



*El impacto de TikTok e Instagram en el desarrollo de competencias comunicativas y la actitud hacia el aprendizaje del inglés como lengua extranjera*

*The impact of TikTok and Instagram on the development of communication skills and attitudes toward learning English as a foreign language*

*O impacto do TikTok e do Instagram no desenvolvimento de habilidades de comunicação e atitudes em relação à aprendizagem de inglês como língua estrangeira*

Gabriela Katherine Almache-Granda <sup>I</sup>  
[galmache@utb.edu.ec](mailto:galmache@utb.edu.ec)  
<https://orcid.org/0000-0002-0633-6037>

David Enrique Gortaire-Díaz <sup>II</sup>  
[dgortaire@utb.edu.ec](mailto:dgortaire@utb.edu.ec)  
<https://orcid.org/0000-0001-7364-7305>

Erika Yessenia Mora-Herrera <sup>III</sup>  
[rguzman@bolivariano.edu.ec](mailto:rguzman@bolivariano.edu.ec)  
<https://orcid.org/0009-0005-3190-4808>

Roddy Andrés Real-Roby <sup>IV</sup>  
[rreal@utb.edu.ec](mailto:rreal@utb.edu.ec)  
<https://orcid.org/0000-0003-1474-9349>

**Correspondencia:** [galmache@utb.edu.ec](mailto:galmache@utb.edu.ec)

Ciencias de la Educación  
Artículo de Investigación

\* **Recibido:** 17 de abril de 2025 \* **Aceptado:** 20 de mayo de 2025 \* **Publicado:** 09 de junio de 2025

- I. Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador.
- II. Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador.
- III. Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador.
- IV. Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador.

## Resumen

El presente artículo detalla los hallazgos de una investigación cuasiexperimental sobre el uso de TikTok e Instagram como herramientas pedagógicas para optimizar las competencias comunicativas, especialmente en las habilidades de speaking y writing, de estudiantes universitarios de pre grado de diversas carreras que cursaron inglés como lengua extranjera. Esta propuesta pedagógica se basó en la creación de una campaña digital de concientización en diversos ámbitos, en la que los estudiantes del grupo experimental elaboraron videos en inglés para redes sociales. Se aplicaron lista de cotejos, rúbricas antes y después de la intervención, así como encuestas de percepción sobre motivación y actitud. Los resultados evidenciaron una mejora estadísticamente significativa en la competencia comunicativa (expresión oral y escritura) del grupo experimental ( $p < 0.001$ ), con un tamaño de efecto considerable ( $d = 1.53$ ), en comparación con el grupo control. También, los participantes reportaron altos niveles de motivación intrínseca (4.55/5), confianza para hablar en público (3.80/5) y una actitud positiva hacia el uso del inglés como herramienta real de comunicación. Estos hallazgos confirman que la integración de redes sociales en la práctica de inglés forja aprendizajes más significativos, reales y motivadores para los estudiantes. Se concluye que plataformas como TikTok e Instagram, bien orientadas pedagógicamente, no solo potencian el desempeño lingüístico, sino que también transforman la actitud y disposición hacia el aprendizaje de un idioma extranjero.

**Palabras clave:** redes sociales; competencias comunicativas; actitud; motivación; estrategia pedagógica.

## Abstract

This article details the findings of a quasi-experimental study on the use of TikTok and Instagram as pedagogical tools to optimize the communicative skills, especially speaking and writing, of undergraduate university students from various programs who studied English as a foreign language. This pedagogical proposal was based on the creation of a digital awareness campaign in various fields, in which students in the experimental group created videos in English for social media. A checklist and rubrics were administered before and after the intervention, as well as perception surveys on motivation and attitude. The results showed a statistically significant improvement in the communicative skills (speaking and writing) of the experimental group ( $p <$

0.001), with a considerable effect size ( $d = 1.53$ ), compared to the control group. Participants also reported high levels of intrinsic motivation (4.55/5), public speaking confidence (3.80/5), and a positive attitude toward using English as a practical communication tool. These findings confirm that integrating social media into English practice leads to more meaningful, realistic, and motivating learning for students. It is concluded that platforms such as TikTok and Instagram, when properly pedagogically targeted, not only enhance linguistic performance but also transform attitudes and dispositions toward learning a foreign language.

