

*La investigación,  
¿qué es y en qué consiste?*

*Sala virtual FORLINGUA 7*

*ForLingua*

27, 28 y 29 - marzo - 2025

# FORO SOBRE EL ESPAÑOL: INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA

*Sala virtual FORLINGUA 7*



Universidad  
de Alcalá

ALCALINGUA

ALCALINGUA - UNIVERSIDAD DE ALCALÁ

## ***ForLingua 7***

REVISTA DIGITAL  
Número 7. Año 2025

LA INVESTIGACIÓN, ¿QUÉ ES Y EN QUÉ CONSISTE?

DIRECTORAS  
M.<sup>a</sup> Teresa del Val y  
M.<sup>a</sup> Ángeles Álvarez

EDICIÓN AL CUIDADO DE  
María Salud Álvarez Martínez

DIGITALIZACIÓN Y MAQUETACIÓN  
María Salud Álvarez Martínez

© 2025, de los textos, los autores  
© 2025, de la edición, Alcalingua de la Universidad de Alcalá

ISSN: 2660-7026

C/ Escritorios, nº 4 • 28801 Alcalá de Henares  
Tfno./fax: 918812378 • e-mail: [info@alcalingua.com](mailto:info@alcalingua.com) • Sitio web: [www.alcalingua.com](http://www.alcalingua.com)



## La investigación, ¿qué es y en qué consiste?

Año 2025, número 7

### ÍNDICE

|                    |   |
|--------------------|---|
| PRESENTACIÓN ..... | 9 |
|--------------------|---|

### Parte I

#### ENTREVISTAS

|                                                                                                       |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Entrevista con el Dr. D. Javier MEDINA LÓPEZ, Catedrático de la Universidad de La Laguna (ULL). ....  | 15 |
| Entrevista con el Dr. D. Antonio CANO GINÉS, Prof. Titular de la Universidad de La Laguna (ULL). .... | 31 |

#### PONENCIA INVITADA

|                                                                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Lisa Gozzi: Investigar la lengua a través de las redes sociales: un ejemplo de análisis de @laraeinforma en Instagram ..... | 47 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

## PONENCIAS

|                                                                                                                                                                                                                               |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Sonia ADEVA MERINO: Dilemas éticos en la IA Generativa: retos y responsabilidades en la investigación académica. ....                                                                                                         | 89  |
| Claudia ADJEMIAN DE KECHKIAN: El uso didáctico de la red social <i>Instagram</i> en el aula de ELE. ....                                                                                                                      | 103 |
| M. <sup>a</sup> Ángeles ÁLVAREZ MARTÍNEZ: Texto, contexto y pretexto: IA y Literatura o cómo la Literatura siempre supera la tecnología . ....                                                                                | 133 |
| Marzia BENCIVENGA: La clave está en qué te preguntas y qué esperas de tus datos: cómo abordar una investigación en Lingüística Aplicada . .                                                                                   | 159 |
| Qingyun DUAN: Construcción del marco de validación de validez para la prueba de comprensión de lectura en EEE-8. ....                                                                                                         | 183 |
| Rida EZZAHIF CHAHINAOU: Desafíos, estrategias y oportunidades en la enseñanza de ELE a estudiantes araboparlantes: un enfoque integral para el aula de inmersión, con especial atención a la Historia y a la Geografía . .... | 207 |
| Zixuan FAN: Estudios y enseñanza de la fraseología española en el aula de ELE de China. ....                                                                                                                                  | 243 |
| Diego GIBANEL FARO y Elisabeth GONZÁLEZ ORTEGA: La creación de una base de datos para el estudio de fenómenos no normativos en español. Los corpus Spanish Web de Sketch Engine . ....                                        | 281 |
| Kossigan HOUINATO: Reflejos de cosmovisión en la paremiología comparada del español, ruso y gbè (ewen, gen) . ....                                                                                                            | 309 |
| Yangying LIANG: El orden de palabras y la estructura informativa en la enseñanza de lenguas extranjeras. ....                                                                                                                 | 329 |
| M. <sup>a</sup> Teresa MOLINA MACHÉS: El uso del cuento infantil con carácter manipulativo para la didáctica de la Lengua y la Literatura . ....                                                                              | 351 |
| Carmen V. PONCE TREVIÑO: Un acercamiento al estudio de los campos semánticos: <i>la testarudez</i> . ....                                                                                                                     | 383 |
| Peiyang Wu: Desarrollo actual de las investigaciones sobre la <i>motivación</i> entre los estudiantes universitarios chinos que aprenden español. . .                                                                         | 395 |

|                                                                                                                                                                   |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Pengfei ZHAI y Yuqing DENG: Factores afectivos en el aprendizaje de L2/LE:<br>el caso de estudiantes sinohablantes universitarios de ELE de primer<br>curso ..... | 419 |
| Cen ZHANG: Estudio experimental de los errores articulatorios en español<br>de estudiantes sinohablantes .....                                                    | 437 |

## Parte II

### PONENCIA INVITADA

|                                                                                                         |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Daniel Owono SIMA NCHAMA: La enseñanza del Español como Lengua<br>Extranjera en Guinea Ecuatorial. .... | 469 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

### PONENCIAS

|                                                                                                           |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Bárbara RAMAJO PLAZA: Reestructuración del material didáctico-semántico<br>en 2.º y 2.º de ESO .....      | 585 |
| M.ª Ángeles ÁLVAREZ MARTÍNEZ: ¿Qué es la investigación? ¿En qué consis-<br>te y cómo se desarrolla? ..... | 643 |

# PARTE I

# PONENCIA INVITADA

# Investigar la lengua a través de las redes sociales: un ejemplo de análisis de @laraeinforma en Instagram

Dra. Lisa GOZZI

Doctora por el programa «Estudios Lingüísticos,  
Literarios y Teatrales» de la Universidad de Alcalá  
Università di Bologna

**Resumen:** En un mundo dominado por la tecnología, todo se modifica y se adapta a nuevos medios comunicativos, como las redes sociales. La lengua no está extenta de la influencia del mundo digital, puesto que ya desde el nacimiento de las primeras formas de comunicación mediada por ordenador ha ido moldeándose a estas, así como instituciones como la RAE han adaptado su labor a los nuevos medios de comunicación. El presente trabajo busca investigar, de forma exploratoria, cómo la RAE utiliza su cuenta de Instagram (@laraeinforma) para divulgar contenidos relacionados con la lengua y la lingüística. Al mismo tiempo, se propone observar qué tipo de lengua emplean los usuarios al interactuar con la Academia a través de sus publicaciones en la red social, buscando ejemplos propios del discurso digital. A través de la creación de un pequeño corpus de seis meses de publicaciones, la investigación propone observar el español que aparece en la página Instagram de la Real Academia Española, examinando primero la postura de la institución ante la lengua a través de sus contenidos y analizando posteriormente una selección de comentarios a estas para evidenciar cómo la lengua se modifica y adapta al contexto comunicativo digital. Asimismo, el trabajo quiere destacar las posibilidades de investigación sobre la lengua brindadas por las nuevas redes sociales, al ser estas un medio de comunicación cotidiano empleado por toda clase de hablante en el que, por tanto, es posible apreciar muestras tanto de novedades lingüísticas como de uso real de la lengua.

**Abstract:** In a world dominated by technology, everything is being modified and adapted to new means of communication, such as social networks. Language is not exempt from the influence of the digital world, since, from the birth of the first forms of computer-mediated communication, it has been shaped by it, just as institutions like the RAE (*Real Academia Española*) have adapted their work to new means of communication. This paper seeks to explore how the RAE uses its Instagram account (@laraeinforma) to disseminate content related to language and linguistics. At the same time, it aims to observe what type of language users adopt when interacting with the Academy through its posts on the social network, looking for examples characteristic of digital

discourse. Through the creation of a small six-month corpus of publications, the research proposes to observe the Spanish that appears on RAE's Instagram, first examining the institution's stance on language through its content and then analyzing a selection of comments to illustrate how language is modified and adapted to the digital communicative context. Additionally, the study aims to highlight the research possibilities on language provided by the new social networks, as they are means of communication used daily by all kinds of speakers in which it is possible to observe samples of both linguistic innovations and real language use.

**Palabras clave:** *Palabras clave* Redes sociales, divulgación lingüística, RAE, lenguaje coloquial, discurso digital.

**Currículum:** Lisa Gozzi es doctora en Lingüística Aplicada por la Universidad de Alcalá, donde ha realizado su tesis acerca de las ideologías y actitudes hacia las variedades diatópicas del español en contextos de español como lengua extranjera (ELE). Actualmente, es profesora contratada en la Universidad de Bolonia, en el Departamento de Lenguas, Literaturas y Culturas Modernas, y en la Universidad de Mantua, instituciones en las que imparte clases de lengua y lingüística española. Asimismo, está llevando a cabo una investigación postdoctoral en la misma Universidad de Bolonia acerca del contacto lingüístico entre español e italiano y las ideologías asociadas a este tanto en migrantes como en estudiantes internacionales. Sus principales líneas de investigación están relacionadas con la variación de la lengua, el estudio de ideologías y actitudes lingüísticas, la sociolingüística y el contacto entre idiomas.

## INTRODUCCIÓN

Al examinar y describir una lengua, siempre se hace hincapié en el hecho de que esta está viva y que, a lo largo del tiempo y de los siglos, evoluciona para adaptarse a una realidad constantemente cambiante y a nuevas necesidades lingüísticas como, por ejemplo, denominar un nuevo descubrimiento o adaptarse a sistemas ideológicos novedosos. Si la lengua escrita y la oral han sido durante siglos el foco de la atención de los lingüistas, el siglo XXI y la llegada de las nuevas tecnologías han planteado nuevos ejes de estudio. De hecho, se ha desarrollado una importante rama de investigación en la que se pone la atención en las prácticas lingüísticas que actúan en contextos comunicativos digitales, no solo clasificando los géneros discursivos propios del ámbito, sino también examinando las consecuencias que las novedades tecnológicas han tenido en la lengua. Esta se define comunicación mediada por ordenador (CMO) o, también, discurso o comunicación digital (Pano Alamán, 2024).

Aunque puede percibirse como un ámbito de investigación reciente, los estudios dedicados al discurso digital se datan ya en las primeras etapas de

desarrollo de Internet. Como bien explica Pano Alamán (2024), la primera fase de este tipo de investigación se localiza en los años 1985-1990 del siglo pasado, cuando se publican los primeros estudios de CMO en lengua inglesa, mientras que en la segunda (1990-1995) y tercera etapa (1996-2000) se documenta un gradual pero constante aumento de estudios similares, al desarrollarse cada vez más la tecnología misma, que documentan los usos de la lengua y la comunicación en los diferentes entornos digitales.

