

DE LA COMUNICACIÓN A LA DIDÁCTICA: FACEBOOK EN CLASE DE FRANCÉS

*Lucía Hernández Santamaría**

INTRODUCCIÓN

El poder comunicativo de Facebook es innegable. Esto se debe a los elementos que lo caracterizan: la velocidad de transmisión del mensaje, la multidireccionalidad del mismo, la polifonía que suscita, las conexiones que pueden establecerse a partir de la información que aparece en este medio; la multimodalidad de los formatos en que puede presentarse, la potencia comunicativa de algunos de éstos y de las imágenes, por ejemplo. Además de estas características, tiene rasgos espaciales y temporales muy particulares. Uno de sus elementos típicos es la accesibilidad y ubicuidad de la red social, gracias a que puede consultarse desde una computadora o en una gran variedad de dispositivos móviles (ipod, ipad, teléfonos celulares). Esto facilita la interacción sincrónica y permite también la asincrónica. Puede afirmarse entonces que Facebook es, a la vez, una aplicación –plataforma informática de interacción– y una práctica social. Las características que se mencionaron conforman su dimensión participativa, horizontal y comunicativa (Mangenot,

* Maestra en Ciencias del Lenguaje por la Universidad de Borgoña Francia y docente investigadora del Área Académica IV en la Universidad Pedagógica Nacional (Unidad Ajusco).

2013, p. 41). Por esto suscita en el profesor de lengua extranjera el deseo de emplearla como recurso didáctico. Pero, para usarla de forma pertinente en clase, es preciso conocer y analizar algunas de sus características.

MULTI ... DIRECCIONALIDAD, MODALIDAD Y POLIFONÍA

La multidireccionalidad de la comunicación en Facebook se debe a que un mensaje enviado por un emisor sigue una ruta imprevista y aleatoria; será recibido por algunos receptores que pueden mantenerse pasivos o bien responder a él, pueden etiquetarlo y retransmitirlo a una cantidad indeterminada de receptores que no tienen nada que ver con el emisor original. Un mensaje va en todas direcciones. Su trayectoria es compleja. Esto sucede porque en la red social hay varios interlocutores, lo que no es del todo novedoso sino por el papel que asumen. Todos los usuarios pueden ser protagonistas, productores o emisores de la comunicación y no simples receptores como sucede en otros medios (González, 2010, p. 30; Mangenot, 2013, p. 41). Es decir, no son solo interlocutores sino actores de la comunicación, transmiten la información e incluso la crean y pueden reaccionar de varias maneras a los mensajes que reciben; a favor o en contra de él. Así, la retroalimentación es infinita. Además, el carácter multidireccional de la comunicación en Facebook tiene un matiz particular: no es sucesiva sino simultánea e incluso polifónica; muchas voces hablan al mismo tiempo.

El concepto de polifonía proviene de la música: expresa la interpretación simultánea de más de una melodía. Las distintas voces que se escuchan pueden ser independientes entre sí o imitarse una a otra. En ambos casos forman un todo armónico. Mijail Bajtín tomó prestado este concepto y lo aplicó al estudiar las novelas de Dostoievsky. En este contexto la polifonía significa las distintas voces de la novela: “la pluralidad de voces y conciencias independientes e inconfundibles, la auténtica

polifonía de voces autónomas” (Bajtín, 2011, p. 59). Ésta es una característica distintiva de la obra del novelista ruso diferente a novelas anteriores en las que los personajes son la voz del autor, representan su ideología. Por el contrario, su personaje Iván Karamasof puede rebelarse porque es autónomo y libre; su voz se expresa en las mismas condiciones que la de su autor. La pluralidad de voces en Facebook es evidente, todos pueden opinar sobre la idea, imagen o audio que alguien expresa. La opinión puede ser favorable o contraria, afín o totalmente ajena a la idea que la suscitó.