**Keywords:** social media; communication skills; attitude; motivation; pedagogical strategy.

## Resumo

Este artigo detalha os resultados de um estudo quase experimental sobre o uso do TikTok e do Instagram como ferramentas pedagógicas para otimizar as habilidades comunicativas, especialmente fala e escrita, de estudantes universitários de graduação de vários programas que estudaram inglês como língua estrangeira. Esta proposta pedagógica foi baseada na criação de uma campanha de conscientização digital em várias áreas, na qual os alunos do grupo experimental criaram vídeos em inglês para mídias sociais. Uma lista de verificação e rubricas foram administradas antes e depois da intervenção, bem como pesquisas de percepção sobre motivação e atitude. Os resultados mostraram uma melhora estatisticamente significativa nas habilidades comunicativas (fala e escrita) do grupo experimental ( $p < 0,001$ ), com um tamanho de efeito considerável ( $d = 1,53$ ), em comparação ao grupo de controle. Os participantes também relataram altos níveis de motivação intrínseca (4,55/5), confiança em falar em público (3,80/5) e uma atitude positiva em relação ao uso do inglês como uma ferramenta prática de comunicação. Essas descobertas confirmam que a integração das mídias sociais à prática do inglês leva a uma aprendizagem mais significativa, realista e motivadora para os alunos. Conclui-se que plataformas como TikTok e Instagram, quando devidamente direcionadas pedagogicamente, não apenas aprimoram o desempenho linguístico, mas também transformam atitudes e disposições em relação à aprendizagem de uma língua estrangeira.

**Palavras-chave:** mídias sociais; habilidades de comunicação; atitude; motivação; estratégia pedagógica.

## Introducción

Hoy en día, la transformación digital ha estado presente en la práctica de inglés como lengua extranjera. Por consiguiente, las redes sociales, especialmente TikTok e Instagram, han dejado de ser percibidas como simples plataformas de entretenimiento para ser aplicadas como herramientas poderosas dentro del ámbito educativo, particularmente para avivar la comunicación, la creatividad, la motivación y el aprendizaje autónomo (Elverici, 2021; Greenhow & Robelia, 2009). Su dinamismo, conducción audiovisual, interacción y colaboración las convierte en ambientes adecuados para desarrollar habilidades lingüísticas reales, relevantes y contextualizadas.

Desde el punto de vista latinoamericano, las oportunidades para practicar el idioma inglés en contextos reales, significativos y habituales pueden ser limitadas (Ghimire, 2022), no obstante, la presencia de estas plataformas digitales ofrece a personas de diversas partes del mundo comunicarse, rompiendo las brechas de espacio y tiempo, siendo un puente hacia experiencias comunicativas más auténticas y globales. Dado el auge de la conectividad y al acceso generalizado a smartphones, los aprendices pueden no solo consumir contenido en inglés, sino también producirlo, permitiéndoles compartirlos con audiencias más allá de su contexto inmediato. De esta forma, el inglés deja de percibirse como un requisito académico y se transforma en una herramienta real de comunicación, capaz de conectar a los aprendices con el mundo.

Desde la perspectiva de la globalización y la eliminación de fronteras físicas, el uso de las redes sociales con enfoque educativo les permite a los estudiantes ser parte de comunidades de aprendizaje internacionales, lo cual influye positivamente en su motivación, autoestima y ganas de aprender (Churcher, 2014; Mondahl & Razmerita, 2014). Además, ver que sus creaciones pueden ser vistas, comentadas y valoradas por una audiencia real, incluso nativa del idioma, les da sentido y propósito a sus aprendizajes.

La integración de estas herramientas brinda a los estudiantes oportunidades para expresarse en contextos significativos, extender el aprendizaje más allá del aula física y virtual y formar parte de comunidades activas y colaborativas (Ghimire, 2022; Gao, 2019). Además, los docentes también obtienen beneficios al acceder a metodologías innovadoras, contenidos actualizados y un entorno donde el rol del maestro evoluciona hacia un facilitador (Puspawati & Juharoh, 2021).