La cuarta etapa, que empieza en el año 2005 con el paso a la Web 2.0, más dinámica, representa un cambio respecto a las anteriores: de hecho, la creación de las redes sociales y la mayor facilidad general de publicación de contenidos en la web ha comportado un significativo cambio de paradigma que se ha reflejado también en el análisis del discurso digital (Pano Alamán, 2024). Por consiguiente, se puede afirmar que la lengua empleada en contextos digitales lleva ya cuarenta años siendo objeto de estudio; sin embargo, la rápida evolución de los recursos tecnológicos conlleva la necesidad de seguir investigando y adaptar constantemente el análisis de la CMO a las circunstancias presentes.

Las redes sociales, en el contexto digital actual, desempeñan un papel de relieve: en efecto, estas han influido significativamente en la interacción diaria de cada ser humano, puesto que proporcionan no solo varias posibilidades de comunicación instantánea, sino también un alcance de considerable tamaño de los contenidos publicados (Mancera Rueda y Pano Alamán, 2013). Asimismo, estas plataformas permiten la creación de extensas comunidades virtuales (Mancera Rueda y Pano Alamán, 2013; RAE y ASALE, 2025), así como otorgan a sus usuarios la posibilidad de crear plataformas temáticas personalizadas (Rodríguez Gallego, López Martínez y Martín Herrera, 2017).

Ante un escenario similar, donde los medios de comunicación digital han adquirido un evidente papel de protagonismo y un número significativo de usuarios ha empezado a utilizarlos, muchas instituciones, como la misma Real Academia Española (RAE), han decidido adoptarlos como herramienta de difusión de sus contenidos (Istituto della Enciclopedia Italiana, 2013).

En este trabajo, que representa una exploración de las posibilidades de análisis lingüístico brindadas por las redes sociales como fuente de datos e información sobre una lengua en su uso actual, se quiere examinar cómo emplea

la Real Academia Española su cuenta Instagram para llevar a cabo divulgación lingüística, por un lado, y qué tipo de español utilizan sus seguidores, por otro. Para hacerlo, como se detallará posteriormente, el estudio se enfoca en seis meses de publicaciones relacionadas con la lengua colgadas por la Academia en su página de la red social; en primer lugar, se analizarán los *posts* propuestos por la institución, observando qué tipos de contenido publica y qué enfoque adopta en estos. En segundo lugar, se considerarán algunos de los comentarios publicados por los usuarios de Instagram a algunas de las publicaciones analizadas, con el fin de examinar qué uso hacen de su propia lengua en entornos digitales.

## LA DIVULGACIÓN CIENTÍFICA EN EL SIGLO XXI:

### EL PAPEL DE LAS REDES SOCIALES

La investigación en cualquier ámbito, a lo largo del siglo XXI, ha sufrido cambios significativos y relevantes. De hecho, la llegada del nuevo milenio ha supuesto unos cambios radicales en la difusión de la información y de las noticias, puesto que ahora estas se comparten no solo a través de los medios tradicionales, sino también por medio de Internet. Un ejemplo de esto son los periódicos, que hoy suelen contar con una página web propia donde publican las noticias; en el caso de España, se pueden citar como ejemplo *El País* (<<https://elpais.com/>>), *El Mundo* (<<https://www.elmundo.es/>>) y *La Vanguardia* (<<https://www.lavanguardia.com/>>). Asimismo, los mismos suelen disponer también de una página propia en varias redes sociales a través de la que dan a conocer los principales hechos y noticias.

Estas novedades permiten no solo la divulgación de los contenidos de forma inmediata y en tiempo real, sino que también crean posibilidades de comentar e interactuar con las noticias a todos los lectores. Un ejemplo de esto, documentado en Miola (2020), se remonta a un pasado muy reciente, en concreto, a 2019, cuando el *Huffington Post* (Huffpost, 2019a) y otros periódicos italianos, publicaron artículos relacionados con el debate de la *Accademia della Crusca* sobre la posibilidad de considerar correcto el uso transitivo de verbos como *sedere* (sentar), *salire* (subir) o *uscire* (salir), propios de los idiomas locales de las regiones meridionales de la península, donde no es raro escuchar a las personas decir *esci il cane* por *portare fuori il cane* (sacar

al perro). En cuanto estos contenidos se subieron a las redes sociales y al Internet, recibieron tantas respuestas negativas por parte de varios usuarios que la *Crusca* tuvo que rectificar y explicar mejor su decisión, detallando que estos no son usos lingüísticos correctos o normativos, pero se admiten en el lenguaje oral y coloquial (Huffpost, 2019b; SkyTG24, 2019). Es evidente, por ende, que la comunicación virtual permite el establecimiento de una relación directa entre las instituciones, en este caso, lingüísticas y los usuarios, donde estos últimos tienen el poder de influir, en mayor o menor medida, en las decisiones de las primeras.

En su trabajo, Miola (2020) sigue indicando que la divulgación lingüística en línea se puede llevar a cabo a través de canales muy variados, como son no solo páginas web y blogs, sino también redes sociales y grupos creados en estas mismas<sup>1</sup>. De hecho, estas plataformas, creadas originariamente como medio para compartir contenidos de tipo privado, con el tiempo han pasado a emplearse también como herramienta de difusión de la información por parte de comunidades e instituciones, incluso existen algunas que se ocupan de la divulgación científica. En este caso, la página *social* puede ser el único medio mediante el cual se comparten contenidos informativos, o bien, puede ser un instrumento auxiliar para otorgar mayor alcance a la información ya publicada en otras plataformas (Bagaglini, 2023).

La Real Academia Española, al hilo de muchas otras instituciones en el contexto que se acaba de describir, ha abierto canales de difusión relacionados con su actividad académica en diferentes redes sociales; de hecho, como se puede ver en su página web (<[www.rae.es](http://www.rae.es)>), la Real Academia dispone de una cuenta propia en X (anteriormente, Twitter), Facebook, Instagram, TikTok, Flickr, Youtube, Spotify y SoundCloud. Además de compartir noticias y contenidos a través de todas estas plataformas sociales, también ha creado un servicio de resolución de dudas lingüísticas activo desde el año 2019 en X; en concreto, a través de la etiqueta *#dudaRAE*, los usuarios pueden plantear varias consultas relacionadas con aspectos de la lengua, como la ortografía o

<sup>1</sup> Aunque los más conocidos son los grupos en *Facebook*, es preciso señalar que, en los últimos años, se han creado nuevas tipologías de grupo en otras redes sociales como *Telegram* y *Whatsapp*, donde se han lanzado los canales de difusión.

la gramática, para que un equipo de filólogos y lingüistas resuelvan sus dudas (RAE, 2019).

La popularidad del empleo de las redes sociales como medio de divulgación se debe a diferentes factores, entre los que destacan la libertad general de vínculos y la democratización de la información. En concreto, se valoran positivamente características como la aceleración del proceso de creación, publicación y discusión de los contenidos, la falta de vínculos horarios y de barreras espacio-temporales, la general libertad de acceso a los contenidos, a pesar de que hay ocasionales excepciones, y la posibilidad de publicar a través de un móvil, sin requerir medios específicos (Cabrera Méndez y Lloret Romero, 2016).

En general, Bagaglini (2023) señala que la divulgación a través de las redes sociales busca dar visibilidad o popularidad a temas y conceptos propios de un ámbito de estudio; por lo tanto, los textos suelen presentar información menos densa y suficientemente explícita, que no hace uso extenso de léxico técnico. Asimismo, la autora hace hincapié en el componente dialógico de las plataformas consideradas, que se traduce en el uso de recursos como las preguntas retóricas, la segunda persona verbal y elementos discursivos que buscan involucrar al público, así como en la mezcla entre el lenguaje de especialidad y la lengua coloquial (Bagaglini, 2023).

Ante un escenario similar, donde la web está dominada por numerosas redes sociales, se enfoca el estudio presente en Instagram. Esta es una plataforma disponible a los usuarios desde hace ya más de una década, más en concreto, desde el 6 de octubre de 2010. En 2023, era la cuarta red social con el mayor número de internautas inscritos, con más de dos mil millones de usuarios (Bagaglini, 2023). En la plataforma, los usuarios disponen de varias formas de interacción, que han cambiado y evolucionado con el paso del tiempo. En principio, la plataforma estaba pensada para compartir imágenes con los propios seguidores, mientras que la posibilidad de publicar videos breves se añadió solo en 2013. Asimismo, en 2017 se crearon los carruseles<sup>2</sup>, es decir, publicaciones que permiten incluir en su interior hasta diez fotos

<sup>2</sup> A día de hoy, como usuaria de la plataforma, la autora ha notado una actualización de los carruseles, que ahora permiten incluir hasta 20 elementos.

o videos. Por otro lado, la publicación de historias, videos e imágenes que permanecen visibles en la plataforma solo durante 24 horas después de su publicación, se hizo posible a partir de 2016; a partir del año siguiente, se otorgó a los usuarios la posibilidad de fijar estos contenidos efímeros en su perfil en la sección de «historias destacadas», quedando estas, por consiguiente, siempre visibles en su página personal. Por último, entre 2019 y 2020, se crearon los *reels*, videos de breve duración, que imitan el formato de TikTok (Bagaglini, 2023).

Además de todas las posibilidades de publicación, los usuarios de la plataforma disponen de numerosos modos para interactuar con los demás y con la misma plataforma; en concreto, pueden utilizar las etiquetas o *hashtag* y los me gusta o *like*, así como disponen de una sección de mensajería instantánea que permite el diálogo grupal o privado (Figuereo-Benítez, González-Quíñones y Machin-Mastromatteo, 2021). En consecuencia, destaca que los usuarios de redes sociales como Instagram no son simples actores sociales que consumen los contenidos propuestos por las plataformas, sino que asumen un papel proactivo al interactuar no solo con estos, sino también con los demás usuarios de la red social (Caliandro y Gandini, 2019).

A pesar de que la plataforma se creó para compartir contenido visual, el espacio para el texto escrito ha ido aumentando constantemente con el paso de los años. Hoy en día, hay varias formas de incluir fragmentos textuales, como el pie de letra que acompaña los *posts*, carruseles y *reels* o los breves textos que pueden ser añadidos a la imagen o video de una historia, convirtiéndola en un contenido semejante a los paneles de los anuncios publicitarios. Asimismo, los *reels* pueden incluir subtítulos de comentario o de descripción de los contenidos, por un lado, o presentarse como un video donde el texto representa el enfoque principal, acompañado por una imagen, por otro (Bagaglini, 2023).