La multimodalidad es la presentación simultánea de información en distintos formatos: texto, imagen, sonido. Cada formato puede presentarse de manera sucesiva o simultánea. Esto tiene consecuencias en el tipo de procesamiento mental y en la forma en que se transmite un mensaje. Es decir, que implica una modalidad distinta de percepción y de procesamiento cognitivo; suscita también un tipo particular de comunicación. El texto, las imágenes y aún los sonidos parecen estáticos, cuando se presentan de manera individual produciendo por ello una impresión de estabilidad. En los entornos virtuales, entre ellos las redes sociales, la presentación multimodal provoca que el acceso a la información no sea lineal. Generalmente está organizada de manera hipermedial. Es decir, se accede a imágenes, textos o sonidos por medio de hipervínculos, que conectan entre sí diferentes tipos de información con un simple clic en el ratón, en el pad o en la pantalla del dispositivo móvil del usuario. Entonces, la relación entre los distintos formatos cambia y evoluciona; la sensación de estabilidad se pierde. Como consecuencia de ello, las acciones y actitudes del usuario se vuelven zigzagueantes, desconcertantes incluso. Debe asociar unas ideas; separar y reconstruir otras (Hirschprung, 2005, pp. 11 y 15).

Una de las razones que explican lo anterior es que así se involucran varios sentidos: “el uso simultáneo de al menos dos de ellos facilita una mejor recepción” y memorización

(Hirschprung, 2005, p. 14 y 24). Esto se debe a que hay varias modalidades de información, de procesamiento y, por lo tanto, de actividad mental. Además, así se atienden en cierta forma las necesidades particulares de aprendizaje de quienes construyen el conocimiento a partir de lo visual, lo auditivo, lo táctil o lo textual.

EL USO DE LAS IMÁGENES EN FACEBOOK

La imagen es uno de los formatos para presentar la información que se usa con mayor frecuencia en Facebook. Muchas de las imágenes que se emplean en la red social son auténticas, es decir, no fueron diseñadas con un fin pedagógico, sino que han sido creadas en el contexto de situaciones comunicativas reales y no para el salón de clases. Algunas se han etiquetado o copiado de otros sitios en Internet; otras son producto de la creatividad del usuario. En uno u otro caso, han surgido en situaciones de interacción social muy variadas: para vender, comprar, ligar, comunicar, enseñar, entretener, atraer, distraer, manipular, provocar, etc. Estas situaciones determinan elementos visuales como las formas, colores, el manejo de la luz, la estructura y el ritmo. Por su intención comunicativa, esas imágenes tienen una función semántica: significan algo, ya sea de forma literal o simbólica; reproducen algo de la realidad o representan algo ficticio, del mundo de los deseos y los sueños de las personas que las publican. En ambos casos tienen una carga simbólica: la de la importancia y el significado que le da el usuario que la etiqueta o que la publica en su perfil en la red social. “La significación es indicativa, emotiva y representativa [...] No hay representación que no contenga elementos indicativos y emotivos” (Paz, 2003, p. 60). El significado que las imágenes evocan se debe al usuario que las ha publicado y, en su caso, al autor que las ha creado. Además, son un reflejo del contexto cultural en el que surgieron. Los diferentes niveles de

significado que de imágenes que se publican en Facebook son: el referencial, el emotivo o personal y el cultural, muy útiles en la clase de lengua extranjera.