Por lo tanto, el objetivo de esta investigación es analizar el impacto del uso educativo de redes sociales (TikTok e Instagram) en la mejora de la competencia comunicativa en inglés, específicamente en las habilidades de speaking y writing, así como en su influencia en la actitud,

motivación de los estudiantes y su percepción sobre su propio proceso de aprendizaje al participar en una campaña de concientización digital.

Para tal fin, se abordarán las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Cómo se implementó el uso de las redes sociales (TikTok e Instagram) como estrategia pedagógica para desarrollar una campaña de concientización mediática en inglés?
2. ¿De qué manera potencializó esta estrategia el desarrollo de las competencias comunicativas de los estudiantes en las habilidades de speaking y writing en inglés?
3. ¿Cómo influyó la aplicación de las redes sociales la actitud y propia percepción de los estudiantes frente al aprendizaje del inglés, en términos de motivación, confianza y disposición para comunicarse?

### **Estado de Arte**

Diversos estudios han estudiado el impacto de las redes sociales en la enseñanza de lenguas extranjeras, concordando en su potencial para desarrollar competencias comunicativas y mejorar la actitud del estudiante hacia el aprendizaje.

Puzanov et al. (2022) demostraron que la integración de medios sociales basados en tecnologías Web 2.0 en cursos prácticos de inglés mejora significativamente la competencia comunicativa de los estudiantes. Entre los beneficios identificados se encuentran la interactividad, la posibilidad de trabajar con materiales auténticos, y la creación de espacios personalizados para la expresión escrita y oral. Los resultados del estudio mostraron un aumento del 8% al 9.6% en los puntajes de desempeño lingüístico, validando así la eficacia de este enfoque metodológico.

De manera similar, Elverici (2021) exploró el uso de Facebook como herramienta educativa en clases de inglés para estudiantes de secundaria, hallando que la implementación de esta red social incrementó significativamente la “presencia social” de los alumnos, es decir, su implicación y visibilidad en la comunidad educativa virtual. Aunque no se observó un cambio significativo en la actitud general hacia las redes sociales, los estudiantes reportaron sentirse más conectados, motivados y participativos durante las actividades.

Además, investigaciones como las de Godwin-Jones (2018, 2019) y Lee & Drajeti (2019) destacan que las redes sociales permiten una práctica más auténtica del idioma, al involucrar a los estudiantes en entornos informales donde pueden expresarse libremente, recibir retroalimentación inmediata y construir significado en colaboración.

En conjunto, estos hallazgos confirman que el uso pedagógico de las redes sociales no solo favorece el desarrollo de las competencias lingüísticas, sino que también mejora factores afectivos como la motivación, la interacción y el sentido de pertenencia, elementos claves para un aprendizaje efectivo del inglés como lengua extranjera.

## **Metodología**

### **Diseño metodológico**

El presente trabajo presenta un enfoque mixto para poder corroborar los hallazgos cuantitativos con mayor profundidad, de manera integral. Además, el estudio es de carácter cuasiexperimental con dos grupos, el experimental y de control.

### **Participantes**

Los participantes fueron estudiantes universitarios de pregrado de diversas carreras, quienes cursaron el nivel A2-B1 de inglés. La muestra está conformada por estudiantes universitarios (n=80) distribuidos en grupo experimental (GE) y grupo control (GC), cada uno compuesto por 40 participantes. El GE implementó el uso de TikTok e Instagram para desarrollar proyectos de concientización ambiental en inglés, mientras que el GC desarrolló la misma temática usando presentaciones en diapositivas. Ambos grupos demostraron características similares en nivel previo de competencia según pruebas diagnósticas iniciales.

### **Instrumentos**

**Observación directa mediante checklist:** Incluyó ítems relacionados con la participación activa, iniciativa comunicativa, interacción entre pares y uso efectivo del idioma durante la producción del contenido digital. Se aplicó durante las sesiones prácticas, registrando evidencias de comportamiento y desempeño observable.

**Rúbricas de evaluación de speaking y writing:** Se aplicaron en dos momentos (pre-presentación y post-presentación), con los mismos criterios para evaluar fluidez, coherencia, pronunciación, estructura gramatical y uso de vocabulario. Las rúbricas permitieron medir el progreso de cada estudiante mediante una escala de 4 niveles de desempeño.

