca de estos beneficios fueron los siguientes:

- *«Es buena cuando hay distintos niveles en clase, ya que cada uno puede seguir un ritmo diferente y verlo varias veces»*
- *«Puedes verlo en el momento que quieras»*

- *«No te distraes con los compañeros y el profesor mandando callar»*
- *«Si no vas a clase puedes verlo igualmente»*
- *«Las redes sociales hacen el estudio más cercano»*
- *«Es bueno para la relación entre alumno y profesor al ser amigos en una red social como Instagram»*
- *«Puedes escribir comentarios y eso ayuda»*
- *«Me gusta que se utilicen las redes sociales en clase»*

Entre los adjetivos positivos dichos por varios de los alumnos hacia la metodología encontramos motivadora, curiosa, interesante, cómoda, diferente, innovadora, divertida, útil y entretenida. También nos encontramos con algunas opiniones neutras:

- *«Creo que se aprende lo mismo que de la otra manera»*
- *«Me parece regular».*

Respecto a las opiniones negativas acerca de esta metodología, las que más se repiten están relacionadas con las distracciones proporcionadas por el móvil y la posibilidad de dar me gusta sin ver el vídeo:

- *«Te distraes con otras cosas del móvil y nunca terminas de ver los vídeos»*
- *«Hay gente que puede dar me gusta y no ver el vídeo»*

Otros ejemplos de opiniones negativas acerca de esta metodología por parte del alumnado están relacionados con la falta de recursos y cuenta de Instagram, la longitud de los vídeos, la aparición de dudas que no se pueden resolver de manera instantánea, la falta de tiempo y los olvidos. Los alumnos lo expresan de la siguiente manera:

- *«A veces faltan recursos como wifi»*
- *«Los vídeos están bien para verlos en clase, pero no en casa»*
- *«Los vídeos son demasiado largos»*
- *«Me parece mala porque surgen dudas y no puedes preguntar»*
- *«A veces no tienes tiempo de ver los vídeos»*
- *«A veces no te acuerdas de ver los vídeos» y «Hay personas que no tienen cuenta de Instagram y no pueden verlo»*

A la pregunta número **dos** «¿Consideras que es útil?» la totalidad de uno de los grupos responde afirmativamente, y casi la totalidad del otro también, pese a excepciones de alumnos que dicen que depende de la situación, destacan la ausencia del profesor y la aparición de distracciones. Lo expresan de la siguiente manera:

- *«Si te interesa el idioma, sí»*
- *«Depende, si no entiendes inglés, no»*
- *«Falta el profesor»*
- *«No, porque te distraes»*

A la pregunta número **tres** «¿Has tenido algún problema a la hora de acceder a los vídeos?» la mayoría del alumnado responde que no, gracias a su fácil acceso, pero algunos alumnos muestran problemas tales como la ausencia de cuenta de Instagram y de actualizaciones pertinentes para poder ver los vídeos, el tiempo que les llevaba la carga de los mismos y castigos:

- *«No tengo Instagram y no pude verlos»*
- *«No tenía las actualizaciones de Instagram y no podía ver vídeos»*
- *«Estaba castigado sin móvil»*
- *«Lo tenía que ver desde la cuenta de mi primo»*
- *«Los vídeos me cargaban muy lento»*

A la pregunta número **cuatro** «¿Qué te parece el contenido de los vídeos?» la mayoría de los alumnos dicen que les parece comprensible y claro. Otros adjetivos positivos que los alumnos utilizan para describir el contenido de los vídeos son bueno, chulo, simple, concreto y sencillo. Además, dieron algunas respuestas positivas relacionadas con la corrección de las explicaciones, la inclusión de contenido extra, a organización de los vídeos y la capacidad de captar la atención de los mismos. Los alumnos lo expresan así:

- *«Está bien explicado, y además hay cosas nuevas que no aparecen en el libro»*
- *«Da toda la información necesaria»*
- *«Me gusta que se divida en tres vídeos cortos»*
- *«Atiendes más al vídeo que a la clase»*

Encontramos en contraste algunas opiniones negativas acerca del contenido de los vídeos, que hablan de la falta de comprensión de lo que se dice en ellos, la calidad y la necesidad de juntar y resumir los vídeos. También lo comparan con el método tradicional.