Las imágenes son un tipo de texto. El origen de la palabra texto es el verbo latino *texo*: tejer, entretejer, tramar, construir, intercambiar. Es “toda secuencia discursiva oral o escrita que los usuarios o aprendientes reciben, producen o intercambian” (Marco, p. 75). Por lo anterior, el texto no es solo una sucesión de palabras sobre una página en blanco, es una secuencia discursiva o tejido hecho de relaciones; de diferentes tipos o esquemas; éstos se diferencian entre sí por su función comunicativa o social: obedecen a una convención (Van Dijk, 1996, p. 144). Las imágenes en Facebook están hechas de relaciones: referenciales o semánticas, por el vínculo que tienen con lo que representan; comunicativas, por el mensaje que transmiten y por la interacción que suscitan; sociales, por el contexto en el que se emplean: un ambiente para interactuar y compartir. Desde luego, siguen ciertas convenciones y tienen ciertas características. Con frecuencia se asocian a frases cortas a las que ilustran: citas de personajes famosos, lemas o máximas. Hay algunas que son retratos del usuario o autorretratos, en los que aparece para expresar alguna emoción o realizando alguna acción (profesional o de esparcimiento) de manera individual o colectiva. Otras imágenes plasman el interés del usuario por captar lo efímero y aprisionar el instante en que la alegría, la tragedia, la fraternidad o el odio irrumpen en la vida cotidiana. Algunas más retratan objetos, formas, colores, ritmos, etc. que representan los intereses del usuario de la red social y denotan lo que desea dar a conocer. Estos son solo algunos ejemplos de las convenciones implícitas que prevalecen cuando los usuarios publican imágenes en su perfil. Puede afirmarse que, en general, esto las hace muy interesantes y motivadoras cuando se emplean en el contexto de un salón de clases de lengua extranjera. Las imágenes

como una forma de lenguaje, “enriquecen nuestra capacidad de expresión y de comprensión (Ackerman, 2008, p. 84).

DE LA COMUNICACIÓN A LA PRÁCTICA DOCENTE: FACEBOOK EN CLASE DE FRANCÉS

Algunos profesores han desarrollado el hábito, casi manía, de querer transformar en material didáctico todo lo que van descubriendo. Esto es muy frecuente entre los profesores de lengua extranjera, quienes ante el desafío de desarrollar materiales o situaciones comunicativas para sus alumnos, buscan constantemente nuevos recursos. Por ello empiezan a preguntarse si Facebook tendrá alguna aplicación en las clases de lengua extranjera. Aquí se describen algunas prácticas en clase de francés.

Las características de esta red social descritas en los apartados anteriores posicionan a Facebook como un recurso o ambiente de aprendizaje ideal para la comunicación en clase de lengua extranjera. La siguiente tabla sintetiza esas características y las relaciona con posibles aplicaciones en la enseñanza aprendizaje de las lenguas extranjeras:

Característica de Facebook	En clase de lengua extranjera
El mensaje sigue una trayectoria multidireccional	Se rompe la verticalidad de la relación profesor-aprendiz. Se hace énfasis en los intereses del alumno. Interacción y comunicación en situaciones auténticas.
La información se presenta de manera multimodal	La asociación imagen-sonido-texto facilita el acceso al significado de palabras o expresiones en francés. Así se propicia el desarrollo de la competencia semántica. Esta forma de presentar la información facilita la memorización y recuperación del vocabulario, con lo que se propicia el desarrollo de la competencia lexical.

La polifonía o el dialogismo	La relación comunicativa entre profesor y aprendiz es horizontal: el alumno puede expresarse de manera autónoma y libre con el profesor. Esto es aplicable al formato del mensaje, al momento de transmitirlo y al contenido del mismo. Además, puede interactuar con otros (alumnos o usuarios de la red social) confrontando sus opiniones con ellos y estableciendo relaciones transitorias de complementación, asentimiento o confrontación. Si se sabe emplear, puede ser un excelente medio para el diálogo y la argumentación. Favorece el desarrollo de la competencia intercultural.
Ubicuidad, sincronía y asincronía	La accesibilidad espacial y temporal de esta red social facilita la comunicación fuera del salón de clase e incluso con hablantes nativos de la lengua meta.
Horizontalidad, participación, reciprocidad y simetría	Favorecen la comunicación entre iguales en un ambiente más flexible e incluso lúdico. Los aprendices pueden expresarse para alguien que no es el profesor. Así pueden desarrollarse las competencias intercultural y sociolingüística.
Uso de imágenes	Propicia el desarrollo de la competencia semántica por la relación significante-significado. Se puede interactuar en situaciones de comunicación auténticas con materiales igualmente auténticos. Facilidad de acceder a contenidos socioculturales

En la medida en que las interacciones en Facebook son principalmente escritas, puede considerarse que incorporarlas a la clase de lengua extranjera favorece este tipo de expresión y, por lo tanto, ayuda al desarrollo de la competencia ortográfica.