**Encuesta de percepción:** Se diseñó con 15 ítems tipo Likert de cinco puntos (1 = totalmente en desacuerdo, 5 = totalmente de acuerdo), distribuidos en tres dimensiones: actitud hacia el uso del inglés, motivación frente al aprendizaje, y nivel de confianza al comunicarse usando redes sociales como medio.

### **Consideraciones éticas**

Se logró el consentimiento entendido de los estudiantes para la participación y para el uso de las imágenes y videos con fines académicos. La confidencialidad fue garantizada mediante el uso de nombres código.

### **Análisis de datos**

Para el tratamiento de los datos recolectados en este estudio, se empleó un enfoque mixto con predominancia cuantitativa, organizado en función de los tres focos centrales de análisis: la implementación de la estrategia pedagógica con redes sociales, el desarrollo de las competencias comunicativas en inglés, y la percepción estudiantil relacionada con motivación y actitud. A continuación, se describen los procedimientos seguidos en cada caso:

#### **1. *Análisis del proceso de implementación pedagógica (dimensión cualitativa)***

Con el fin de comprender cómo se llevó a cabo la estrategia didáctica con TikTok e Instagram, se empleó una lista de cotejo (checklist) que permitió observar aspectos como la participación activa de los estudiantes, el nivel de colaboración entre pares, la iniciativa comunicativa y la aplicación funcional del inglés durante la producción de contenidos. Este instrumento fue aplicado durante las sesiones presenciales y en los momentos de socialización digital del producto final.

#### **2. *Análisis del desempeño en competencias comunicativas (dimensión cuantitativa)***

El análisis consistió en identificar patrones de comportamiento, progresos en la autonomía, y evidencias de apropiación de la estrategia. Se buscó también dar cuenta de la conexión entre los temas elegidos por los estudiantes y su formación profesional, así como del impacto que tuvo la posibilidad de difundir sus mensajes en redes reales. Los datos recolectados fueron interpretados de forma descriptiva y triangulados con los comentarios emitidos por los estudiantes durante las sesiones.

Posteriormente, se realizaron pruebas estadísticas inferenciales para comprobar si las diferencias observadas eran estadísticamente significativas. Para ello, se aplicó una prueba t para muestras pareadas (paired-samples t-test) en el grupo experimental, con el fin de comparar las puntuaciones obtenidas antes y después de la intervención pedagógica con redes sociales. Esta prueba permitió determinar si el cambio en el desempeño se debía al tratamiento aplicado o era producto del azar. Además, se utilizó una prueba t para muestras independientes (independent-samples t-test) para contrastar los resultados post intervención del grupo experimental con los del grupo control. Esto

permitió evaluar si existían diferencias significativas entre ambos grupos tras la implementación de las estrategias didácticas diferenciadas.

### 3. *Análisis de la percepción estudiantil (dimensión cuantitativa-descriptiva)*

Adicionalmente, se calculó el tamaño del efecto (Cohen's d) para estimar la magnitud de la diferencia entre las mediciones pre y post intervención en el grupo experimental. Esta métrica es clave para valorar la fuerza del impacto pedagógico más allá de la significancia estadística.

En cuanto a los datos de percepción, se aplicó un análisis de frecuencias y medias a las respuestas de la encuesta tipo Likert, organizada en cuatro dimensiones: motivación intrínseca, motivación extrínseca, actitud hacia el uso del inglés y percepción de mejora en las habilidades comunicativas.

## Resultados y discusión

En este apartado se reporta los hallazgos en virtud a las preguntas de investigación:

### ***Pregunta 1: ¿Cómo se aplicó el uso de redes sociales para desarrollar la campaña?***

Para responder a esta pregunta se hizo un análisis de estudios previos y en conjunto con la observación de las sesiones se pulió esta innovación. La figura 1 ilustra los resultados dados.

