

Gela irekia

Web 2.0 arora egokitu beharra, hizkuntzaren mesedetan: esaera zaharrak eta euskal kultura Instagramen bitartez

Artikuluak Zornotzako Barnetegiak —Azkue Fundazioarekin, Igerrak komunitatearekin eta Durangoko Azokarekin elkarlanean— Instagram sare sozialean burututako esperientzia didaktikoak batzen ditu.

Ekintza komunikatiboa irakaskuntzaren oinarri dugun honetan, Web 2.0ra egokitu beharra errealitate bihurtu zaigu. Barnetegiak Instagram hautatu du, Sarea eta didaktika uztartzen hasteko, nahiz eta beste sare sozial batzuetan ere badabilen; izan ere, aplikazio bertikala eta erraza izateaz gain, irudia oso lagungarria izan daiteke, zertarako-eta kontzeptuak ikasten, finkatzen eta zabaltzen laguntzeko.

Lehenengo ekimenean, esaera zaharrak zabaltzea izan da helburu nagusia; bigarrenean, berriaz, kultura. Gure ustez, biak ere garrantzi handiko elementuak dira hizkuntzan; biak ere ezinbestekoak, komunikazioan oztoporik ez izateko; biak ere, beraz, landu eta zabaltzea beharrezkoak.

Gako-hitzak:

esperientzia didaktikoak, Instagram, kultura, lehiaketak, teknologiak

1. SARRERA

Ezin dugu ukatu Internetek bizimodua aldatu digula gurean sartu zenetik, aldatu egin baitira eguneroko ohiturak; alor guztietan, gainera: harremanetan, aisialdian, kontsumoan, lanean, informazioan... Zerrenda amaigabea osa genezake horretan jarriz gero, baina hitz gutxitan ere azal daiteke: Internetek komunikatzeko modua eraldatu du edozein testuingurutan.

Internetek denboran zehar eskainitako funtzionalitate eta aukeren eboluzioa ikuste aldera, azken hamarkadak aztertzea baino ez dugu. Internet jaio zenetik 2002ra arte, *World Wide Web*-en egoera Web 1.0 izenarekin ezagutu genuen; hasiera hartan, eduki estatikoak

batzen zituen zerbitzaria baino ez zen. XXI. mendea heltzearekin batera, ordea, egoera aldatu egin zen, eta Web 1.0 zena Web 2.0 bihurtu zen (Gómez, 2013). Bestela esanda, aplikazio tradizionaletatik erabiltzaileei zuzendutako aplikazioetarako jauzia eman zen. Web 2.0ko aplikazioetan, pixkanaka, erabiltzaileak protagonismoa irabazi du, eta, gaur egun, berezko edukien bidez, beste erabiltzaileei eragiteraino heldu da; hau da, komunikatzeraino edo komunikazioa sortzeraino. Hala ere, etengabekoa da weben eboluzioa, eta, konaturatu gabe, Web 3.0ra ere iritsi gara —non adimena eta berrikuntza teknologikoa nahastiren diren (Küster eta Hernández, 2013)—.

Aurrekoa esanda eta aintzat harturik gure ikasleak 16 urtetik gorakoak direla, argia da Web 2.0k eskatzen dituen beharrian komunikatiboetara egokitzeko premia. Hau da, Web 1.0n murgiltzen hasi ginenetik e-postak idazten eta ulertzen trebatu ditugun moduan, euskaldun osoak izango badira, sare sozialetan ematen diren ekintza komunikatiboak garatzen eta aditzen ere ikasi beharko dute.

2.0 garai honetan, baina, Instagram da sare sozialik garrantzitsuenetarikoa bat. Kevin Systromek eta Mike Kriegerrek sortutako aplikazio honek 2010eko urriaren 6an ikusi zuen argia, eta, urte bereko abendurako, milioi bat lagunek erabiltzen zuten; 2011ko urrirako, 12 milioi eta, 2012ko maiatzerako, 50 milioi. Hortik, jakina, Mark Zuckerbegen plataformarekiko integrazioa; alegia, Instagram erosteko Facebooken erabakia. Gaur egun, 400 bat milioi erabiltzaile ditu Instagramek, eta munduan, segundoko, pertsona batek deskargatzen omen du (Núñez, 2015).