Además de los aspectos que se sintetizaron en la tabla, Facebook puede ser una herramienta muy útil para crear un ambiente de calidez y cohesión en el grupo ya que permite conocer e interactuar con los compañeros del curso de francés fuera del salón de clases y de tareas de aprendizaje. Los estudiantes se van identificando unos a otros, saben lo que les

interesa y esto propicia la preocupación por el otro. Es decir, es más fácil estar en contacto entre sí, estar atento a la participación o a la ausencia en clase del compañero y a la necesidad que pueda tener de la tarea, del material o de algún contenido para el examen.

Facebook es un medio ideal para aprender vocabulario nuevo. Una forma para hacerlo es gracias a las páginas o grupos que se van formando como “J’aime le français” o “Le club de Français”. Estos grupos publican con frecuencia imágenes que son una especie de cartel de vocabulario temático que puede ser muy útil para estudiantes principiantes de francés, por ejemplo. Otro tipo de vocabulario que se puede aprender son las nuevas maneras de nombrar las cosas, neologismos, modismos e incluso argot, ya que se puede interactuar con francófonos que emplean esos términos en su contexto de comunicación cotidiano.

Gracias a los grupos como los que ya se mencionaron, también es posible interactuar mediante Facebook con personas que están aprendiendo francés en otros lugares. Así, el francés se vuelve una herramienta de comunicación auténtica y no solo para las situaciones un tanto ficticias que se crean en el salón de clases. De esta manera se practica la expresión escrita y la expresión oral, cuando se hacen video llamadas. Y se pueden desarrollar las diferentes competencias lingüísticas. Además, cuando el aprendiz es un “facebokeur” o usuario muy hábil de la red social puede llegar a interactuar con hablantes nativos, con lo que puede desarrollarse la competencia intercultural indispensable para una genuina comunicación en lengua extranjera.

Por último, esta red social permite la creación de grupos que brindan la oportunidad de tener un ambiente virtual de aprendizaje o de comunicación fuera del salón de clases. Un ejemplo es el grupo “Adictos al francés”, creado por estudiantes de primer nivel de francés de la Universidad Pedagógica Nacional. El grupo se formó durante una clase en la mediateca de

la universidad. Las primeras interacciones eran para estar en contacto e irse conociendo un poco incluso en español, pues los estudiantes tenían un conocimiento limitado de la lengua francesa. Paulatinamente se fueron realizando algunas actividades comunicativas y socioculturales. Hubo publicaciones sobre las festividades propias de la cultura francesa conforme se iban presentando. Se podía explicar y conocer el vocabulario y la forma en que se festejaban ciertas fiestas como: Navidad, la Epifanía, la Candelaria, Mardi Gras, etc. También era el espacio adecuado para publicar alguna imagen relacionada con el contenido de la clase y el grupo podía opinar al respecto en francés. Otra aplicación que se le dio al grupo fue el dar avisos de las actividades del curso: inscripciones o exámenes por ejemplo. También fue posible publicar esquemas y tablas que sirvieran como una especie de “acordeón”, para algún contenido difícil de aprender, el *passé composé*, por ejemplo.

“Adictos al francés” se transformó después en un grupo más versátil, al que se incorporaron también exalumnos de los cursos de francés. Ha sido un espacio para presentarse, dar la bienvenida a nuevos integrantes, compartir pequeñas experiencias y sobre todo para estar en contacto con la lengua francesa y con personas que se interesan en ella. Después de dos años de haber sido creado, el grupo sigue vigente; las personas siguen participando en él con publicaciones, comentarios o con un simple “j’aime”.