**Figura 1** Producción en inglés por medio de Tik toks y Reels (campaña de concientización)



*Nota. La figura 1 ilustra dos capturas de pantalla de los videos y publicaciones, compartidas con consentimiento, muestran mensajes en inglés correctamente estructurados, con expresión fluida y motivación evidente*

La implementación pedagógica de TikTok e Instagram se diseñó como una experiencia de aprendizaje auténtico, en la que 40 estudiantes de distintas carreras universitarias de una universidad estatal participaron en una campaña digital con fines educativos. Esta actividad se estructuró en torno al uso del idioma inglés como medio para comunicar mensajes socialmente

relevantes, vinculados tanto con problemáticas generales como con temas propios de su formación profesional.

Cada estudiante eligió libremente el tema de su video, y estos se alinearon con sus intereses académicos y su campo de estudio. Por ejemplo, estudiantes del área de salud produjeron contenido sobre alimentación saludable, salud mental y primeros auxilios; estudiantes de educación abordaron temas como la crianza respetuosa y la estimulación temprana; mientras que quienes provenían de carreras ambientales trataron temas como el reciclaje, el cambio climático o el cuidado del agua. También se exploraron temas económicos, sociales y comunitarios como el consumo responsable, el ahorro, el emprendimiento y la vida universitaria saludable.

La propuesta se desarrolló en cinco fases: selección del tema, investigación, redacción del guion en inglés, producción del contenido audiovisual y publicación en redes sociales. Durante el proceso se emplearon herramientas de evaluación como rúbricas y listas de cotejo para observar el nivel de participación, la iniciativa comunicativa, la aplicación del idioma y la calidad de los mensajes producidos. Se evidenció una evolución progresiva en la actitud y el compromiso de los estudiantes: pasaron de una postura inicial de duda o timidez a una participación activa y entusiasta, mostrando creatividad, colaboración y sentido de pertenencia a la actividad.

El uso de las redes sociales como plataforma real de difusión jugó un papel decisivo. Los estudiantes no solo estaban cumpliendo una tarea académica, sino comunicando algo relevante para una audiencia potencialmente amplia. Esto reforzó su motivación y los conectó emocionalmente con el aprendizaje. Para muchos, fue la primera vez que usaban el inglés con un propósito real, lo cual transformó su percepción del idioma: dejó de ser una materia aislada para convertirse en una herramienta útil, conectada con su futuro profesional.

Estos hallazgos coinciden con lo reportado por Churcher (2014), quien señala que el uso de redes sociales promueve una pedagogía social constructivista, centrada en la participación activa y el aprendizaje colaborativo. También se alinean con Ghimire (2022), quien documentó que los estudiantes muestran mayor autonomía y motivación cuando pueden usar el idioma inglés en contextos significativos y personalizados. Igualmente, Puzanov et al. (2022) destacan que las tecnologías Web 2.0 permiten desarrollar competencias comunicativas reales mediante actividades prácticas que integran lo lingüístico con lo social y lo afectivo.

Por otro lado, Elverici (2021) observó que el uso de redes sociales en clases de inglés aumentó la “presencia social” y la participación de los estudiantes, aunque no encontró cambios significativos

en la actitud general hacia el idioma. A diferencia de dicho estudio, en esta investigación sí se evidenció un cambio positivo en la actitud, posiblemente porque los estudiantes no solo consumieron contenido, sino que lo produjeron desde su identidad académica, lo que les dio un sentido más profundo de pertenencia y propósito.

En síntesis, el uso de TikTok e Instagram como estrategia didáctica permitió que los estudiantes aprendieran inglés de forma contextualizada, significativa y alineada con sus propios intereses profesionales. Esta experiencia no solo mejoró su competencia comunicativa, sino que también fortaleció su motivación, confianza y sentido de agencia como futuros profesionales capaces de comunicar ideas en un segundo idioma.

El impacto de esta estrategia es coherente con la literatura actual y, además, aporta evidencia nueva sobre el valor de conectar el aprendizaje del inglés con la carrera universitaria del estudiante.

***Pregunta 2: ¿Cómo influyó esta estrategia en la competencia comunicativa?***

Durante el desarrollo del proyecto de concientización sobre temas de interés en inglés a través de TikTok e Instagram, los estudiantes del grupo experimental produjeron contenido audiovisual que fue evaluado con una rúbrica diseñada para medir las sub habilidades de fluidez, coherencia, pronunciación, gramática y vocabulario.