- *«No se entendía nada»*
- *«El audio estaba regular»*
- *«Peor que el de una clase normal»*
- *«Se podría mejorar la calidad»*
- *«Sería mejor resumir todo en un vídeo porque a veces no me entero de que hay más de uno y no veo todo el contenido»*

A la pregunta número **cinco** «¿Has tenido alguna dificultad a la hora de entender los vídeos?» la gran mayoría de los alumnos responden que no, aunque encontramos algunos alumnos que discrepan, justificando con su bajo nivel de inglés, la calidad del audio y destacando palabras concretas. Nos lo explican de la siguiente manera:

- *«Sí, pero porque reconozco que tengo un nivel muy bajo de inglés»*
- *«Palabras concretas»*
- *«El audio no se oía bien» son las escasas opiniones alternativas*

A la pregunta número **seis** «¿Crees que aprenderías mejor siguiendo este modelo, o un modelo tradicional?» nos encontramos opiniones muy dispares dependiendo de la clase: en uno de los grupos la gran mayoría dice que prefiere seguir este modelo de Flipped Classroom a través de Instagram, mientras que en el otro grupo hay más alumnos/as que prefieren seguir el modelo tradicional. También nos encontramos con varios alumnos en los dos grupos que dicen preferir un punto intermedio, o una mezcla de los dos modelos.

Dos ejemplos que dan los alumnos para apoyar el modelo propuesto en esta investigación son el uso de Kahoot para la evaluación de los contenidos de los vídeos y la posibilidad de verlos más de una vez:

- *«Elegiría este modelo, pero sobre todo con Kahoot»*
- *«Aprendería mejor con este modelo porque se puede repetir el vídeo»*

Algunos alumnos dan opiniones alternativas, no se decantan ni por uno ni por otro:

- *«Aprendería igual con los dos»*
- *«Prefiero que todo se enseñe en clase, pero de manera innovadora y dinámica»*
- *«Aprendería más con vídeos, pero en clase»*
- *«Aprendería más con este modelo, pero en asignaturas como inglés, en otras como mates creo que no»*

A la pregunta número **siete** «Ventajas que has percibido al usar esta metodología» muchos de los alumnos se remiten a las ya dichas en la pregunta número uno, que les pide su opinión general acerca de la metodología. La más repetida sin duda es el hecho de poder ver los vídeos cuantas veces se quiera, como ya se dijo anteriormente. Algunos ejemplos de ventajas además de las ya dichas son la motivación causada por Instagram, la posibilidad de realizar otras actividades a la vez, la disponibilidad de más tiempo para actividades prácticas, la ausencia de los compañeros que pueden ser posibles distracciones, el uso de Instagram, la posibilidad de verlo en distintos lugares y la aportación de interés y entretenimiento por parte del método. Algunos de los comentarios hechos por los alumnos al respecto fueron los siguientes:

- *«Instagram te motiva»*
- *«Puedes hacer otras cosas a la vez»*
- *«Puedes comer mientras lo ves»*
- *«Tienes más tiempo para practicar en clase»*
- *«No te molesta la gente de la clase»*
- *«Que ves la clase a través de Instagram»*
- *«Puedes verlo donde quieras»*
- *«Es más interesante»*
- *«Es más entretenido»*

Además, mencionan los adjetivos cómodo, ameno y divertido.

A la pregunta número **ocho** «Desventajas que has percibido al usar esta metodología» las más repetidas están relacionadas con los alumnos que no disponen de

cuenta de Instagram, las distracciones proporcionadas por el móvil y la calidad de audio.

- *«El acceso es difícil si no tienes cuenta de Instagram»*
- *«Te puedes distraer con otras conversaciones del móvil u otras publicaciones de Instagram»*
- *«La calidad de audio»*

Otras desventajas que los alumnos han encontrado en esta metodología son la falta de interacción instantánea con el profesor, por ejemplo:

- *«A veces olvidas las dudas que tienes sobre la explicación desde el momento que la has visto al momento que ves al profesor y puedes preguntarle en clase»*

También hablan de la longitud de los vídeos, la falta de móvil o cuenta de Instagram, la dificultad para comprender los vídeos, las actualizaciones de Instagram, que se agoten los datos del móvil, la pereza que supone verlos y los posibles olvidos.

Otros ejemplos que nos dan de contras para esta metodología son su formato vertical al verlos en el ordenador y los olvidos.

- *«Al ser el formato vertical se ve mal en el ordenador»*
- *«No suelo mirar Instagram y se me olvida verlos»*

A la pregunta número **nueve** «Recomendaciones en cuanto a cómo mejorar los vídeos para su posterior uso en clase» encontramos repetidas veces la calidad de vídeo y audio como respuesta, además de eliminar los posibles ruidos de fondo. Los alumnos también han sugerido otras ideas bastante interesantes como subir los vídeos a otras plataformas, añadir subtítulos, el uso de la sala de informática para las evaluaciones mediante Kahoot y reducir la longitud de los vídeos pero publicarlos más frecuentemente. Lo expresan de la siguiente manera:

- *«Crear una web alternativa a la que también se suban los vídeos»*
- *«Crear un apartado en la web bilingüe del instituto a donde se suban los vídeos»*
- *«Detenerse con la pizarra escrita para dejar tiempo para leer todo»*
- *«Subir un vídeo explicando en inglés y otro en español»*

- *«Subir los vídeos con subtítulos en español»*
- *«Resumir los vídeos, son demasiado largos»*
- *«Hacer todas las evaluaciones de los vídeos con Kahoot porque motiva más, y si la gente no se trae el móvil bajar a la sala de informática»*
- *«Poner los vídeos en la pantalla de clase» y «Hacer los vídeos más cortos, pero más veces por semana».*

Todos los resultados anteriores dan respuesta a ambos objetivos, tanto el de análisis de la motivación provocada por la metodología de flipped classroom a través de Instagram como al del análisis de la percepción de la metodología flipped classroom por parte de los alumnos.