Bi errealitate ditugu, horrenbestez, esku artean: alde batetik —eta estatistikek aitortu bezala—, gure ikasle askok eta askok Instagram erabiltzen dute; beste alde batetik, horrek berorrek —erabiltzaile-kopuruak, alegia— egiten du tresna ezin hobe erabilera didaktikorako.

2. INSTAGRAM

Instagram telefono-aplikazio baten bidez kudeatzen den sare sozial bertikala da, irudien gaineko interesa duten erabiltzaileak batzen dituen eta elkarri eragiteko aukera eskaintzen diena (Marketing Paradise, 2014).

Labur azalduta bada ere, interesgarria da aplikazioaren funtzionamenduari buruzko zertzelada batzuk ematea. Aipatu ditzagun, beraz, aplikazioa deskargatuta eta behin horretan erregistratuta, edukiak argitaratzeko eman beharreko urratsak (Santos, 2014):

- **Argazkia atera edota aukeratu.** Bi bide ditugu horretako: Instagrameko kamera erabili edota telefonoko galeriatik hartu —erabiltzaile gehienek, kalitatea delata, bigarrenaren alde egiten dute—.
- **Argazkia editatu.** Nahi izanez gero, irudia editatu dezakegu, app-ak horretarako propio dituen hamalau tresnak erabiliz.
- **Iragazkiak erabili.** Editatzeko bakarrik ez, Instagramen argazkietan iragazkiak jartzeko aukera ere badago; areago, gaur egun, hogeita sei iragazki ditugu aukerara.
- **Informazio idatzia gehitu.** Gustuko argazkia lortzen dugunean, argitaratuurretik, informazio idatzia gehitu dezakegu osagarri gisa, eta, horretarako, nahi adina karaktere erabili. Laugarren urrats honek, bide batez, edukia identifikatzeko balio du; are gehiago, beste erabiltzaileei bilaketa-lanak errazte aldera, komenigarria da argazkia identifikatzea. Horretarako, traolak (#) erabili besterik ez dugu.
- **Beste sare sozial batzuetan ere partekatu.** Sortutakoa amaitutzat hartuta, hau da, sareratzeko unean, Instagramen bertan argitaratzeaz gain, Facebooken, Twitterren, Foursquaren, Flickrren eta Tumbleren ikusgai jartzeko aukera ere badugu.
- **Argitaratu.** Behin aurreko urrats guztiak eginda, argitaratzeko prest izango da edukia.

3. ZERGATIK INSTAGRAM

Sare sozialetan zabiltzatenok, honezkero, jakin jakingo duzue Zornotzako Barnetegiak (@ZBarnetegia) apustu handia egin duela arlo honetan, eta, ondorioz, nahiko profil aktiboa dugu Facebooken, Twitterren, Instagramen eta Google+en.

Gure ustez, Web 2.0ren iraultzatik urte batzuk igaro eta Web 3.0rako bidean gauden honetan, ezinbestekoa da eskoletan integratzea sare sozialak, ekintza komunikatibotik abiatuta irakatsiko bada hizkuntza. Integrazio hori, gainera, norabide askotakoa izan daiteke, eta, beraz, helburu bat baino gehiago izan daitezke; aipagarrienak, baina, hauek izango lirateke: a) ikasleei sare sozialetan euskaraz murgiltzeko aukera eskaintzea eta horretan trebatzea, b) sare sozialak eskola-bitarteko izatea eta c) sare sozialen aukera komunikatiboak eskaintzea. Hori bai, helburu horiek guztiak helburu bakar baten mesedetan: egi-nez ikastea.

Sare sozialetan, hala ere, Instagram aukeratu dugu aipatuko ditugun esperientzia biak aurrera eramateko, zeren eta, lau sareak sakon aztertu ostean, Instagram baita gure helbururako egokiena:

- **Erraztasun teknikoa.** Horrelako ekintzetan, besteak beste, erraztasunak baldintzatzen du parte-hartzea; horrela, zenbat eta errazagoa, orduan eta parte-hartze handiagoa. Instagram sareak, berez, ez du ahalegin handirik eskatzen; erabiltzeko smartphona edota tableta behar da, eta horrek eskuragarritasun handia ematen dio. Bestalde, aplikazioak berak ematen du argazkiak egin eta editatzeko aukera; beraz, behin deskargatuta, beste ezer gutxi behar da lanean hasteko.
- **Irudien alderdi didaktikoa.** Hizkuntza, guk irakasgai dugun hori, komunikazioa da; ikasi edota irakatsi, hortaz, komunikatzeko gaitasunetik egin behar dira biak. Horrela, argi dago testua izan behar dutela oinarri ikaskuntzak nahiz irakaskuntzak; izan ere, horixe da komunikazio-unitatea. Testuak, ordea, beti ez dira hitzez osatutakoak izaten; mundu mediatikoan bizi gara, eta, ingurumari honetan, gero eta gehiago dira irudiz osatutako testuak. Zer esan nahi du horrek? Zenbaitetan, gero eta gehiagotan, testua irudia dela edota, testua ulertuko bada, irudiz igorritako mezua ere ulertu behar dela; bestela esanda, irudiek hitzak ordezkatu edota hitzen esanahia osatzen dutela (adibide oso argia, bakarra izan ez arren, publikizitatea da).
- **Erraztasun didaktikoa** (Sánchez, 2009). Irudia baliabide didaktiko gisa erabiltzea ikas-irakaskuntzarako estrategia da. Horren etsenplu dugu umeek irakurtzen ikasteko darabilten prozesua: alegia, letrak ikasten dituztenean, irudi bat lotzen zaio hizki bakoitzari, haurrek erraz identifikatu ahal izateko. Beste maila batetako irudiak erabiliz —baina irudiak, azken batean—, teknika bera erabili daiteke hizkuntza ikasten ari direnekin; izan ere, irudiek aztertu, miatu, hausnartu eta eztabaidatzera bultzatzen dituzte ikasleak. Bestela esanda, kontzeptuak ulertzen laguntzen diete.
- **Ahalmen sortzailea.** Hizkuntza irakasten dugunean, zazpi dira landu beharreko trebetasunak, Europako markoaren arabera (HABE, 2005), zeinak betiko lauetara ekarri daitezkeen: hain zuzen ere, irakurmena, entzumena, idazmena eta mintzamena (HABE, 2015). Lehenengo biak hartzaileak dira, eta azkenak ekoizleak. Dakigunez, ikasleek sortzeko orduan izaten dute arazorik gehien, oro har. Horregatik, ikasleari ikasprozesuan lagunduko badiogu, ahalmen sortzailea landu behar dugu, eta Instagramek horretarako aukera paregabea eskaintzen du; izan ere, era inkontzientean bada ere, irudiaren interpretazioa egiten dute erabiltzaileek, argazkiei informazio idatzia gehitzen dietenean.
- **Ekintza osagarriak.** Barnetegiak dituen berezitasunen artean, ikasleei eskaintako bizitokirako aukera dago. Horren ondorioz, araututako eskola-orduetatik aparteko ekintza osagarriak ere badituzte aukeran, zeinetan zenbait jarduera euskaraz burutzeko abagunea izaten duten gure ikasleek. Horietan haratago iritsi guran, berriz, eskola-orduetatik ez ezik, Barnetegitik bertatik ere atera nahi izan ditugu ekintzok; eta Instagram oso egokia da horretarako, zeren eta argazkigintza ardatz duen sare sozial bertikala baita.

4. NOREKIN ELKARLANEAN

Orain arte egindako bi lanetan, elkarlanean aritu gara, eta, aurrera begira, horrela jardungo dugu hurrengoetan ere, aukera edukiz gero; izan ere, esperientzia oso ona izan da, eta bete egin dira jarritako helburuak.

Egitasmo bietan, teknologia, kultura eta euskara izan dira nagusi; beraz, egitasmoa gurekin batera aurrera eramateko, nortzuk hobeto Azkue Fundazioa, Igerrak komunitatea eta Durangoko Azoka baino? Aurkez ditzagun:

- **Azkue Fundazioa.** Mundu osoko euskaldunei zuzendutako erakundea dugu Azkue Fundazioa. Euskara sustatzea da bere lehendabiziko helburua, eta, munduko bazter guztietara ailegatze aldera, era berritzailean zabaltzen du hizkuntza; hau da, teknologia berriak landuz eta erabiliz. Web 2.0k euskararen ere eragindako premiatik jaio zen, eta, hori dela-eta, jarrera erabat irekia du ideiak jaso eta parte-hartzea bultzatzeko.
- **Igerrak.** Instagrameko euskaldunen komunitatea da Igerrak, eta “euskarak egiten gaitu euskaldun” lelopean dihardute. 2014ko azaroan sortutakoak, gaur egun, 2.300 bat jarraitzaile euskaldun ditu eta 44.000 argazki euskaraz —#igerrak tralaz identifikatuta—.
- **Durangoko Azoka.** Euskal kulturaren plaza izanik, Durangoko Azoka 2.0ko garaia egokitu behar izan da; izan ere, teknologiak eta kulturak gero eta lotura estuagoa dute. Ondorioz, 2012tik, teknologia berriek Kabi@ gunea dute agertoki Durangon abenduro, eta, bertan, kultura digitala dute ardatz.

5. ESPERIENTZIAK

5.1. ESAERA ZAHARREN LEHIAKETA

5.1.1. Esaera zaharren garrantzia hizkuntzan

Hizkuntza, komunikaziorako tresna izanik, organismo bizia da; ondorioz, etengabeko eraldaketa geldiezina jasaten du, denborak aurrera egin ahala. Hala ere, badago elementu bat, eboluzioak eboluzio, denboran mantendu eta hizkuntzan finkatu egin dena: esaera zaharrez ari gara. Esaerek herriaren usadioaren testigantza ematen dute belaunaldiz belaunaldi; beraz, oso lotuta daude komunitate linguistiko jakin baten kulturarekin. Hori dela-eta, atsotitzek aberastasun berezia eransten diote hizkuntzari, eta, gainera, erabilera hain ohikoa izanda, hitzunen arteko komunikazioa oztopatuko ez bada, ezinbestekoa da atxor hori ezagutzea (Koszla-Szymanka, 2003).

5.1.2. Lehiaketaren helburuak

- Helburu nagusia, esaera zaharren ezagutza bultzatzea:
Euskara-irakaskuntzan gabiltzanok ondo dakigu, maiz, esaera zaharrak ikastea eta erabiltzea dela ikasleei ahaleginik handiena eskatzen diena. Halaber, begi-bistakoa da gero eta gutxiago erabiltzen dituztela euskaldun osoek ere —zaharrek zein berriek—. Hortaz, premia kotzat jotzen dugu bultzatu beharra, eta horixe izan da, alegia, lehiaketaren xede nagusia.
- Bigarren mailako helburuak:
 - Sarean euskara eta euskarazko edukiak areagotzea. Gure hizkuntzaren ezagutza aintzat hartuta, Web 2.0ko garai honetan, euskararen presentzia Sarean oso garrantzitsua da normalizaziorako. Alde batetik, sarea gizartearen beste adierazpidetzat jo dezakegunez, gizartearen islatzat jo daiteke hor gertatzen dena, eta, beste alde batetik, sarea bera aparteko errealitatetzat jotzen dute batzuek; horrela, euskararen erabilera propio neurtzen da sarean sarri askotan. Horietan guztietan, Instagramek asko lagundu dezake; izan ere, bertan argitaratzearekin batera, beste zenbait sare sozialetan ere argitaratu daitezke sortutako euskarazko edukiak.
 - 2.0 ekintza komunikatiboetarako bidea eskaintzea. Maila edozein izanda ere, euskara baldintza izan da lehiaketan parte hartzeko. Komunikazioa, beraz,

erabat euskalduna izan da, eta, bide batez, oso erreala eta naturala; beste edozein hizkuntzatan sortzen diren ekimenen parekoa.

5.1.3. Antolatzaileak

Hiru zutabe izan ditu lantaldeak: Azkue Fundazioa, Igerrak komunitatea eta Zornotzako Barnetegia. Alde batetik, Azkue Fundazioa eta Zornotzako Barnetegia arduratu gara materiala bildu eta antolatzeaz, zein lehiaketa diseinatu eta antolatzeaz; hau da, lan teknikoa egin dugu. Eta, beste aldetik, hirurok batera egin dugu ekimenaren zabalkundea, Igerrak komunitatearen laguntzaz bigarren zeregin honetan.

5.1.4. Lehiaketaren nondik norakoak

Hilabeteen burututako ekimena izan da; hortaz, lau astean zatitu dugu. Bestela esanda, lau erronkak osatu dute lehiaketa: bat asteko. Erronka bakoitzean, gai nagusi bat izan dute helburu parte-hartzaileek, eta horrekin lotutako esaera zaharrak irudikatu eta sareratzeari izan da euren egitekoa.