Desde una perspectiva de estadística inferencial, los hallazgos se detallan en las tablas 2, 3 y 4:

**Tabla 2** Resultados de pre y post evaluación del rendimiento comunicativo (Grupo experimental)

	N	Min	Max	M	Desviación Estándar	Diferencia de Medias	D de Cohen
<b>Pre- Evaluación</b>	40	5.0	10	6.96	1.09		
<b>Post-Evaluación</b>	40	5.8	10	8.25	21.21	-1.29	1.53
<b>N Válido (listwise)</b>	40						

*Nota. Se aprecia un aumento significativo en el rendimiento general de los estudiantes, con un tamaño del efecto muy alto ( $d = 1.53$ ), lo que evidencia una fuerte influencia de la intervención*

Por otra parte, desde un punto de vista inferencial, se presentan los resultados de la prueba t de muestras pareadas en la Tabla 3; considerando los datos del grupo experimental en diferentes

momentos, antes y después de la intervención pedagógica: uso de redes sociales en las prácticas de inglés.

**Tabla 3 Prueba T para muestras pareadas (Grupo experimental)**

Prueba T para muestras pareadas		Paired Differences						t	df	Sig. (2-tailed)
		Diferencia de Medias	Desviación Estandar	Error estándar de la media	Intervalo de confianza del 95% Inferior	Intervalo de confianza del 95% Superior				
Pair 1	<b>Pre Evaluación - Post Evaluación</b>	1,29	0.845	0.134	1.027	1.551	-9.65	39	.0000	

*Nota. De acuerdo a datos de la tabla 3, se rechaza la hipótesis nula. Los resultados muestran una mejora estadísticamente significativa entre la pre y post evaluación del grupo experimental ( $p < 0.001$ ), respaldando la efectividad del uso de redes sociales en el desarrollo de las competencias comunicativas*

Por otra parte, se compara dos muestras independientes, el post evaluación del grupo experimental con el de control.

**Tabla 4 Prueba T para muestras independientes (Post-evaluación Experimental vs Control)**

Grupo	N	Media Post	Desv. Est.	t	df	Sig. (2-tailed)
Experimental	40	8.25	1.21	2.45	78	0.016
Control	40	7.64	1.02			

*Nota. La tabla 4 demuestra que la diferencia entre ambos grupos tras la intervención es estadísticamente significativa ( $p = 0.016$ ), lo cual respalda la superioridad del enfoque basado en redes sociales sobre el enfoque tradicional mediante presentaciones*

Estos resultados coinciden con Puzanov et al. (2022), quienes demostraron que el uso de Web 2.0 permite mejorar significativamente la competencia comunicativa. La exposición real a una audiencia aumentó la calidad del contenido y el compromiso.

**Pregunta 3: ¿Cómo afectó el uso de redes sociales la actitud de los estudiantes?**

Para poder contestar esta pregunta de investigación, los resultados de la encuesta aplicada se ilustran a continuación en la tabla 5.

*Tabla 5 Percepción sobre Motivación Intrínseca, Motivación Extrínseca, Actitud Positiva y de Mejora en Speaking and Writing en Participantes*

<b>Dimensión</b>	<b>Ítem</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
		<b>Totalmente en desacuerdo</b>			<b>Totalmente de acuerdo</b>	
<b>Motivación intrínseca</b>	Me siento motivado al crear contenido en inglés para redes sociales.	0	0	1	19	20
	Aprender inglés de esta forma me resulta interesante y satisfactorio.	0	0	1	13	26
<b>Motivación extrínseca</b>	Publicar mi contenido me hace sentir reconocido(a).	0	0	2	13	25
	Me esfuerzo más cuando sé que otros verán mi trabajo en redes.	0	0	0	23	17
<b>Actitud positiva</b>	Esta experiencia me ayudó a perder el miedo a equivocarme al hablar.	0	0	9	19	12
	Me siento más cómodo(a) al expresarme en inglés tras esta actividad.	0	0	14	18	8
<b>Percepción de mejora</b>	Siento que he mejorado al hablar en inglés.	0	0	10	28	2
	Siento que he mejorado al escribir en inglés.	0	0	19	19	2