Por tanto, Instagram representa una herramienta valiosa para compartir diversos tipos de contenido de forma rápida e inmediata, alcanzando a un público significativamente amplio, proponiendo asimismo numerosas formas de interacción que, en su conjunto, permiten crear comunidades y lazos entre usuarios procedentes de cualquier lugar del mundo.

## LA COMUNICACIÓN DIGITAL: CARACTERÍSTICAS DE LA LENGUA EN ENTORNOS VIRTUALES

El apartado anterior ha puesto de relieve que las redes sociales son un canal de comunicación permanentemente abierto caracterizado por la rapidez e inmediatez de la comunicación, por un lado, y por la discontinuidad de las interacciones, por otro. La velocidad de comunicación en el discurso digital se asocia a un uso más coloquial de la lengua, así como a la presencia variable de rasgos situacionales (Pano Alamán, 2024). Todo esto ha determinado la aparición de numerosos fenómenos propios del habla oral y coloquial en la lengua escrita de las plataformas sociales:

*Así pues, la inmediatez y la brevedad impuestas por la tecnología y por los parámetros sociosituacionales que caracterizan la comunicación digital permiten entender por qué se ha producido en el entorno digital una «irrupción del coloquialismo» (Cervera Rodríguez 2001) o, dicho de otro modo, una «virtualización del lenguaje verbal coloquial» (Salazar 2001). Fenómenos como la elipsis, los alargamientos fónicos, las repeticiones léxicas, los conectores pragmáticos, los conectores metadiscursivos, entre otros, son cada vez más frecuentes en estos textos (Pano Alamán, 2024: 23).*

La reproducción, en los contextos comunicativos digitales escritos, de elementos propios de la conversación oral, normalmente llevada a cabo cara a cara, como los elementos suprasegmentales, es una de las claves que garantiza el éxito de la transmisión del mensaje. En general, las redes sociales representan un terreno fértil para el empleo de la lengua coloquial, debido a la rapidez e inmediatez de la comunicación en estas, así como el ambiente distendido que promueven (Mancera Rueda y Pano Alamán, 2013).

Entre los rasgos caracterizadores del español coloquial en las redes sociales, destacan los errores y modificaciones de la ortografía, que en ocasiones llegan a ser faltas voluntarias para transferir a la lengua escrita la propia forma de hablar o rasgos dialectales, la repetición de un sonido/una letra que busca imitar la prosodia típica del habla oral, el uso de las mayúsculas para añadir énfasis al mensaje o a una parte de este. También aparecen errores ortográficos determinados por la rapidez de escritura del mensaje, como la ausencia de puntos de interrogación y exclamación de apertura, el uso de las minúsculas

después de un punto y la falta de tildes (Mancera Rueda y Pano Alamán, 2013). A todo esto se suma, en ocasiones, el uso de abreviaturas como «finde» por «fin de semana», la eliminación de vocales («TQM» por «te quiero mucho») y el uso alternado de minúsculas y mayúsculas para expresar determinadas emociones, como alegría o enfado (Cabrera Méndez y Lloret Romero, 2016).

Además de los recursos escritos, es preciso subrayar que el lenguaje digital, así como la misma plataforma de Instagram, se apoya en diferentes tipos de recursos visuales, por lo que se caracteriza por ser multimodal. Como afirma Sampietro (2023: 23), «La multimodalidad consiste en la combinación de códigos semióticos diferentes: al introducir fotografías, videos, emojis, memes y otros tipos de recursos visuales en la escritura digital, creamos textos multimodales». Considerando esta definición, Instagram representa una plataforma extremadamente multimodal, pues combina texto e imagen en diferentes modos y formatos. Además, algunos recursos gráficos como los emojis y los emoticonos no solo interactúan con el texto escrito para determinar el sentido global del mensaje, sino que se insertan en el mismo y se convierten en un componente fundamental de este.

De hecho, los emojis y emoticonos son elementos caracterizadores del discurso en redes sociales. Estos son secuencias de signos de puntuación que buscan imitar una cara, en el caso de los emoticonos, y pictogramas o ideogramas con valor simbólico, en el caso de los emojis (Sampietro, 2023), que se emplean para «expresar el estado de ánimo del emisor o el tono del mensaje» (FundéuRAE, 2021: web), o bien para «expresar la valoración positiva o negativa de un contenido a través de las expresiones de emojis asociados a los significados *Me encanta*, *Me divierte* y *Me asombra*, o bien *Me entristece* y *Me enfada* [...]» (Pano Alamán, 2024: 63) o, finalmente, para sustituir algunas palabras o partes del mensajes por medios gráficos (Pano Alamán, 2024). A pesar de que muchos emojis tienen difusión global, es preciso recordar que el significado de cada uno está estrechamente vinculado a la cultura en que se usa, pues un mismo icono podría tener valores sumamente diferentes en culturas distintas (Cabrera Méndez y Lloret Romero, 2016).

Los emojis y los emoticonos, sin embargo, no son los únicos recursos gráficos que pueden desempeñar estas funciones en un entorno comunicativo

digital; de hecho, hoy en día, se emplean con frecuencia significativamente alta también GIF y *stickers*:

*Mientras que los GIF son imágenes animadas breves extraídas de innumerables contenidos audiovisuales (películas, series, fotografías, etc.) que se reproducen en bucle, los stickers, semejantes a los emojis por su carácter icónico, pueden ser tanto estáticos como dinámicos. Contrariamente a los emojis, los stickers no pueden yuxtaponerse o insertarse en un mensaje de texto, sino que aparecen aislados en la secuencia de mensajes, por ejemplo, en un grupo de WhatsApp (Pano Alamán, 2024: 119)<sup>3</sup>.*

Destaca, por tanto, una doble tendencia de la lengua propia del discurso digital: de hecho, si por un lado los usuarios buscan recursos para ser más breves, como los acortamientos, por otro se nota una voluntad de añadir énfasis al propio mensaje a través de medios como la reiteración de una misma letra para imitar el alargamiento fónico del habla oral. También los emojis, los GIF y los *stickers* pueden emplearse no como un intento comunicativo, sino con el fin de adornar el mensaje (Sampietro, 2023).

Además de todo lo que se acaba de mencionar, la velocidad de comunicación propia de las redes sociales da lugar a otros fenómenos lingüísticos de significativa importancia. En concreto, esta brinda a neologismos y extranjerismos, como los anglicismos, numerosas posibilidades de difusión rápida, permitiendo a estos, por ende, ingresar en la lengua española mucho más rápidamente que antes y sin que este proceso, a menudo, sea consciente (Cabrera Méndez y Lloret Romero, 2016).

Un fenómeno importante, determinado por la rapidez de difusión de los contenidos, es la viralidad. Esta representa la propagación mundial de elementos, de cualquier tipo, en poco tiempo que, por consiguiente, se convierten en una moda. A nivel lingüístico, esto se relaciona con cualquier elemento o expresión que los usuarios consideran divertido o gracioso y que empieza consiguientemente a emplearse y difundirse con rapidez hasta convertirse en viral. Hay que recordar, sin embargo, que el éxito tan repentino de estos usos puede tener un fin igualmente rápido (Cabrera Méndez y Lloret Romero, 2016).

<sup>3</sup> Cursiva del original.

Un ejemplo del fenómeno que se acaba de describir, documentado en Cabrera Méndez y Lloret Romero (2016), se remonta a 2012, cuando un usuario escribió «ola k ase» por «hola que haces». Otros internautas, por considerar la expresión graciosa, empezaron a utilizarla como un meme<sup>4</sup> y esta se difundió no solo por toda América Latina, sino que también llegó a Europa.

Así pues, la comunicación digital representa un ámbito de análisis muy florido, que combina elementos propios de diferentes contextos comunicativos para crear nuevos medios expresivos y metodologías textuales que merecen documentarse y estudiarse en detalle, considerando también que, por su vínculo con la tecnología y su rápida evolución, es un método comunicativo en constante cambio.

### **LA LENGUA ESPAÑOLA EN LA CUENTA INSTAGRAM DE LA RAE: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN**

A partir de la revisión teórica trazada en los párrafos anteriores, el estudio que se presenta a continuación se propone un doble objetivo: por un lado, busca examinar cómo emplea la RAE la plataforma para presentar contenido lingüístico; por el otro, pretende analizar el uso que los internautas hacen de la lengua en contextos de comunicación digital.

En concreto, por lo que respecta al primer objetivo, la investigación busca responder a las siguientes preguntas de investigación:

- ¿La RAE usa su página Instagram para la divulgación lingüística? ¿Qué tipo de contenido lingüístico presenta en sus publicaciones?
- ¿Qué perspectiva o actitud adopta? ¿Promueve el debate entre los usuarios o solo propone los contenidos?
- ¿Se hace uso de alguna etiqueta o *hashtag* para vincular los contenidos a otras publicaciones similares en la plataforma?

En cambio, por lo que concierne al segundo objetivo planteado, se han propuesto las preguntas presentadas a continuación:

<sup>4</sup> Los memes son «[...] imágenes estáticas e incluso videos acompañados de un breve texto» (Pano Alamán, 2024).

- ¿Se detectan muestras de lenguaje coloquial o de imitación del lenguaje oral?
- ¿Hay ejemplos de abreviaturas o errores ortográficos?
- ¿Aparecen ejemplos de palabras en otros idiomas o propias de alguna variedad regional del español?

A partir de este planteamiento inicial, se ha llevado a cabo un proceso de selección de las publicaciones colgadas por la RAE en su página Instagram (@laraeinforma): se ha adoptado, como criterio de elección, la presentación de contenido de tipo lingüístico con carácter divulgador en los *posts* publicados entre el 1 de agosto de 2024 y el 15 de febrero de 2025. Para enfocar el estudio específicamente en los contenidos relacionados con la norma y el uso de la lengua, se ha elegido excluir las publicaciones relacionadas exclusivamente con los signos de puntuación. Por tanto, al final del proceso de selección, se había recogido una muestra de 133 publicaciones; con respecto al formato de estas, se observa que la mayoría (N = 112; 84,2 %) son imágenes individuales, mientras que solo 21 (15,8 %) son carruseles de imágenes.