7. IMPLICACIONES

Audiencia Instagram TV

Los datos acerca de la audiencia de Instagram TV nos revelan que, pese a que una mayoría de los alumnos han seguido la cuenta, solo una minoría han visto los vídeos necesarios para seguir las clases.

Desde el principio se intentó prevenir esta falta de audiencia poniendo dos historias de Instagram para recordar que se vieran los vídeos: una cuando los vídeos se acababan de subir a las redes y otra el día antes de la clase. Todos los seguidores de la cuenta veían la historia, pero por alguna razón muchos no se detenían a ver los vídeos.

Como solución para mejorar esta falta de audiencia, respondiendo al objetivo de análisis de la motivación, se propone que haya un incentivo mayor para motivar a los alumnos a ver los vídeos. Por ejemplo, que la cuenta de Instagram a la que se suben estos vídeos siga en esta red social solo a los alumnos que los ven, y que dé me gusta a solo a las publicaciones de los alumnos que vean los vídeos. Se sabe que esto motivará a los alumnos, ya que ellos mismos pedían durante la impartición de clases mediante esta metodología que por favor la cuenta de @englishceliavinas los siguiera de vuelta en sus cuentas privadas. Otra opción posible es que cada alumno que vea los vídeos reciba un positivo que influirá positivamente en su nota final.

Encuesta de motivación

Respondiendo a los objetivos de análisis de la motivación provocada por la metodología de Flipped Classroom a través de Instagram TV, los resultados de esta encuesta son bastante positivos, lo cual quiere decir que el grado de motivación en el alumnado ha sido bastante alto durante la aplicación de esta metodología.

Es cierto que el ítem número 13, que trata del esfuerzo y tiempo dedicado a esta metodología no ha tenido resultados muy sobresalientes, aunque tampoco negativos.

Por un lado podemos pensar que los alumnos no han dedicado más tiempo y esfuerzo con el uso de la Flipped Classroom a través de Instagram porque esta metodología no lo requiere, lo cual sería un hecho positivo. En el caso de que aun así, queramos que los alumnos dediquen más tiempo y esfuerzo se podría intentar motivarlos para ello pidiéndoles, por ejemplo, que tomen apuntes de los vídeos y los muestren al profesor en clase el día en el que se vayan a hacer las actividades referentes a los vídeos. Así, los alumnos/as retendrían también de manera más permanente los contenidos aprendidos.

Encuesta de percepción

Los resultados de esta encuesta nos permiten ver que la percepción de la mayoría de los alumnos acerca de la metodología de Flipped Classroom mediante Instagram TV es muy positiva.

Sin embargo, el ámbito en el cual vemos las opiniones más negativas es en el de utilidad percibida, sobre todo en el ítem número 14, que habla de la mejoría de la habilidad en inglés a través de este método.

Una manera de que los alumnos perciban una mejoría en su inglés tras el aprendizaje a través de este método puede ser, además de las actividades interactivas ya planteadas en clase relacionadas con los contenidos de los vídeos, que cada uno comente una fotografía de una celebridad de habla inglesa a la que admiren utilizando el contenido aprendido en los vídeos. Posteriormente, todos los comentarios deberían verse en clase y corregirse. Así, verán que lo aprendido les ha sido útil en un contexto real y que su habilidad en inglés ha mejorado.

Entrevista

La entrevista realizada ha sido bastante productiva, ya que, pese a que los resultados son mayormente positivos en ambas encuestas, al hablar con los alumnos personalmente percibimos tanto las partes más positivas de la metodología aplicada, que deberán mantenerse, como las partes que se deben mejorar, además de recomendaciones muy útiles.

Nos encontramos, por ejemplo, con el problema de que los alumnos dicen olvidarse de las dudas antes de que llegue la clase en la que pueden preguntarlas al profesor. Pese a haberseles recordado continuamente que deben apuntar las dudas para no olvidarlas parece que este problema persiste, con lo cual se propone como solución que parte de la tarea para hacer en casa sea no solo ver los vídeos, sino que también apuntar en un folio o la libreta todas las dudas que surjan durante de la visualización de los vídeos. El profesor/a deberá revisar estas dudas apuntadas al comienzo de cada clase y resolverlas. Si alguien no presenta ninguna duda, deberá igualmente entregar un folio en el que escriba lo que le ha parecido más esencial de los vídeos.