*Nota. La tabla 5 ilustra los resultados de la encuesta aplicada al grupo experimental permiten observar con claridad que el uso educativo de redes sociales no solo impactó en el desarrollo de las competencias comunicativas, sino también en los aspectos motivacionales, actitudinales y afectivos de los estudiantes*

En la dimensión de motivación intrínseca, los datos muestran que un 97.5% de los estudiantes estuvieron de acuerdo o totalmente de acuerdo con sentirse motivados al crear contenido en inglés para TikTok e Instagram. De forma similar, el 97.5% manifestó que este enfoque les resultó interesante y satisfactorio, lo que indica que la actividad logró conectar con sus intereses personales y su realidad cotidiana. Este resultado respalda lo planteado por Ghimire (2022), quien encontró que el aprendizaje mediado por redes sociales despierta una mayor implicación del estudiante, pues le otorga sentido y autonomía al proceso educativo.

Respecto a la motivación extrínseca, el 95% de los estudiantes reconoció sentirse más valorado al compartir su producción con una audiencia real, y el 100% indicó que se esforzó más sabiendo que otros —además del docente— verían su trabajo. Esta respuesta refuerza la idea de que las redes sociales funcionan como entornos auténticos de validación social, lo que coincide con los hallazgos de Elverici (2021), quien argumenta que estas plataformas favorecen la "presencia social", aumentando el compromiso, la participación y el deseo de mejorar en los estudiantes de inglés como lengua extranjera.

En la dimensión de actitud positiva, aunque los resultados también fueron favorables, muestran una leve dispersión: el 77.5% de los estudiantes manifestó haber perdido el miedo a equivocarse al hablar inglés, mientras que el 22.5% se mantuvo neutral. Del mismo modo, un 65% expresó sentirse más cómodo al comunicarse en inglés tras la actividad. Estos resultados, aunque menos categóricos que los anteriores, reflejan una tendencia alentadora en cuanto a la reducción de la ansiedad comunicativa, respaldando lo expuesto por Churcher (2014), quien señala que las redes sociales, al ofrecer un espacio más informal y horizontal, permiten que los estudiantes se expresen con mayor libertad y menor presión que en contextos tradicionales.

Por último, en la dimensión de percepción de mejora de habilidades, el 75% de los estudiantes reconoció sentirse mejor al hablar en inglés, mientras que solo un 52.5% percibió una mejora clara en su escritura. Esta diferencia es comprensible si se considera que el enfoque principal de la intervención fue audiovisual, centrado en la producción de videos orales, lo que favorece más la habilidad de *speaking* que la de *writing*. Este patrón de percepción se alinea con los resultados cuantitativos del estudio, que mostraron una mejora más robusta en las habilidades orales, y también con los hallazgos de Puzanov et al. (2022), quienes observaron que el uso de medios digitales interactivos estimula especialmente la producción oral y la fluidez en contextos comunicativos reales.

En conjunto, estos resultados confirman que el uso pedagógico de redes sociales no solo potencia el desarrollo lingüístico, sino que transforma profundamente la actitud del estudiante hacia el aprendizaje del inglés. Las plataformas como TikTok e Instagram ofrecen un entorno motivador, auténtico y emocionalmente significativo, donde el estudiante se convierte en protagonista activo de su aprendizaje. Al combinar el componente social, creativo y comunicativo, estas herramientas permiten superar muchas de las barreras tradicionales asociadas con el uso del idioma en contextos formales, generando una experiencia más positiva, motivadora y relevante para los jóvenes de hoy.

### **Conclusiones y recomendaciones**

Esta investigación evidenció que el uso pedagógico de TikTok e Instagram puede generar un impacto positivo, profundo y medible en el proceso de enseñanza-aprendizaje del inglés como lengua extranjera. La propuesta metodológica permitió no solo aplicar el idioma en contextos reales, sino también conectar el aprendizaje con las carreras, intereses y realidades sociales de los estudiantes universitarios.