Respecto a los comentarios, se aprecia que los *posts* seleccionados presentan un alto, si bien variable, grado de interacción con los usuarios. En total, durante el proceso de análisis<sup>5</sup> se documentaron 3 866 comentarios a las publicaciones. Debido a la significativa extensión de la muestra disponible, siendo este un estudio exploratorio, se ha optado por reducir la cantidad de interacciones para analizar y, por ende, se han elegido los comentarios presentes en 20 de las publicaciones recopiladas en la etapa anterior. Los criterios de selección de estas últimas son los siguientes:

- presencia de un alto nivel de interacción con los usuarios, con escasa presencia de comentarios escritos por *bots*;
- relevancia de los comentarios presentes para alcanzar los objetivos de la investigación;

<sup>5</sup> El proceso de análisis se llevó a cabo entre el 17 de febrero y el 20 de marzo de 2025. Considerando que las redes sociales son una plataforma dinámica y que tanto *posts* como comentarios pueden modificarse después de su publicación, se señala que los datos aquí aportados hacen referencia a lo que aparecía en Instagram en ese momento.

- alcance de una muestra suficientemente equilibrada que abarque las diferentes categorías de contenido en las que se clasifican las publicaciones.

En consecuencia, se ha reunido un grupo de 1067 comentarios para examinar con la finalidad de extraer muestras de algunos de los principales fenómenos lingüísticos del discurso digital. En concreto, como se detallará en el apartado de análisis, se han buscado ejemplos de uso de los emojis e, igualmente, muestras de lenguaje coloquial u oral, abreviaturas y faltas de ortografía. Asimismo, se busca documentar ocurrencias de palabras en otros idiomas y de elementos lingüísticos propios de las diferentes variedades del español.

Para coleccionar y, posteriormente, examinar todos los datos, se ha recopilado todo el material en formato imagen (.jpeg), para luego extraer lo necesario y pertinente en una hoja de Microsoft Excel, que ha permitido analizar y anotar los datos. El corte de la investigación es principalmente cualitativo, puesto que busca observar el uso de la lengua por parte de dos entidades muy diferentes, en concreto, la RAE, por un lado, y los usuarios, por el otro; no obstante, también hace uso de recursos cuantitativos para examinar el tamaño de la muestra recogida.

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

### 1. Las publicaciones de @laraeinforma

En primer lugar, se analizan los contenidos proporcionados por la Academia a través de su cuenta en la red social considerada. Observando, desde una perspectiva general, el tipo de publicaciones de la RAE en su página, se nota que es muy variado y abarca todo lo que está relacionado con la hispanidad. Por lo tanto, no aparecen solo *posts* dedicados al idioma español, sino que se proporciona también información relacionada con los eventos, los miembros y las obras académicas, así como contenidos sobre autores y obras literarias del entero mundo hispanohablante.

Empezando por el tipo de contenidos propuestos en las publicaciones recopiladas, estas se pueden clasificar de la siguiente forma:

| Tipo de contenido | N.º de publicaciones |
|-------------------|----------------------|
| Fonética          | 2                    |
| Gramática         | 14                   |
| Léxico            | 93                   |
| Ortografía        | 20                   |
| Mixta             | 4                    |
| Total             | 133                  |

Tabla 1. Tipo de contenido sobre la lengua española publicado por @laraeinforma en Instagram.  
Elaboración propia

Observando los datos resumidos en la Tabla 1, se nota que la mayoría de los *posts* (N = 93; 70 %) se enfoca en contenidos relacionados con el léxico del español. Pocas se dedican a temas como la ortografía (N = 20; 15 %) o la gramática (N = 14; 10,5 %), aún menos a la fonética (N = 2; 1,5 %). Por último, es preciso notar la presencia de cuatro *posts* (3 %) que presentan contenido de tipo «mixto», es decir, que combinan divulgación acerca de diferentes aspectos de la lengua citados en la tabla.

Antes de entrar en los detalles del análisis de las publicaciones, es preciso considerar también la actitud adoptada por la RAE en estas. Como se puede observar en la Tabla 2, un número significativo de los *posts* seleccionados (N = 53; 39,8 %) propone solo una explicación del contenido, sea este una regla gramatical o un uso léxico, mientras que otro grupo relevante (N = 32; 24,1 %) contiene definiciones, más o menos análogas a las presentadas en los diccionarios, de lemas y términos concretos. Asimismo, se destaca la presencia de un grupo de 21 publicaciones (15,8 %), correspondientes a la serie del Calendario de Adviento, que se comentará posteriormente, que adoptan una postura de

juego y de desafío a los seguidores de la cuenta, mientras que un conjunto menor ( $N = 14$ ; 10,5 %) propone los contenidos como datos o curiosidades relacionados con la lengua. Por último, merece la pena señalar que aparece un pequeño conjunto de publicaciones ( $N = 10$ ; 7,5 %) que acompaña la explicación presente en el pie de letra con una pregunta final que busca promover la participación activa de los usuarios al debate a través de los comentarios, mientras que solo tres publicaciones (2,3 %) se presentan exclusivamente como un medio para promover la interacción entre los usuarios, proponiendo una pregunta en el pie de letra para que los seguidores de la RAE contesten a través de los comentarios y no solo discutan sobre el tema, sino que activen también sus propios conocimientos.

| Actitud                          | N.º de publicaciones |
|----------------------------------|----------------------|
| Animar al debate / participación | 3                    |
| Explicar + animar al debate      | 10                   |
| Datos / curiosidades             | 14                   |
| Juego / desafío                  | 21                   |
| Definición                       | 32                   |
| Explicación                      | 53                   |
| Total                            | 133                  |

Tabla 2. Actitud adoptada por la RAE en sus publicaciones hacia los contenidos seleccionados.  
Elaboración propia

Empezando el análisis de los contenidos, algunas publicaciones proponen definiciones de términos y elementos lexicales que se han extraído de los dic-

cionarios académicos desde diferentes perspectivas. En numerosas ocasiones, como en el caso de las publicaciones relacionadas con la etiqueta *#PalabraDelDía*, la RAE propone en la foto una palabra y la definición correspondiente, agregando también una imagen vinculada al significado de esta. A continuación, en el pie de letra se proporcionan detalles adicionales respecto a la palabra y, ocasionalmente, acerca del diccionario de donde se ha sacado la definición:

- [imagen de la publicación]

**presea**

Del lat. *praesidia*, pl.n.de *praesidium* ‘protección’, ‘tutela’, ‘guardia, escolta’, que en época medieval adquirió el valor de ‘bien de un señor custodiado por un vasallo’

1. f. Medalla o distinción que se concede en algunas competiciones, generalmente a los tres primeros clasificados.
2. f. Alhaja, joya, tela u objeto precioso.
3. f. desus. Ajuar doméstico

- [pie de letra de la publicación]

**#PalabraDelDía | presea**

Ejemplo del «Dicc. del estudiante» en su uso como ‘medalla’ (que quizá venga del latín vulgar «*medialia*», plural de «[*aes*] *mediale*» ‘[moneda de cobre] equivalente a la mitad de un dinero’). «Acaba de obtener la presea de oro en los Juegos Nacionales».

- (@laraeinforma, 24 de agosto de 2024)

En otras publicaciones, que siempre se centran en la propuesta de definiciones de elementos léxicos, el foco se aleja de las entradas de los diccionarios para centrarse en la aclaración de posibles dudas debidas a la semejanza entre dos o más lemas. Por ej., en la publicación que se cita a continuación, la Academia propone tres definiciones de palabras que, a nivel fonético, presentan semejanzas notables, a fin de aclarar a qué grafía se corresponde cada significado:

- [pie de letra de la publicación]
  - ✓ «baya» → ‘fruto carnoso y jugoso’ (como el arándano)
  - ✓ «vaya» → elemento que aparece en exclamaciones como «¡Vaya susto!» o forma del verbo «ir» («No quiero que se vaya»)
  - ✓ «valla» → ‘vallado o cerco alrededor de un lugar’ («El zorro saltó la valla»)
- (@laraeinforma, 6 de septiembre de 2024)

Otra categoría de contenido que se ve relacionada con la lexicología es la de los extranjerismos. Formando esta una serie de publicaciones recurrentes en la página de la Academia, como se indica posteriormente en el apartado, se presenta como un grupo de *posts* dedicado a los anglicismos, en concreto. En estos, se propone la contraposición entre un elemento léxico procedente del inglés y su posible equivalente en español, siempre y cuando sea posible hallar uno. En la foto, a la izquierda, se oponen los dos términos, escritos en formato textual, mientras que a la derecha aparece una imagen relacionada con el elemento léxico considerado. Asimismo, en el pie de letra, se propone una breve descripción que valora el uso del anglicismo frente al lexema propio del español, recomendando o no el uso de uno o del otro. Sobresale que muchos de los extranjerismos seleccionados para las varias publicaciones se relacionan con lexemas de uso común en la lengua diaria y que, por tanto, resultan familiares y rentables a un número significativo de usuarios.

- [imagen de la publicación]
  - notebook vs portátil
- [pie de letra de la publicación]
  - Extranjerismos | «notebook»

Como alternativa al anglicismo «notebook», se puede emplear «ordenador portátil», «computador(a) portátil» o, simplemente, «portátil»<sup>1</sup>. Si se opta por «notebook», irá en cursiva y se usará como masculino o femenino dependiendo de factores como la zona.

- (@laraeinforma, 10 de octubre de 2024)

<sup>1</sup> En el post considerado como ejemplo, merece hacer hincapié en el hecho de que las recomendaciones de la RAE no se limitan a proponer la alternativa al anglicismo en español, sino que también considera las posibles diferencias geolectales y propone alternativas en función de estas.

Si hasta ahora las publicaciones analizadas presentaban una estrecha relación con la norma lingüística, los dos últimos grupos que se describen se alejan de esta para acercarse al uso real de la lengua. De hecho, merece la pena señalar la presencia de diversas publicaciones relacionadas con la diversidad regional del español. En concreto, en la muestra seleccionada sobresalen contenidos en los que, en la foto, se propone la imagen de un objeto o entidad común y conocida, posiblemente, por la totalidad de los hablantes, mientras que en el pie de letra se suele preguntar a los seguidores cómo llaman lo que aparece en la foto en su región, buscando animar la respuesta de estos. Publicaciones de este tipo merecen especial relieve, puesto que, a través de los comentarios recibidos, permiten obtener datos sincrónicos, actualizados y específicos a partir de la misma comunidad lingüística. Por ende, las respuestas recibidas representan un medio para trazar, ocasionalmente de forma muy específica, un mapa de usos léxicos de la comunidad hispanohablante.

- [imagen de la publicación: foto de unos polos]
- [pie de letra de la publicación]

Polo, niqui, chomba, poloche, remera... ¿Cómo llaman ustedes a la prenda de punto que llega hasta la cintura, con cuello, y abotonada por delante en la parte superior?