Varios alumnos comentan también el problema de las personas que no pueden ver los vídeos porque no tienen cuenta de Instagram. Pese a que se les ha dicho con anterioridad que desde el ordenador es posible verlos aunque no se tenga una cuenta, la falta de interés por la red social de una minoría sigue siendo una excusa. Para eliminarla, podríamos aplicar una buena idea que dio un alumno al preguntar por recomendaciones: adaptar un apartado en la web bilingüe del instituto al que se suban los vídeos. Así, el factor motivacional positivo que aporta Instagram a la mayoría del alumnado seguirá presente, mientras que la minoría que no tiene una cuenta podría verlo mediante la web del instituto. Esta no sería una solución únicamente para este problema, sino también a la dificultad de los alumnos castigados sin móvil, o incluso sin ordenador, ya que los padres podrían ver que la actividad que está realizando su hijo es exclusivamente didáctica al hacerlo a través de la web del instituto.

Un problema planteado también es la falta de comprensión de los vídeos por parte de las personas que tienen menos nivel de inglés. Es una pena que estas personas, en las que el factor motivacional de Instagram pueda aportarles mucho interés, lo pierdan a causa de no entender los vídeos por el idioma. Es evidente que las

explicaciones deben darse en inglés, pero al no poder hacerse aclaraciones espontáneas, podríamos basarnos en la propuesta de otro alumno para resolver este problema: subtítular los vídeos en español. Aunque esto conlleve un trabajo extra, resolvería el problema de estas personas que no tienen el suficiente nivel como para entender una explicación completa en inglés, pero a su vez al oír la explicación en el idioma todos seguirían beneficiándose de lo que eso supone.

Otra propuesta es realizar vídeos más cortos, pero hacerlo con más frecuencia por semana. Así, los alumnos terminarían siempre de ver los vídeos, y a su vez resolveríamos el problema de que se entretengan con otras distracciones del móvil durante la reproducción del vídeo.

El siguiente problema más comentado por parte de los alumnos es la calidad de audio y los ruidos de fondo. Es cierto que los vídeos, al ser grabados en el Instituto Celia Viñas, un edificio antiguo con techos muy altos y situado en pleno centro, donde hay múltiples ruidos de fondo. El disponer de un equipo de grabación de calidad podría tener una repercusión en la calidad de los vídeos y fomentar la motivación del alumnado por la visualización de los mismos. Se propone al profesor que quiera aplicar esta metodología, al poder hacerlo durante un periodo de tiempo superior al que se tiene oportunidad durante el periodo de prácticas, hacerse de una pizarra blanca para situar en casa, en una habitación con buena acústica.

Para terminar, vemos que los alumnos se sienten mucho más motivados cuando la evaluación de los contenidos aprendidos mediante los vídeos vistos en clase se realiza con Kahoot que cuando se les hace un test normal o un power point imitando a dicha plataforma. El problema de utilizar este sistema de evaluación es la pérdida de tiempo para conseguir que todos se conecten desde su dispositivo, además de que la mayoría de los alumnos no traían el móvil a clase. Una solución que podríamos dar a este problema, basándonos también en las propuestas de los propios alumnos sería dar las clases en las que se evalúen los contenidos directamente en el aula de informática. Así, no se perdería tiempo en ir, se agilizaría al no haber problemas de acceso desde el ordenador a la página y resolveríamos el tema de la falta de móviles por parte de los alumnos.

Mirando hacia el resto de las respuestas, vemos que los alumnos consideran esta metodología bastante ventajosa para ellos, con lo cual solo necesitaríamos aplicar las

soluciones propuestas a los problemas planteados por los grupos que han podido experimentar este tipo de aprendizaje.

8. CONCLUSIONES

Tras el estudio realizado, consideramos que la percepción de los encuestados y entrevistados del método *Flipped Classroom* a través de Instagram TV ha sido positiva, destacando la percepción de la herramienta Instagram TV sobre el método *Flipped Classroom* en sí. Podemos destacar de su percepción de la *Flipped Classroom* que, en general la prefieren a una clase tradicional, que se han divertido con ella y que están contentos y satisfechos al respecto, mientras que, de manera negativa, podemos destacar que no han dedicado más tiempo y esfuerzo a este método. Por otro lado, de la percepción de la herramienta Instagram TV a través del método *flipped* podemos destacar la facilidad del uso de Instagram percibida, además de la claridad de la guía de uso de la herramienta que se dio. En contraste, la utilidad de Instagram en clase y la mejora del inglés a través de ella no han sido positivamente percibidas por parte de los alumnos.

Asimismo, otro factor a tener en cuenta es la participación de los alumnos en el método de enseñanza. Se ha demostrado que los alumnos no se sentían lo suficientemente motivados para ver los vídeos, ya que la audiencia de los mismos fue disminuyendo por diversos motivos, como la longitud de los vídeos o que algunos de ellos tenían dificultades para acceder a Instagram, bien por no tener cuenta en la red social o bien por estar castigados. Deberíamos señalar que algunos componentes de motivación extra, ya citados en implicaciones, habrían aumentado la audiencia de los vídeos.