Durante la intervención, los estudiantes produjeron contenido audiovisual en inglés relacionado con temáticas como reciclaje, alimentación saludable, salud mental, crianza respetuosa, sostenibilidad financiera y desarrollo comunitario, entre otros. La producción de estos mensajes se dio en formatos breves y dinámicos propios de las redes sociales, como reels e historias, y fue planificada desde la reflexión profesional de cada estudiante. Esta integración auténtica del idioma con la vida académica y personal favoreció un aprendizaje situado, participativo y motivador.

En términos de desempeño comunicativo, se observó una mejora significativa en las habilidades de *speaking* y *writing* dentro del grupo experimental. La media general pasó de 6.96 en la evaluación inicial a 8.25 en la evaluación final, con una diferencia de medias de 1.29 puntos y un valor  $p < 0.001$  según la prueba t para muestras pareadas. El tamaño del efecto calculado fue de Cohen's  $d = 1.53$ , lo que representa un impacto pedagógico fuerte. Por otro lado, el grupo control mostró solo una mejora mínima (de 7.49 a 7.64), sin significancia estadística. La comparación entre ambos grupos tras la intervención también fue significativa ( $p = 0.016$ ), lo que refuerza la eficacia del enfoque basado en redes sociales.

Además del avance en competencias lingüísticas, se evidenció un cambio favorable en la dimensión afectiva del aprendizaje. Los resultados de la encuesta de percepción mostraron altos niveles de motivación intrínseca (4.55/5) y extrínseca (4.50/5), así como una actitud positiva hacia el uso del

inglés en situaciones reales. El 100% de los participantes indicó que se esforzó más al saber que su contenido tendría una audiencia pública, y el 75% se sintió más confiado al hablar en inglés después de la experiencia. Estas cifras demuestran que el aprendizaje no solo fue cognitivo, sino también emocional y transformador.

En conjunto, esta investigación confirma que las redes sociales, cuando se utilizan con fines pedagógicos claros, no solo fortalecen las habilidades lingüísticas, sino que también abren espacios para la expresión, la creatividad y la construcción de identidad académica en inglés. Esta metodología posiciona al estudiante como un sujeto activo, capaz de comunicar ideas relevantes para su comunidad y proyectarse como profesional bilingüe en un mundo digital y globalizado.

### **Recomendaciones**

Se recomienda tener en consideración ciertos aspectos para potencializar este campo de estudio. Primero, integrar el uso de redes sociales en el currículo de inglés como lengua extranjera con objetivos pedagógicos claros. También, capacitar a los docentes en el diseño de proyectos digitales con fines comunicativos. Además, promover más estudios longitudinales que analicen el impacto sostenido de estas herramientas en el desarrollo lingüístico.

### **Referencias**

1. Abaido, G. M., & Youth, E. (2020). The impact of social media use on university students' mental health: A global perspective. *Journal of Psychology and Mental Health*, 12(3), 145–162.
2. Churcher, K. M. (2014). 'Friending' Vygotsky: A social constructivist pedagogy of knowledge building through classroom social media use. *Journal of Effective Teaching*, 14(1), 33–50.
3. Elverici, S. E. (2021). Can social media promote social presence and attitude in EFL classes? *Turkish Online Journal of Distance Education*, 22(1), 133–143.
4. Ghimire, S. P. (2022). Secondary Students' Learning English through Social Media: A Case Study in Nepal. *International Journal of Multidisciplinary Perspectives in Education*, 10(1), 54–67.

5. Greenhow, C., & Robelia, B. (2009). Old communication, new literacies: Social network sites as social learning resources. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 1130–1161.
6. Mondahl, M., & Razmerita, L. (2014). Social media, collaboration and social learning: A case-study of foreign language learning. *Electronic Journal of e-Learning*, 12(4), 339–352.
7. Puspawati, D., & Juharoh, N. (2021). ICT integration in EFL classrooms: Teachers' challenges and strategies. *Language Circle: Journal of Language and Literature*, 15(2), 229–238.
8. Puzanov, V., Volynets, G., Lesiuk, O., Kharamurza, D., Vashyst, K., & Sadivnycha, M. (2022). Social media as a development tool of English communicative competence. *Journal of Curriculum and Teaching*, 11(1), 101–110.

© 2025 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).