- (@laraeinforma, 8 de septiembre 2024)

Por último, se reúne una muestra reducida de *posts* que se relacionan con los elementos coloquiales de la lengua, sean estos neologismos o empleos de términos concretos en el habla cotidiana que difieren de la regla general. En este caso también, como se aprecia en la cita siguiente, la Academia no solo da visibilidad a un fenómeno relevante en la lengua diaria coloquial, sino que termina su mensaje con una pregunta directa a sus seguidores, animando la interacción de estos últimos a través de los comentarios y, por tanto, buscando obtener ejemplos y muestras propios del habla cotidiana de millones de personas. Por consiguiente, es posible documentar los usos cotidianos de la lengua:

- [pie de letra de la publicación]

En la lengua coloquial, se crean a veces acrónimos para situaciones en las que algo presenta características propias de otra cosa: «verano» ('otoño veraniego'), «juernes» ('jueves en que se sale como un viernes'), «viejoven»...

¿Conocen más?

- (@laraeinforma, 29 de septiembre de 2024)

Pasando a otro tipo de contenido, la gramática, sobresale que, en este contexto, la RAE emplea sus publicaciones para aclarar dudas sobre algunas de las reglas de la lengua que plantean problemas comunes a los usuarios. Es el caso, por ejemplo, de la publicación del 9 de septiembre de 2024, en la que se aclara cuál es el plural de «régimen», o la del 2 de octubre del mismo año, que explica cuál es la forma correcta del participio pasado del verbo «sofreír»:

- [pie de letra de la publicación]

¿Cuál es el plural de «régimen»?

Su plural es «regímenes». Como se ve, es un plural especial, pues presenta cambio de lugar del acento: de la primera «e» a la «i». Otros casos similares son «especímen» (plural «especímenes») y «carácter» (plural «caracteres»).

- (@laraeinforma, 9 de septiembre de 2024).

- [pie de letra de la publicación]

¿Es «Ya he sofrito los ajos» o «Ya he sofreído los ajos»?

Igual que con «freír», tanto «sofreído» como «sofrito» son válidos como participios de «sofreír», aunque hoy es mucho más frecuente el uso de «sofrito». De hecho, como adjetivo solo se usa «sofrito» («cebolla sofrita»).

- (@laraeinforma, 2 de octubre de 2024)

Respecto a la fonética, por otro lado, que solo se considera en dos de las publicaciones recolectadas en la muestra, se observa que la Academia adopta una postura mixta, que no solo busca proporcionar una explicación sobre los fenómenos considerados, sino que también lanza una pregunta final con el objetivo de animar la participación de los demás usuarios, como se evidencia en el ejemplo siguiente:

- [pie de letra de la publicación]

La metátesis es el cambio de lugar de algún sonido en un vocablo, como se ve en la «r» de «cocodrilo» con respecto a la forma original latina «crocodilus». Aquí tienen otros ejemplos:

- ✓ escrudiñar > escudriñar
- ✓ milagro > milagro
- ✓ murciégalo > murciélago

¿Proponen más?

- (@laraeinforma, 16 de septiembre de 2024)

Las publicaciones relacionadas con la ortografía también proponen explicaciones y ejemplos de cómo se debe escribir para respetar la norma lingüística y, en ocasiones, la RAE aprovecha alguna fecha importante, como el Día Mundial del Alzheimer, para proponer ejemplos de normas ortográficas:

- [pie de letra de la publicación]

#### #DíaMundialDelAlzhéimer

Para el nombre de esta enfermedad, se puede usar o bien la forma adaptada y en minúscula «alzhéimer», o bien «enfermedad de Alzheimer», con «Alzheimer» en mayúscula y sin adaptar por usarse como nombre propio.

Más información en la «Ortografía» en [www.rae.es](http://www.rae.es).

- (@laraeinforma, 21 de septiembre de 2024)

Por último, es preciso poner también un ejemplo de las publicaciones que proponen contenidos mixtos, es decir, informan al lector sobre diferentes aspectos de la lengua española a la vez, aprovechando un tema o celebración común que brinda a la Academia la oportunidad de tocar más puntos importantes de la lingüística. En la cita que se propone a continuación, que celebra el aniversario de nacimiento de Monet, la RAE propone varios datos y curiosidades relacionados con el pintor y el estilo pictórico al que este se asocia:

- [pie de letra de la publicación]

Algunos datos lingüísticos por el 184.º aniversario del nacimiento del pintor Claude Monet:

- ✓ Como otras denominaciones de movimientos, estilos o escuelas propios de disciplinas artísticas concretas, «impresionismo» se escribe con minúscula.
- ✓ Se prefiere «posimpresionismo» a «postimpresionismo».
- ✓ El «DLE recoge la voz «ismo» con el significado de ‘movimiento artístico, literario o filosófico’ (usado más referido a movimientos efímeros, como los que integraron el vanguardismo).

- (@laraeinforma, 14 de noviembre de 2024)

Finalmente, para concluir este primer apartado de análisis, merece la pena hacer hincapié en el uso de los *hashtags*. Estos son «metadatos explícitos integrados en el mensaje, mediante los cuales se señala el tema o temas [...] y se conecta ese mensaje a otros que contienen esa misma etiqueta. En general, están formados por palabras o secuencias de palabras precedidas de la almohadilla (#), que se convierten en hiperenlaces una vez insertados en el mensaje» (Pano Alamán, 2021: 48). Por tanto, el uso de estas etiquetas se convierte en un medio valioso para la Academia con el fin de vincular sus publicaciones a otras relacionadas con el mismo tema y, por consiguiente, ganar mayor visibilidad en la plataforma.

Por medio del análisis de la muestra, se ha evidenciado que la Academia no hace uso extensivo de los *hashtags*; sin embargo, propone a veces series de publicaciones que presentan la misma estructura y se centran en un tema específico.

| Hashtag o serie        | N.º de publicaciones |
|------------------------|----------------------|
| Ningún vínculo         | 56                   |
| #PalabraDelDía         | 31                   |
| Calendario de Adviento | 21                   |
| Extranjerismos         | 15                   |
| #Día(Mundial)De...     | 10                   |
| Total                  | 133                  |

Tabla 3. *Hashtags* y series evidenciadas en la muestra de publicaciones seleccionada  
Elaboración propia

Como se puede apreciar a partir de la Tabla 3, la mayoría de las publicaciones seleccionadas (N = 56; 42 %) no se vincula a ninguna etiqueta o serie

concreta, sino que la Academia las propone en su plataforma al considerarlas de relieve y rentabilidad para los usuarios. Solo se aprecia la presencia de dos *hashtags* concretos, siendo el primero *#PalabraDelDía*; este se vincula a esos *posts* que presentan definiciones de elementos léxicos extraídos de los varios diccionarios de la lengua. Por otro lado, destaca un grupo de 10 publicaciones (8%) que se ha creado en ocasión de celebraciones nacionales e internacionales, como el Día Mundial de Alzheimer anteriormente citado, y que proponen contenidos lingüísticos relacionados con dicho aniversario.

Asimismo, merece la pena señalar la presencia de dos tipos de publicaciones seriales que aparecen en la cuenta de la RAE que, sin embargo, no se vinculan a etiquetas concretas. En primer lugar, está la serie «Extranjerismos», que contrapone el uso de anglicismos al empleo de palabras o expresiones equivalentes propias de la lengua española. Sin embargo, es preciso señalar que hasta hace algunos años esta serie se publicaba utilizando el *hashtag* (*#Extranjerismos*), como se aprecia en el análisis realizado por Gozzi (2023), mientras que en la muestra recogida para el presente estudio la almohadilla ha desaparecido, quitando por tanto el hiperenlace que vinculaba los *posts* de la RAE a otros similares realizados por cuentas ajenas.

En último lugar, aparece la serie navideña del Calendario de Adviento: esta se publicó entre el 1 y el 24 de diciembre de 2024 y proponía a los seguidores de la cuenta un desafío diario relacionado con la lengua, la literatura y la cultura hispana, imitando un Calendario de Adviento real<sup>6</sup>. Las publicaciones de la serie continúan proponiendo a los usuarios contenidos relacionados con la lengua y la lingüística; sin embargo, adoptan una postura completamente diferente a las demás, puesto que plantean un juego tipo test para los seguidores con el objetivo de animarlos a participar en la sección de comentarios y activar sus conocimientos sobre la lengua al contestar a la pregunta propuesta.

Por ende, la panorámica que se acaba de realizar sobre la muestra de publicaciones seleccionadas pone de relieve que la Academia emplea su plata-

<sup>6</sup> A pesar de que la serie incluye 24 publicaciones, una por día de Adviento, en la muestra se han considerado solo las 21 relacionadas con la lengua y la lingüística. Las otras 3 se han excluido al hacer referencia a otras temáticas, como la literatura.

forma en Instagram como un medio valioso para hacer divulgación relacionada con la lengua española, promoviendo no solo los usos propios de la norma lingüística, sino también recopilando y proponiendo ejemplos más típicos del habla oral, coloquial y no normativa que, no obstante, son familiares a los seguidores de la cuenta, al ser ellos hablantes que utilizan la lengua a diario. Asimismo, como se detalla en el siguiente apartado, al promover la interacción por medio de los comentarios se hace posible la recolección de muestras reales de usos de la lengua en su geografía, recopilando ejemplos de variación léxica o gramatical. De esta forma, cualquier lingüista tiene acceso a datos directos y reales procedentes de diferentes puntos del mundo simplemente entrando en una página Instagram.

## 2. Los comentarios

Después del análisis anteriormente descrito, se han considerado los comentarios de algunas de las publicaciones de la muestra para observar qué fenómenos propios de la comunicación mediada por ordenador y de la lengua de las redes sociales se pueden detectar. En concreto, se examinan los materiales reunidos con el objetivo de encontrar ejemplos de:

- uso de lenguaje coloquial;
- imitación del lenguaje oral;
- abreviaturas y eliminaciones de vocales;
- uso de emojis;
- ocurrencia de errores o faltas de puntuación;
- uso enfático de signos de puntuación o mayúsculas.

Además, con el objetivo de observar la posibilidad de empleo de los comentarios como fuente de información respecto al uso real de la lengua y la interacción de esta con otros idiomas, se consideran muestras de anglicismos o elementos lingüísticos procedentes de otras lenguas, así como de variación diatópica o regional. En el marco del presente estudio, se ha optado por realizar un análisis cualitativo de los comentarios reunidos.