También es importante destacar que, en un mundo donde las redes sociales son una parte esencial de nuestra vida diaria, la educación se debe adaptar a estos cambios y buscar nuevos enfoques de enseñanza que incluyan las redes sociales como herramienta principal, ya que son esenciales para desenvolverse en el mundo actual.

El método de clase invertida a través de Instagram no sólo cambia totalmente el planteamiento de la clase, sino que también incluye una herramienta de ocio básica en la vida diaria de los alumnos, lo que les proporciona gran motivación. Con paso del tiempo, los intereses de los alumnos cambian, y no tendría sentido impartir la enseñanza en la actualidad de la misma manera que se hacía el siglo pasado; es necesario ir

adaptando la educación a los cambios externos que sufre la sociedad, con el esfuerzo que esto conlleva. Por esas razones siempre es interesante investigar con nuevas tecnologías, y, el modelo *Flipped Classroom* a través de Instagram TV puede despertar la curiosidad e interés en el alumnado si el docente pone su trabajo y dedicación en innovar en el aula.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilera Ruiz, C., Manzano León, A., Martínez Moreno, I., Lozano Segura, M-C., Casiano Yacinelli, C. (2017). El modelo flipped classroom. *International Journal of Developmental and Educational Psychology. INFAD Revista de Psicología*, 1, 261-266.
- Akhiar, A., Kasuma, S.A.A. y Mydin, A. (2017) «Students' perceptions and attitudes towards the use of Instagram in English Language Writing». *Malaysian Journal of Learning and Instruction: Special Issues 2017*, pp. 47-72.
- Al-Ali, S. (2014). «Embracing the Selfie Craze: Exploring the Possible Use of Instagram as a Language mLearning Tool» *Issues and Trends in Educational Technology*, vol. 2 (2), pp. 1-13.
- Andújar Vaca, A., Cruz Martínez, M. S. (2017) «Mensajería instantánea móvil: WhatsApp y su potencial para desarrollar las destrezas orales». *Revista Científica Educomunicación*, vol. 25 (50), pp. 44 – 52.
- Arslan, R. Ş., Şahin-Kızıllı, A. (2010) «How can the use of blog software facilitate the writing process of English language learners?» *Computer Assisted Language Learning*, vol. 23(3), pp. 183–197.
- Barhoumi, C., y Rossi, P.G. (2013) «The Effectiveness of the instruction oriented hypertext systems compared to direct instruction in e-learning environment». *Contemporary Educational Technology*, vol. 4, pp. 281- 308.
- Beatty, K. (2010) *Teaching & Researching: Computer. Assisted Language Learning*. Londres: Pearson Education Limited.
- Berenguer-Albaladejo, C. (2016) «Acerca de la utilidad del aula invertida o flipped classroom» En Maria Teresa Tortosa Ybañez, Salvador Gran Company, José Daniel Álvarez Teruel (Coords.), XIV Jornadas de Xarxes d'Investigació en Docència Universitaria. Investigació, innovació i ensenyament universitari: enfocaments pluridisciplinaris. Alicante: Universidad de Alicante, pp. 1466-1480.

- Bergmann, J. y Sams, A. (2012) *Flip Your Classroom: Reach Every Student in Every Class Every Day*. New York, NY: International Society for Technology in Education.
- Blattner, G. and Fiori, M. (2011) «Virtual social network communities: An investigation of language learners' development of socio-pragmatic awareness and multiliteracy skills». *CALICO Journal*, vol. 29(1), pp.24-43.
- Blattner, G. and Lomicka, L. (2012) «Facebook-ing and the social generation: A new era of language learning» *Alsic* (Apprentissage des langues et systems d'information et de communication) Recuperado de: <http://alsic.revies.org/2413>
- Blyth, C. (2008) «Research perspective on online discourse and foreign language learning», en S. Magnan (ed), *Mediating discourse Online*, Philadelphia, PA: John Benjamins Publishing Company, pp.47-72.
- Boran, K., Ullrich, C., Feng, J. y Shen, R. (2009) «Microblogging for Language Learning: Using Twitter to train Communicative and Cultural Competence» En *International Conference on Web-Based Learning: Advances in Web Based Learning*. Shanghai, pp.79-86.
- Boyd, D. (2014) *It's complicated: The social lives of networked teens*. Londres: Yale University Press.
- Counts, S., y Fisher, K.E. (2010). «Mobile social networking as information ground: A case study.» *Library and Information Science Research*, vol. 32(2), pp.98-115
- Dunn, L. (2013) «Teaching in higher education: can social media enhance the learning experience?» En la 6ª Conferencia Anual de Aprendizaje y Enseñanza de la Universidad de Glasgow, 19 de Abril de 2013, Glasgow, Reino Unido.
- El- Hussein, M.O.O. y Cronje, J.C. (2010) «Defining mobile learning in the higher education landscape». *Educational Technology & Society*, vol. 13(3), pp 12-21.
- Farr, F. y Murray, L. (2016) *The Routledge Handbook of Language Learning and Technology*. New York: Routledge, New York: pp. 255- 265.
- Fotos, A., y Browne, C.M. (2004). «The development of CALL and current options» En *New perspectives on CALL for second language classroom*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, pp.3-14.
- Gerstein, J. (2012). *The Flipped Classroom: The Full Picture*. Kindle Edition, pp 1-87.