DE LA COMUNICACIÓN A LA DIDÁCTICA: FACEBOOK EN CLASE DE FRANCÉS

El enfoque comunicativo centró sus planteamientos en el desarrollo de habilidades comunicativas por parte de los aprendices. Esto implicó preocuparse en la práctica del salón de clases por crear situaciones de comunicación lo más semejantes a las que se presentan en la realidad. Un problema frecuente era que las

oportunidades para interactuar en situaciones de comunicación auténtica eran limitadas: principalmente los viajes al país de la lengua meta. Por este motivo, las situaciones que se recreaban en la clase eran las típicas del turista: comprar un boleto, reservar una habitación, preguntar el camino, etc.

Las TIC no se habían difundido tanto, su aplicación educativa y a la comunicación en la vida cotidiana eran limitadas. Este panorama ha cambiado gracias a Internet y a las redes sociales. La Perspectiva Accional es metodología de didáctica del francés de creación más reciente (nació en 2001). En ella el aprendiz se considera como un actor social que tiene tareas que realizar, no en el salón de clases, sino en el mundo real en el que vive o en el que interactuará en lengua extranjera. Gracias a las redes sociales, puede participar en ellas como cualquier otro usuario nativo de la lengua que está aprendiendo. Es decir, puede comunicarse de manera auténtica y no en situaciones ficticias.

Un concepto clave en la Perspectiva Accional es el de tarea. Ésta no es un ejercicio escolar que sirve para obtener una calificación. Por el contrario, se trata de un hecho o acción de la vida cotidiana que puede realizarse en el ámbito personal, público, educativo o profesional. La realización de la tarea implica actos de comunicación e interacción. Este tipo de tarea puede llevarse a cabo con más facilidad en la Web 2.0 y las redes sociales: la tarea no se limita al salón de clases, sino que tiene que realizarse en el mundo real, que rodea al aprendiz y en el que la lengua meta está viva (Dejean, 2013, p. 35). Así que, aunque las aplicaciones didácticas de Facebook sean incipientes, es inevitable reflexionar sobre ellas y la necesidad de mejorar la forma en que se emplean.

CONCLUSIÓN

Las características de Facebook le dan un gran potencial comunicativo para emplearse en las clases de lengua extranjera, de

francés particularmente, e implementar algunas estrategias de aprendizaje. Ya hay algunas prácticas docentes en esta red social pero todavía se duda un poco de su utilidad didáctica. A pesar de ello puede considerarse como un ámbito adecuado para poner en práctica algunos de los planteamientos de la Perspectiva Accional.

REFERENCIAS

- Bajtín, M. (2011). *Problemas de la poética de Dostoievski*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Dejan, C. (2013). Évolutions technologiques, évolutions didactiques. En *Mutations technologiques, nouvelles pratiques sociales et didactique des langues*. Paris: Clé.
- González (2010). *Acercamiento al estado de la segmentación de la publicidad en internet*. Madrid, Facultad de Ciencias de la Información, UCM. Septiembre de 2010. Consultado el 12 de septiembre de 2013 en <http://www.ehu.es/zer/zer18/zer1801.pdf>
- Mangenot, F. (2013). Internet social et perspective actionnelle. En *Mutations technologiques, nouvelles pratiques sociales et didactique des langues*. Paris, Clé.
- Paz, O. (2003). *El arco y la lira*. En La casa de la presencia. Poesía e historia. Obras completas vol. 1. México: FCE.
- Wells, A. (2013). Tchat avec le prof : l'apprentissage d'une langue étrangère par les communautés numériques, 2008, Études Anglophones, Université de Limoges. Consultado el 10 de marzo de 2013 en <http://insuf-fle.hautetfort.com/media/02/00/381882795.pdf>