Empezando por las muestras de lenguaje coloquial detectables en las interacciones analizadas, estas son numerosas. A continuación, se presentan

algunos ejemplos, destacando en negrita los elementos más llamativos de cada uno<sup>7</sup>:

- (1) Nunca había escuchado **ese palabra**, fastener 🤔😞😭😭
- (2) **Pu ta zo**
- (3) @usuario/a porque quiere o porque desconoce? Deja de hablar **weas, porfa**
- (4) **Mola**, más pls
- (5) **Qué chulo**, acepto el reto 🤝

En general, se nota que son varios los ejemplos de lenguaje coloquial, propio de la comunicación informal, que se trasladan de la oralidad a este específico género discursivo. En el ejemplo (1) se documenta la expresión «ese palabra», recurrente en varios comentarios de la muestra seleccionada, que es un término coloquial empleado para referirse a una palabra mal dicha. Otras muestras de lenguaje coloquial son el verbo «molar» (4) por gustar y la exclamación «Qué chulo» (5).

En el caso del comentario (2), se documenta un coloquialismo más propio del habla vulgar que, además, merece mención especial porque se presenta escrito dividido en sílabas; esta elección del usuario no es casual, sino que quiere imitar las pausas propias del habla oral a la hora de articular la palabra para alcanzar un fin comunicativo específico. Respecto al comentario (3), se nota el uso del lenguaje coloquial propio de la variedad chilena. De hecho, la palabra «weá» pertenece al habla subestándar del español de Chile (Colaboradores de Wikcionario, 2025) y, según el *Diccionario Etimológico Castellano En Línea* (Anders, V. et al, 2001-2025), «tiene el significado de “cuestión, tontería, payasada” [...]». Asimismo, en el mismo comentario también aparece «porfa», palabra que representa un acortamiento propio del habla coloquial que sustituye a «por favor».

<sup>7</sup> Para proteger la privacidad de quienes hayan escrito los comentarios que se van a presentar, no se documentan sus nombres de usuario; en los casos en que aparezca citado, o *tagged*, el nombre de usuario de una persona, este se sustituye por un más general @usuario/a.

En el comentario (3) también aparecen ejemplos de errores gramaticales y ortográficos, puesto que se escribe «porque» como si fuera un nexo causal, a pesar de que desarrolla la función de partícula interrogativa en esta oración, así como destaca una falta del signo de interrogación de apertura. En el comentario (4) también aparece «pls», siendo este un acortamiento de una palabra procedente del inglés (*please*, por favor).

(6) ¡¿Qué?! Recién ahora me entero de esto. Debí haber quedado como un tonto. **Ja, ja, ja.**

(7) Macedonia... **Mmmmm** 😊😊😊😊😊

(8) Táper en **la** Argentina.

(9) @usuario/a1<sup>1</sup> Portacomida le decimos en mi casa; coca en otras partes de mi país: «la coca del almuerzo» 🇨🇴

@usuario/a2 ¿coca? 🤔🤔🤔🤔🤔

@usuario/a1 **Jajaja** sí 😊

(10) Por qué castellanizar el inglés de esta forma??? Me imagino a CERVANTES Y SHAKESPEARE queriendo salir de sus tumbas a matarnos **jajajajajajaaaa**

(11) Ensalada de frutas. Macedonia es otro postre. Con merengue, cerezas y otras cosas riquísimas. Y se come **biennn** frío.

<sup>1</sup> En este y otros casos que aparecen a continuación, se propone la referencia a un “usuario/a1” y a otro “usuario/a2” al ser el ejemplo un diálogo entre dos usuarios de la plataforma, por lo que es preciso indicar explícitamente a los participantes.

Con respecto al uso de recursos escritos para recrear el lenguaje oral, destaca el empleo en numerosos comentarios de la imitación de la risa, que en español se suele escribir como «jajaja». Esta grafía puede modificarse y adaptarse según la función que esa risa desempeña en el discurso. En el caso de (6), el usuario podría estar usando la forma de escritura recomendada por la RAE, separando cada «ja» de la risa con una coma (RAE, sin fecha), o bien podría ser una risa irónica o incómoda, motivo por el que se escribe separada en tres

palabras divididas por una coma; en el caso de (9), se presenta como una risa «estándar», mientras que en el comentario (10) se exagera a nivel ortográfico para añadir énfasis e indicar que es una risa muy fuerte.

Por lo que concierne al ejemplo (7), la onomatopeya «mmmmmm» se usa para imitar el sonido que se realiza con el fin de indicar que algo, generalmente una comida, tiene un buen sabor. Por otro lado, en el caso (8), se evidencia un uso coloquial del artículo «la» delante de un nombre propio de un país, uso considerado no normativo por la Academia.

En (11), por otro lado, se halla un ejemplo de uso enfático de las letras que imita un alargamiento fónico; de hecho, a la palabra «bien» se añaden dos enes finales de más, aparentemente innecesarias, que en realidad se emplean para crear, en el mensaje escrito, la impresión de alargamiento de la consonante final propia del habla oral. De esta forma, se pone el énfasis sobre la palabra, dándole el mismo relieve que se le otorgaría oralmente, para que el receptor entienda la importancia del adverbio.

(12) riquísimo pez **tb** español: palometa o japuta

(13) @usuario/a1 tiene **qe** saberlo

(14) En mi casa, además de macedonia, también nos resulta normal lo de cóctel de frutas. No sé si influye el gran vínculo familiar **q** tenemos con Cuba. (Tutti frutti para mezclas de frutas en ciertas preparaciones: helados, etc.)

Como se ha señalado en el apartado teórico, otra característica propia del discurso digital es la búsqueda de rapidez y brevedad, razón por la que no es insólito evidenciar en los comentarios ejemplos de abreviaturas y de eliminación de las vocales. Es de fácil interpretación el acortamiento «tb» (12), que se emplea de forma notablemente extendida por «también». En el caso de (13) y (14), por otro lado, se evidencian dos diferentes soluciones para acortar la partícula «que»: se puede eliminar solo la vocal central (13) o se borran las dos vocales (14), consideradas innecesarias, para poder transmitir el mensaje de forma más rápida.

Por lo que respecta al uso de los emojis, estos ya aparecen en los comentarios citados anteriormente; de hecho, por ejemplo, en (5) las manos que aplauden se emplean para reforzar el mensaje de aceptación del reto, mientras que en (7) las caritas se asocian a la onomatopeya que hace hincapié en la buena calidad de un plato. Sin embargo, en la muestra se documentan otros usos de relieve de este recurso visual, de los que se proponen algunas muestras a continuación:

- (15) Portacomida, la coca de la comida. Nada de marcas. 🇨🇴
- (16) 🙌🙌🙌🙌🙌
- (17) Yo tengo que vivir en otro mundo porque tampoco he escuchado nunca lo de creepy 😬.
- (18) En 🇲🇽 justo el sonido entré los dedos lo conozco como «chasquidos».
- (19) Pico de gallo... 🐔🐔🐔🔥
- (20) @usuario/a por qué hablas como si la RAE fuera una entidad dictatorial **xD** OBVIAMENTE cada quien ocupa las palabras que quiere. Redescubriste la rueda.

Examinando los comentarios arriba mencionados, se aprecia que los emojis brindan numerosas posibilidades de empleo, según el mensaje y el contexto comunicativo. En el caso de (15) y (18), la bandera de Colombia y de México, respectivamente, se utilizan para completar la información proporcionada a través de las palabras del comentario, indicando que el uso léxico del que se habla es propio de esa región. En general, el uso de las banderas está muy extendido entre los usuarios, quienes, a la hora de comentar algo de su propia nación, en numerosas ocasiones acompañan su mensaje con este tipo de emoji.

En el ejemplo (16), los recursos visuales sustituyen totalmente a las palabras y adquieren solos la capacidad de vehicular el mensaje al receptor, expresando en este contexto acuerdo con lo que se afirma en la publicación que se comenta. Por otro lado, considerando el caso (17), se aprecia que la carita que ríe acompaña al mensaje escrito para transmitir a los receptores el tono de su

mensaje; de hecho, la comunicación digital carece de los significados vehiculados por elementos propios del habla oral como el tono de voz o la entonación, por ende, el usuario utiliza el emoji para incluir en su mensaje escrito el componente humorístico asociado a sus palabras.

Por otro lado, observando el comentario (19), se puede notar que el emoji no se relaciona directamente con el mensaje emitido, más bien con una parte específica de este. De hecho, el autor del comentario, en respuesta a la publicación de la RAE que pregunta a los seguidores cómo llaman a la macedonia en su país o región, afirma que la indica con la expresión «pico de gallo», sin especificar a qué lugar se refiere. Sin embargo, al contener esta la palabra «gallo», que hace referencia a un animal, decide incluir también tres emojis de un gallo. Las manos que aplauden y las llamas, por otro lado, podrían representar una forma de valorizar o celebrar esa expresión típica de su geolecto.

Finalmente, en este grupo de ejemplos, merece especial atención el (20), en que el usuario no hace uso de emojis, sino de un emoticono, «xD». Este es un ejemplo de numerosas «secuencias de signos de puntuación [...] que circulan por Internet desde los años 80» (Sampietro, 2023: 10).

(21) Buen día, pregunta a la RAE, **porqué** separado va todo junto y todo junto va separado ? Gracias

(22) Y **cual** es la diferencia entre “holónimo” y “Merónimo”?

(23) No conocía la palabra «neblumo»! Me encanta!

(24) Me.**encata** 💜

(25) Originalmente en  dicen trastes sin embargo por la marca @usuario/a ... **Wueno**, el resto es historia.

Pasando a considerar los ejemplos de errores y las faltas de puntuación realizados por los usuarios de la red social, se nota que muchos se vinculan a la ausencia de los signos interrogativos y exclamativos de apertura, como en el caso de (21), (22) y (23). En los dos primeros, también aparece una problemática con la escritura de los pronombres interrogativos, pues en (21) se escribe «porqué» en vez de «por qué» y en (22) falta el acento en «cuál».

En el caso de los ejemplos (24) y (25), por otro lado, se observan muestras de errores tipográficos, derivados posiblemente de la rapidez en la escritura del mensaje o de las dificultades de tecleo en el móvil. En el caso de (24), en concreto, aparece un punto innecesario entre el pronombre reflexivo y el verbo, así como falta una letra en la palabra «encanta». El «wueno» por «bueno», por su parte, podría ser también un error tipográfico. En el caso (25), por otro lado, el usuario usa «c» por «se», evidenciándose por consiguiente una posible falta de conciencia fonológica que impide distinguir entre la interdental sorda y la alveolar sorda posiblemente por la variedad del hablante.