- Gettman, H.J., y Cortijo, V. (2015). «"Leave Me and My Facebook Alone!" Understanding college students' relationship with Facebook and its use for academic purposes». *International Journal for the Scholarship of Teaching and Learning*. Vol. 9 (1)
- Gikas, J. y Grant, M.M. (2013) «Mobile computing devices in higher education: Student perspectives on learning with cellphones, smartphones & social media» *The Internet and Higher Education*, 19, pp.18-26.
- Global Digital Statistics 2014. Recuperado de <http://etonpreneurs.com/uploads/Global%20Social%20Digital%20%20Mobile%20Statistics,%20Jn%202014.pdf>
- González Calatayud, V., Sánchez Vera, M.M. (2016) «FLIPPED- TIC: una experiencia de *Flipped Classroom* con alumnos de magisterio». *Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*, vol. 15 (3), pp. 70 – 81.
- Hamad, M. M. (2017) «Using WhatsApp to Enhance Students' Learning of English Language "Experience to Share"» *Higher Education Studies*, vol. 7 (4), pp. 74-84.
- Harrison, R. y Thomas, M. (2009) «Identity in online communities: Social networking sites and language learning», *International Journal of Emerging Technologies and Society*, vol. 7(2), pp. 109-124.
- Hsu, H. Y., Wang, S. K., Comac, L. (2008) «Using audioblogs to assist English-language learning: An investigation into student perception.» *Computer Assisted Language Learning*, vol. 21(2), pp. 181–198.
- Huang, Y-N. y Hong, Z-R. (2016) «The effects of a flipped English classroom intervention on students' information and communication technology and English Reading comprehension». *Education Tech Research Dev*, vol. 64, pp. 174-193.
- Huitt, W. (2009) Individual differences: The 4MAT system. *Educational Psychology Interactive*. Valdosta, GA: Valdosta State University. Recuperado a partir de [http:// www.edpsycinteractive.org/topics/instruct/4mat.html](http://www.edpsycinteractive.org/topics/instruct/4mat.html)
- Hwang, G-J., Lai, C-L. y Wang, S-Y (2015) «Seamless flipped learning: a mobile technology-enhanced flipped classroom with effective learning strategies». *Journal of Computers Education*, 1. doi:10.1007/s40692-015-0043-0

- Jimoyiannis A., Tsiotakis P., Roussinos D., & Siorenta A. (2013) «Preparing teachers to integrate Web 2.0 in school practice: Toward a framework for Pedagogy 2.0». *Australasian Journal of Educational Technology*, vol. 29(2), pp 248-267.
- Kabilan, M.K., Ahmad, N., y Abidin, M.J.Z. (2010) «Facebook: An online environment for learning of English in institutions of higher education? ». *Internet and Higher Education*, vol. 13(4), pp. 179-187.
- Kuhlemeier, D. y Henkel, J. (2007) «The Impact of Computer Use at Home on Students' Internet Skills» *Computers & Education*, vol. 49 (2), pp. 460-480.
- Kukulska-Hulme, A. (2013). «Mobile-assisted language learning.» En C. Chapelle (Ed.), *The encyclopedia of applied linguistics*. Nueva York: Wiley, pp. 3701-3709
- Lee, J., Lim, C. y Kim, H. (2016) «Development of an instructional design model for flipped learning in higher education» *Education Tech Research Dev* (2017) vol.65, pp. 427-453.
- Lepi, K. (2013) « How social media is being used in higher education». Recuperado de <http://www.edudemic>.
- Lomicka, L y Lord, G. (2016) «The Routledge Handbook of Language Learning and Technology». En Fiona Farr y Liam Murray (ed.), *The Routledge Handbook of Language Learning and Technology*. Oxon: Routledge, pp. 255-265
- Lomicka, L. y G. Lord, G. (2012) «A tale of tweets: Analyzing microblogging among language learners» *System*, vol. 40, pp. 48-63.
- Lunden, I. (2014). Instagram Is the Fastest- Growing Social Site Globally, Mobile Devices Rule Over PCs For Access. *TechCrunch*. Recuperado de <http://techcrunch.com/2014/01/21/>). Instagram- is-the-Fastest- growing-social-site- globally-mobile-devices-rule-over-pcs-for-social-access
- Mansor, N. y Rahim, N.A. (2017) «Instagram in ESL Classroom», *Man in India*, vol. 97 (20): pp. 107-114.
- Mao, J. (2014) «Social Media for Learning: A mixed methods study on high school students' technology affordances and perspectives» *Computers in Human Behavior*, 33, pp. 213-223.
- Mazer, J.P., Murphy, R.M. y Simonds, C.J. (2007) « I'll see you on "Facebook": The effects of Computer-Mediated Teacher Self-Disclosure on Student Motivation,