Por último, se aprecia en la muestra un número alto de comentarios en los que se hace uso enfático de las mayúsculas y de los signos de puntuación. Estos se utilizan para otorgar al mensaje o a elementos concretos de este mayor relieve, que oralmente se vehicularía a través del tono o entonación, como se muestra en los ejemplos a continuación:

(27) Ensalada de frutas. Y con licor, **SANGRÍA** 😂

(28) En Venezuela Tizana!!

(29) **POTE!!!** 😂😂😂😂🇻🇪

(30) @usuario/a **JAJAJAJAJAJAJ** llegó el flipado señoras y señores

En el caso de los comentarios (27) y (29), el uso de las mayúsculas se vincula a una mayor importancia que los autores quieren otorgar a esas palabras; en concreto, quieren que la atención de los lectores se enfoque en estos lexemas para que puedan entender el significado real del mensaje. Por ejemplo, en el caso de (27), escribir «sangría» en mayúsculas en un mensaje donde se habla de cómo llaman los hablantes la macedonia, al lado de un sintagma que especifica que este alimento va acompañado con licor, busca transmitir el humor que el hablante pone en el mensaje. En el caso de (29) también se busca vehicular el humor del comentario, puesto que en Venezuela «pote» indica un recipiente (ASALE, 2010), mientras que en el español coloquial de España «potar» se emplea como sinónimo de «vomitar» (RAE y ASALE, 2024).

En el caso de (30), el uso de las mayúsculas se suma a la exageración de la risa para indicar que esta es sumamente fuerte e intensa, mientras que en (28) el uso de dos puntos de exclamación finales, que no van acompañados por los de apertura, busca evidenciar la intensidad de la exclamación, llamando la atención de los lectores.

Pasando a considerar la presencia de otros idiomas y de variedades del español en los comentarios, se nota que los ejemplos son numerosos y variados; por consiguiente, estos representan una fuente interesante y significativa para el investigador que busca obtener datos sobre el uso real de la lengua por parte de los hablantes.

Respecto a la aparición de lenguas extranjeras o contactos lingüísticos con estas en los comentarios, se citan los siguientes ejemplos:

- (31) **nessuno dei due: cannelloni!** Es una **recepta** 100% italiana 😂
- (32) @usuario/a en **italiano** es pericola 😊
- (33) En **Brasil**, se dice salada de frutas.
- (34) **Creepy** no es exactamente siniestro.
- (35) **Whaaaaat?** 🤔 ¿nocaut? **Please**. ¡Que barbaridad! Por favor déjenlo en inglés.
- (36) **Lonchera** se dice en Honduras.

En el caso de (31), se aprecia un ejemplo de contacto entre español e italiano en un usuario que tiene probablemente el italiano como lengua materna. De hecho, en el comentario se aprecia un uso correcto de las letras dobles en italiano, sin embargo, se detecta un error ortográfico en la palabra «receta», posiblemente causada por la influencia del idioma materno.

El italiano sigue siendo protagonista en el comentario (32), donde un seguidor de la Academia, en respuesta a un comentario sobre la relación entre la palabra «peligro» y el fenómeno de la metátesis, explica cómo se dice en su propio idioma. Algo similar se detecta en (33), donde un usuario comenta que la macedonia en el portugués de Brasil se llama «salada de frutas».

En el caso de (34) y (35) se recogen muestras de palabras procedentes del inglés, que los usuarios emplean sin modificaciones o adaptaciones a la grafía o fonética española. Asimismo, estos comentarios se relacionan con un debate intenso y reiterado en los comentarios a las publicaciones de la RAE relacionado con el uso de anglicismos, puesto que hay varios seguidores que, como en el caso de los ejemplos citados, defienden el uso de préstamos crudos y critican la constante labor de adaptación obrada por parte de la Academia, mientras que otros se alinean con la posición de esta última. Finalmente, respecto a los anglicismos, en el comentario (36) se aprecia un ejemplo del resultado del contacto entre español e inglés en los territorios del sur de América, puesto que para indicar el recipiente para el almuerzo se usa «lonchera», que deriva de *lunch* (almuerzo) en inglés.

En cambio, en relación con las variedades del español, se aprecia que hay una muestra amplia y variada de comentarios que proponen ejemplos de rasgos lingüísticos propios de geoelectos concretos y representan, por tanto, una fuente importante para el estudio de la dialectología sincrónica del español. Estos, a pesar de concentrarse en las publicaciones que animan al debate a través de preguntas que indagan cómo una determinada entidad se denomina en su país o región, aparecen en numerosos *posts* relacionados con cualquier tipo de contenido, como es el caso del comentario (37), que detalla un ejemplo de metátesis propio de Argentina. También es preciso señalar que aparecen contribuciones como la (39) donde el usuario no especifica concretamente el lugar de referencia donde se emplea el elemento comentado:

(37) En Argentina, muchos dicen dentrífico por dentíftrico

(38) Sonar los dedos en Venezuela

(39) En mi pueblo se dice, «tocar los pitos».

(40) @usuario/a1 En Jujuy Arg. se usa para nombrar la salsa de ají locoto, muy picante

@usuario/a1 ¿ Locoto o rocoto? Yo lo conozco como rocoto.

@usuario/a2 Tal vez sean variantes para nombrar lo mismo?  
Yo conocía locoto

A continuación, también se propone una serie de comentarios que aparecen en la publicación del 8 de septiembre de 2024, donde la Academia preguntaba a sus seguidores lo siguiente: «¿Cómo llaman ustedes a la prenda de punto que llega hasta la cintura con cuello y abotonada por delante en la parte superior?». Como se puede apreciar a continuación, los usuarios han brindado una importante variedad de respuestas, alcanzando un total de 216 comentarios a la publicación:

- (41) Polera 🇨🇱
- (42) 🇨🇱 suéter sea que tenga cuello o no 😂😂
- (43) Polo o polo camisero en Perú. Aunque «Polo» también a las camisetas sin cuello
- (44) Si tiene cuello y botones, chomba. De no tenerlos, remera 🇦🇷
- (45) 🇦🇷 Polo
- (46) Chemise, en Venezuela.
- (47) Polo o chomba 🇦🇷
- (48) En Chile 🇨🇱, polera piqué 😊
- (49) En Mendoza, Argentina chomba. Remera cuello polo también lo he escuchado... Pero la gente la conoce como chomba 😂
- (50) Polera con cuello 🇨🇱 o polera de piqué (cuando el material usual era ese)
- (51) En Uruguay esto es una remera polo!
- (52) En Venezuela 🇨🇱 le decimos Chemise (se pronuncia 'chemís'). Aquí en Chile 🇨🇱 le dicen Polera Piqué
- (53) Playera tipo Polo. 🇲🇪
- (54) 🇨🇱 poloche
- (55) 🇨🇴 Camiseta en Colombia o camiseta tipo polo
- (56) Polo 🇪🇸🇪🇸🇪🇸

Finalmente, se observa que las publicaciones de la RAE consiguen animar el debate entre los usuarios por medio de los comentarios, dejando así testimonio de varias y diferentes perspectivas de los usuarios hacia la lengua. Uno de los debates más animados, del que ya se ha hablado anteriormente, es el que opone a los hablantes favorables y los contrarios a la entrada de anglicismos a la lengua española. A continuación, se propone otro ejemplo:

(57) @usuario/a1 Ni «enemies to lovers», «slow burn», «room-mates», etc. 😂😂😂

@usuario/a2 Digamos «(trama de) enemigos a amantes», «enamoramiento lento» y «compañeros (de piso/apartamento/casa)» ❤️😂

Otro ejemplo de interacción se vincula a la ayuda recíproca que se dan los usuarios, aclarando las dudas que uno tiene y a las que la Academia no contesta:

(58) @usuario/a1 En la 1ra definición, el símbolo posterior al paréntesis, ¿Qué es y cuál es su función? 🤔

@usuario/a2 Esto dice la «Ortografía de la lengua española» sobre la doble barra vertical: «en diccionarios y otras obras de carácter lexicográfico, separa los distintos significados o acepciones de las palabras y expresiones definidas, cuando se ofrecen en línea seguida» 😊

Por último, se ha notado una notable interacción entre los usuarios en las publicaciones del Calendario de Adviento, en que los participantes a los retos debaten sus respuestas y las comparan para averiguar quién ha acertado el desafío:

(59) @usuario/a1 Cinco

@usuario/a2 ¿Cuál es la quinta?

@usuario/a1 Comer

Por tanto, es evidente que los comentarios a las publicaciones de la RAE representan una valiosa fuente de información respecto a lo que es el español real y cotidiano de millones de hablantes. Asimismo, evidencian que la divulgación realizada por la Academia a través de sus redes sociales, en este caso, Instagram, consigue alcanzar a un público amplio, que aprende y se interesa por las cuestiones lingüísticas y dialoga con los demás usuarios para comparar el uso de la lengua en función de su variación y variabilidad.

## CONCLUSIONES

Para concluir la presente contribución, se vuelve a subrayar la rentabilidad de las redes sociales como instrumento para la investigación y el análisis lingüísticos. De hecho, como se ha señalado en el apartado teórico, las plataformas en línea se han convertido hoy en día en un medio de comunicación poderoso, mediante la cual se ha revolucionado la forma de informar y hacer divulgación. Internet no solo hace más rápido el proceso de publicación de las noticias, sino que también ha creado un ambiente favorable y abierto a la interacción entre quien publica y sus lectores.

La lengua y la lingüística no están exentas de esta revolución, como ha demostrado el primer apartado teórico; de hecho, hoy en día la actividad de las academias de la lengua está constantemente expuesta a los comentarios y críticas de los hablantes, como en el caso de la *Accademia de la Crusca* (Miola, 2020; HuffPost, 2019°; 2019b; SkyTG24, 2019). La divulgación lingüística se beneficia significativamente de las posibilidades brindadas por las redes sociales, ya que estas tienen un mayor alcance y permiten una actividad más democrática, global y libre de vínculos (Cabrera Méndez y Lloret Romero, 2016). Instagram es solo una de las numerosas redes sociales activas a día de hoy, pero su difusión entre los internautas la convierte en una de las más poderosas, a la hora de compartir contenidos para un público posiblemente amplio.

La actividad de divulgación lingüística y el uso de las redes sociales se vinculan al tema de la comunicación mediada por ordenador o discurso digital. De hecho, estas plataformas representan un medio de comunicación rápido y permanentemente abierto que, por consiguiente, crea un espacio fértil para la proliferación de una lengua coloquial y caracterizada por usos específicos. Es

el caso de acortamientos, errores ortográficos o usos enfáticos de recursos escritos, así como de recursos multimodales como *stickers*, emojis y GIF (Cabrera Méndez y Lloret Romero, 2016; Mancera Rueda y Pano Alamán, 2013; Pano Alamán, 2024; Sampietro, 2023).

El estudio que se acaba de presentar busca ser una introducción exploratoria a las posibilidades que las redes sociales otorgan a los lingüistas a la hora de investigar la lengua y su uso, así como la relación entre la autoridad lingüística y los hablantes reales del idioma. En concreto, busca investigar cómo la RAE emplea su página Instagram para divulgar contenidos relacionados con la lengua y qué actitud adopta hacia los mismos, así como pretende observar el lenguaje empleado por los hispanohablantes en contexto digital, en concreto, en las publicaciones de la Academia analizadas.

Por lo que respecta a la actividad divulgadora de la RAE, sobresale que esta emplea constantemente y con una frecuencia alta su cuenta Instagram para tratar contenidos de tipo lingüístico, relacionados con varios aspectos de la lengua como fonética, ortografía, gramática y léxico. Es este último el tema dominante de las publicaciones, donde se proponen definiciones de términos específicos o aclaraciones por semejanza fonética entre dos o más términos, así como se propone la serie de «Extranjerismos», dedicada al uso más o menos recomendable de los anglicismos en español. A pesar de que muchas publicaciones se presentan como una simple explicación de un concepto o una definición de un lema, destacan también numerosos *posts* que intentan animar el debate entre los seguidores a través de preguntas directas o, en el caso de la serie del Calendario de Adviento, a través de juegos y desafíos. También se nota que la Academia hace un uso relativo de etiquetas o *hashtags*, que aparecen solo en 41 publicaciones de 133.

En lo que atañe, en cambio, al análisis del lenguaje empleado por los usuarios, se notan numerosos ejemplos de lenguaje coloquial, como la expresión «ese palabra», recurrente en varios comentarios relacionados con el léxico, y de imitación del lenguaje oral, como en el caso de la grafía por la risa («jajaja» o «ja, ja, ja»). También aparecen numerosas muestras de uso enfático de letras y signos de puntuación, que buscan crear a nivel escrito la entonación. Asimismo, se aprecia la presencia de acortamientos, como «tb» por «también» o «q»

por «que», y un uso extenso de emojis, que completan el mensaje o sustituyen parte del mismo, como en los numerosos casos de las banderas que los usuarios emplean para especificar dónde se usa un lema o expresión determinada. Asimismo, destaca una presencia notable de comentarios en otros idiomas, total o parcialmente, que pueden contener muestras de interlengua o, más en general, de mezclas lingüísticas; a estos se añaden los numerosos ejemplos de términos o expresiones propios de una determinada región hispana que representan, pues, una muestra amplia de la variación diatópica de la lengua.

Es evidente, por tanto, que Instagram, como las otras redes sociales disponibles a los usuarios hoy en día, representa una fuente valiosa de datos lingüísticos viables para el análisis de la lengua no solo desde la perspectiva de la RAE, sino también desde el punto de vista de los hispanohablantes. De hecho, a través de los comentarios se tiene acceso a un número extremadamente alto de ejemplos de lenguaje coloquial y de su adaptación al medio escrito digital, así como es posible individualizar ejemplos de variación diatópica y de contactos lingüísticos, sin olvidar los neologismos. En general, las redes sociales se han convertido en un envase de datos a disposición del lingüista, que puede analizar el estado de la lengua actual y, eventualmente, su evolución a través de los medios tecnológicos de forma simple y sin requerir el proceso medios o recursos específicos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDERS, V. *et al.* (2001-2025). *Pequeña explicación sobre la palabra WEÁ*. Recuperado el 08 de junio de 2025 de *Diccionario Etimológico Castellano En Línea*: <<https://etimologias.dechile.net/?wea>>
- ASALE. (2010). *pote*. Recuperado el 08 de junio de 2025 de *Diccionario de Americanismos*: <<https://www.asale.org/damer/pote>>
- BAGAGLINI, V. (2023). La divulgazione della linguistica su Instagram: «la polifonia del discorso specialistico». *Lingue e Culture dei Media*, 7(1-2), 38-67.
- CABRERA MÉNDEZ, M. y LLORET ROMERO, N. (2016). Español en los nuevos medios. En J. Gutiérrez-Rexach, *Enciclopedia de lingüística hispánica (Volumen 2)* (pp. 485-493). London/New York, Routledge.
- CALIANDRO, A., y GANDINI, A. (2019). *I metodi digitali nella ricerca sociale*. Roma, Carrocci.

- CERVERA RODRÍGUEZ, Á. (2001). *La irrupción del coloquialismo en Internet y las nuevas tecnologías*. Recuperado de *II Congreso Internacional de la Lengua Española*: <[https://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/ponencias/nuevas\\_fronteras\\_del\\_espanol/4\\_lengua\\_y\\_escritura/cervera\\_a.htm](https://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/ponencias/nuevas_fronteras_del_espanol/4_lengua_y_escritura/cervera_a.htm)>.
- Colaboradores de Wikcionario (2025, abril 29). *wea*. Recuperado el 08 de junio de 2025 de *Wikcionario*: <<https://es.wiktionary.org/w/index.php?title=wea&oldid=2731150>>.
- FIGUERO-BENÍTEZ, J., GONZÁLEZ-QUIÑONES, F. y MACHIN-MASTROMATTEO, J. (2021). Instagram como objeto de estudio en investigaciones recientes. Una revisión de literatura con enfoque en revistas científicas. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*(53), 9-23.
- FundéuRAE. (2021, 13 de enero). *emotición, plural emoticones, y emoticono, plural emoticonos*. Recuperado de *FundéuRAE*: <<https://www.fundeu.es/recomendacion/emoticono-emoticon-emoticonos-emoticones/#::~:~:text=El%20Diccionario%20de%20la%20lengua,otros%20medios%20de%20comunicaci%C3%B3n%20digital>>.
- Gozzi, L. (2023). Perspectivas sobre los anglicismos en español en las redes sociales de la RAE. *Glosas*, 10(5), 32-56.
- Huffpost (2019a, 26 de enero). La rivincita del Sud. Per la Crusca si può dire «esci il cane» o «siedi il bambino». *Huffington Post*. Recuperado de: <[https://www.huffingtonpost.it/2019/01/26/lacca-demia-della-crusca-dire-esci-il-cane-o-siedi-il-bambino-non-e-sbagliato\\_a\\_23653310/](https://www.huffingtonpost.it/2019/01/26/lacca-demia-della-crusca-dire-esci-il-cane-o-siedi-il-bambino-non-e-sbagliato_a_23653310/)>.
- Huffpost (2019b, 28 de enero). «Esci il cane» o «siedi il bimbo» si può dire (ma non troppo): la Crusca chiarisce. *Huffington Post*. Recuperado de: <[https://www.huffingtonpost.it/cultura/2019/01/28/news/esci\\_il\\_cane\\_o\\_siedi\\_il\\_bimbo\\_si\\_puo\\_dire-5217539/](https://www.huffingtonpost.it/cultura/2019/01/28/news/esci_il_cane_o_siedi_il_bimbo_si_puo_dire-5217539/)>.
- Istituto della Enciclopedia Italiana (2013). *Social network*. Recuperado de *Enciclopedia Treccani*: [https://www.treccani.it/enciclopedia/social-network\\_%28Lessico-del-XXI](https://www.treccani.it/enciclopedia/social-network_%28Lessico-del-XXI)
- MANCERA RUEDA, A. y PANO ALAMÁN, A. (2013). *El español coloquial en las redes sociales*. Madrid, Arco/Libros.
- MIOLA, E. (2020). La divulgazione della linguistica in rete: proposte, problemi e sfide. En N. Grandi, y F. Masini (eds), *La linguistica della divulgazione, la divulgazione della linguistica. Atti del IV Convegno Interannuale SLI nuova serie (Bologna, 14-15 giugno 2018)* (págs. 15-31). Milano: Officinaventuno.

- PANO ALAMÁN, A. (2021). Los «hashtags» en el discurso institucional español sobre la Covid-19 en Twitter. *Revista de Investigación Lingüística*(24), 47-71. doi:<https://doi.org/10.6018/ril.484901>.
- PANO ALAMÁN, A. (2024). *La comunicación digital en español. Enfoques, métodos y perspectivas*. Madrid, Ediciones Complutense.
- RAE (2019, 13 de noviembre). *Consultas lingüísticas en directo en la Real Academia Española*. Recuperado el 11 de junio de 2025 de *Real Academia Española*: <<https://www.rae.es/noticia/consultas-linguisticas-en-directo-en-la-real-academia-espanola>>.
- RAE (sin fecha). *¿Es válido escribir la risa «jajaja»?* Recuperado el 10 de junio de 2025 de *Real Academia Española*: <<https://www.rae.es/duda-linguistica/es-valido-escribir-la-risa-jajaja>>.
- RAE y ASALE (2024). *potar*. Recuperado el 08 de junio de 2025 de *Diccionario de la Lengua Española*: <<https://dle.rae.es/potar?m=form#TrROSfN>>.
- RAE y ASALE (2025). *red social*. Recuperado de *Diccionario panhispánico del español jurídico*: <<https://dpej.rae.es/lema/red-social>>.
- RODRÍGUEZ GALLEGO, M., LÓPEZ MARTÍNEZ, A. y MARTÍN HERRERA, J. (2017). Percepciones de los estudiantes de Ciencias de la Educación sobre las redes sociales como metodología didáctica. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*(50), 77-93. doi:<http://dx.doi.org/10.12795/pixelbit.2016.i50.05>.
- SALAZAR, W. Á. (2001). *La virtualización del lenguaje verbal coloquial en Internet. Norma, comodín, claridad y precisión*. Recuperado de *Lengua y escritura en Internet*: <<https://congresosdelalengua.es/valladolid/paneles-ponencias/nuevas-fronteras/salazar-w.htm>>.
- SAMPIETRO, A. (2023). *Lengua e imagen en la comunicación digital*. Madrid, Arco/Libros-La Muralla.
- SkyTG24. (2019, 28 de enero). *L'Accademia della Crusca ribadisce: dire «esci il cane» è sbagliato*. Recuperado de: <[tg24.sky.it/cronaca/2019/01/28/accademia-crusca-es-ci-cane-errore](http://tg24.sky.it/cronaca/2019/01/28/accademia-crusca-es-ci-cane-errore)>.