- Affective Learning, and Classroom Climate», *Communication education*, 56(1):1-17.
- McBride, K. (2009) «Social- networking sites in foreign language classes: Opportunities for re-creation.» *The next generation: Social networking and online collaboration in foreign language learning*, pp.35-58.
- Mills, N. (2011) «Situated learning through social networking communities: The development enterprise, mutual engagement, and a shared repertoire» *CALICO*, vol. 28 (2), pp. 345-368.
- Mitchell, K. (2012) «A social tool: Why and how ESOL students use Facebook», *CALICO Journal*, 29(3): 345- 368.
- Morgan, H., McLean, K., Chapman, C., Fitzgerald, J., Yousuf, A., Hammoud, M. (2015) «The flipped classroom for medical students» *The Clinical Teacher* vol. 12(3) pp. 155-160.
- Nguyen, P. T. (2012) «Peer feedback on second language writing through blogs: The case of a Vietnamese EFL classroom». *International Journal of Computer-Assisted Language Learning and Teaching*, vol. 2(1), pp. 13–23.
- Nouri, J. (2016) «The flipped classroom: for active, effective and increased learning – especially for low achievers» *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, vol. 13(10)
- Perdomo, W. (2016). «Estudio de evidencias de aprendizaje significativo en un aula bajo el modelo flipped classroom. » EDUTECH, *Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, vol 55, pp 0-17.
- Petterson, D.J. (2016) «The Flipped Classroom Improves Student Achievement and Course Satisfaction in a Statistics Course: A Quasi-Experimental Study» *Teaching of Psychology*, vol.43(1) pp. 10-15.
- Press Page (n.d.) *Instagram*. Recuperado 6 de Julio de 2014, de <http://instagram.com/press/>
- Ryberg, T. y Christiansen, E. (2008) «Community and Social Network sites as Technology Enhanced Learning Environments». *Technology, Pedagogy and Education*, vol. 17(3), pp. 207-219.
- Seaman, J., y Tinti-Kane, H. (2013). «Social media for teaching and learning» Babson Survey Research Group.

- Sheu, C.M. (2011) «Effects of an online GEPT simulated- test English remedial course on test performance, English language learning strategy us and perceptions» *The Asia-Pacific Education Researcher*, vol., 20 (1), pp. 171-185.
- Southern, M (2018). «Instagram Has 1 Billion Monthly Users, Now the Fastest Growing Social Network» *Search Engine Journal*. Recuperado de <https://www.searchenginejournal.com/instagram-1-billion-monthly-users-now-fastest-growing-social-network/258127/#close>.
- Stockwell, G. (2008) «Investigating learner preparedness for and usage patterns of mobile learning» *ReCALL*, vol. 20(3), 253-270.
- Stockwell, G., y Hubbard, P. (2013) «Some emerging principles for mobile-assisted language learning.» *The International Research Foundation for English Language Education*.
- Strayer, J. (2007) «The effects of the classroom flip on the learning environment: a comparison of learning activity in a traditional classroom and a flip classroom that used an intelligent tutoring system» *Electronic Thesis or Dissertation*. The Ohio State University.
- System, Kevin (2018) «Welcome to IGTV» *Instagram Press*. Recuperado de <https://instagram-press.com/blog/2018/06/20/welcome-to-igtv/>
- Teclehamainot, B., y Hickman, T. (2011) «What students find appropriate» *Tech Trends*, 55 (3), 19-30.
- Thorne, S.L. y Payne, J.S. (2005) «Evolutionary trajectories, Internet-mediated expression, and language education», *CALICO Journal*, 22(3): 371-397.
- Vie, S. (2008) «Digital divide 2.0: ‘Generation M’ and online social networking sites in the composition classroom» *Computers composition*, 25(1), pp. 9-23.
- Wang, S., Vásquez, C. (2012) Web 2.0 and second language learning: «What does the research tell us? » *CALICO Journal*, vol. 29(3), pp. 412–430.

ANEXOS

Anexo 1

Nº	Nombre	Nickname	Follow	Vídeo 1	Vídeo 2	Vídeo 3
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						
26						
27						

Anexo 2

	Totalmente en desacuerdo (1)	En desacuerdo (2)	Neutro (3)	De Acuerdo (4)	Totalmente de acuerdo (5)
1. El modelo de flipped classroom es mejor para el aprendizaje					
2. He disfrutado más aprendiendo mediante este modelo					
3. Creo que flipped classroom es más eficiente y eficaz para aprender.					
4. Me siento más motivado/a en la flipped classroom					
5. He participado y me he involucrado más en la flipped classroom					
6. Me he convertido en un/a aprendiz más activo/a					
7. Creo que el tiempo y el esfuerzo dedicados a la Flipped classroom merecen la pena					
8. He aprendido más y mejor con la flipped classroom.					
9. Prefiero la flipped classroom a una clase tradicional					
10. Pienso que el modelo de flipped classroom me ha guiado hacia un mejor entendimiento de los contenidos escolares					
11. Me he divertido en la flipped classroom.					
12. Me he comprometido más con las actividades realizadas en la Flipped Classroom					
13. He dedicado más tiempo y esfuerzo en las actividades de la flipped classroom					
14. Generalmente, estoy contento/a y satisfecho/a con esta experiencia basada en flipped classroom					

Anexo 3

Esta encuesta es para comprender tu percepción general sobre el uso de Instagram en el aprendizaje del curso.

No hay respuesta correcta o incorrecta. Por favor rodea la respuesta que mejor refleje tus pensamientos generales sobre cada enunciado. Tus respuestas son anónimas y confidenciales. Gracias de antemano por tu tiempo.

Muy en desacuerdo: 1

En desacuerdo: 2

Neutral: 3

De acuerdo: 4

Muy de acuerdo: 5

Características del sistema

(SC1) El uso de Instagram proporcionó actividades de aprendizaje de inglés en un entorno realista.

1 2 3 4 5

(SC2) El uso de Instagram proporcionó un entorno de aprendizaje de inglés estimulante.

1 2 3 4 5

(SC3) Pude usar Instagram eficazmente para interactuar con el profesor y mis compañeros para aprender inglés.

1 2 3 4 5

Características del material

(MC1) Los materiales de video / audio hechos por la profesora llevaron a una mejor comprensión de los contenidos del curso.

1 2 3 4 5

(MC2) Los materiales de video / audio hechos por la profesora me ayudaron a sumergirme en el ambiente de aprendizaje de la clase.

1 2 3 4 5

(MC3) Los materiales de video / audio hechos por la profesora fueron útiles para aprender los contenidos de clase.

1 2 3 4 5

(MC4) Los materiales de video / audio hechos por la profesora me ayudaron a comprender los puntos importantes incluidos en las unidades.

1 2 3 4 5

(MC5) Creo que los materiales de video / audio hechos por la profesora fueron útiles para mejorar mi expresión oral.

1 2 3 4 5

Facilidad de uso percibida

(PEU1) Recibí una guía clara sobre mi trabajo de clase a través de Instagram.

1 2 3 4 5

(PEU2) Usar Instagram no requería demasiado tiempo.

1 2 3 4 5

(PEU3) Aprender a usar Instagram para las actividades de mi clase fue fácil.

1 2 3 4 5

(PEU4) La interacción con mi profesora y compañeros a través de Instagram fue adecuada y no me provocó estrés.

1 2 3 4 5

Utilidad percibida

(PU1) Aprender a través de Instagram mejoró mi habilidad en inglés.

1 2 3 4 5

(PU2) Aprender a través de Instagram aumentó mis ganas de usar los contenidos aprendidos en inglés.

1 2 3 4 5

(PU3) El aprendizaje a través de Instagram proporcionó beneficios a esta clase.

1 2 3 4 5

Actitud sobre el uso

(AT1) Me ha gustado usar Instagram para aprender inglés.

1 2 3 4 5

(AT2) Tengo una actitud positiva sobre el uso de Instagram en esta clase.

1 2 3 4 5

(AT3) Creo que usar Instagram para aprender inglés es una buena idea.

1 2 3 4 5

(AT4) Tenía ganas de que llegaran las clases en las que íbamos a utilizar Instagram.

1 2 3 4 5

Intención de comportamiento

(BI1) Cuando use Instagram, continuaré escribiendo y siguiendo cuentas en inglés, además de en español.

1 2 3 4 5

(BI2) Seguiré usando Instagram para mejorar mi vocabulario en inglés.

1 2 3 4 5

(BI3) Estaré encantado/a de poder utilizar los contenidos que he aprendido cuando utilice Instagram.

1 2 3 4 5

(BI4) Cuando use Instagram, me sentiré seguro de mí mismo/a al participar en conversaciones en inglés.

1 2 3 4 5

Anexo 4

Entrevista

1. ¿Qué te ha parecido esta metodología?
2. ¿Consideras que es útil?
3. ¿Has tenido algún problema a la hora de acceder a los vídeos?
4. ¿Qué te parece el contenido de los vídeos?
5. ¿Has tenido alguna dificultad a la hora de entender lo explicado en los vídeos?
6. ¿Crees que aprenderías mejor siguiendo este modelo o un modelo tradicional?
7. Ventajas que has percibido al usar esta metodología.
8. Desventajas que has percibido al usar esta metodología.
9. Recomendaciones en cuanto a cómo mejorar los vídeos para su posterior uso en clase.