Ondorengoak izan dira astez aste proposatutako gaiak:

- 1.astea: itxura fisikoa; identifikaziorako #esaerak_fisikoa traola erabiliz, itxurari erreferentzia egiten dioten atsotitzak irudikatu behar izan dituzte.
- 2.astea: izaera; identifikaziorako #esaerak_izaera traola erabiliz, izaerari erreferentzia egiten dioten atsotitzak irudikatu behar izan dituzte.
- 3.astea: natura; identifikaziorako #esaerak_natura traola erabiliz, naturari erreferentzia egiten dioten atsotitzak irudikatu behar izan dituzte.
- 4.astea: ohiturak; identifikaziorako #esaerak_ohiturak traola erabiliz, ohiturei erreferentzia egiten dioten atsotitzak irudikatu behar izan dituzte.

5.1.5. Lehiaketaren prozedura

Aste bakoitzeko aurreneko egunean argitaratu izan dugu asteari berari egokitu zaion gaia. Horretarako, lana errazte aldera, adibideak eman izan ditugu erronka guztietan. Horietaz gain, egunek aurrera egin ahala, behin erronka martxan jarrita ere, beste eredu batzuk argitaratu izan ditugu aste barruan; betiere, parte hartzea bultzatzeko asmoz.

- 1.astea: itxura fisikoa

1. irudia



- 2.astea: izaera

2. irudia



- 3.astea: natura

3. irudia



- 4.astea: ohiturak

4. irudia



Erronka bakoitzean, zazpi egun eman izan zaizkie erabiltzaileei argazkiak igotzeko, eta, astea edota epea bukatuta, aipamen berezia jaso izan dute hiru irudirik onenek, hurrengo erronka argitaratu aurretik.

Lehiaketa amaitzeko, onena aukeratu da erronka bakoitzean aukeratutako hiru onenen artean.

5. irudia



Zer ikusi, huraxe ikasi

5.1.6. Emaiza

Datuen arabera, arrakastatsua izan da ekimena: 250 argazki sareratu dira.

5.2. EUSKAL KULTURAREN LEHIAKETA

5.2.1. Kulturaren garrantzia hizkuntzan

Edozein hizkuntzatan komunikatzen garenean, ez da nahikoa gramatikalki eta linguistikoki adierazten jakitea. Egoera erreala edozein izanda ere, osotasunean egoten dira definituta testuinguruaren bost elementuak, eta, ondorioz, enuntziatzaile zein enuntziatariorio izan, kapaz izan behar gara ekintza komunikatiboa egoki sortu eta jasotzeko; horretan, eragin handiko aldagaia da hizkuntzari lotutako herriaren kultura. Hori dela-eta, hizkuntza-irakasleok gramatika eta semantikatik haratago jo behar dugu; hau da, prozesu komunikatiboa arrakastatsua izango bada, komunikazioari berari eragiten dioten aldagai kulturalak ere irakatsi behar dizkiegu ikasleei, horixe baita gaitasun soziolinguistikoa garatzeko giltzetariko bat (Baca, 2010).

5.2.2. Lehiaketaren helburuak

- Helburu nagusia: euskal kulturaren ezagutza bultzatzea. Jardunean Helduen Euskalduntzearen Oinarrizko Curriculum (HEOC) hari nagusi dugunok ondo dakigu euskara-ikasle orok zeintzuk hutsune dituzten euskal kulturari dagokionez; baita zein diren gabezia horiek euskalduntze-prozesuan eragiten dituzten oztopoak ere. Bestalde, gelatik kanpo ere —beharbada, globalizazioa dela-eta—, herriko kulturari gero eta garrantzi gutxiago ematen zaio, eta gehiago, ostera, munduko beste batzuei. Gu, baina, kultura eta hizkuntza banatu ezin daitezkeen elementuak direlakoan gaude; eta euskararen kasuan, gainera, gurea geografikoki hain eremu txikia izanda, ezin estuagoa da lotura. Hori dela-eta, kultura ahal den neurrian bultzatu behar da, eta horixe izan da, hain zuzen ere, ekimenaren lehendabiziko xedea.
- Bigarren mailako helburuak. Nahiz eta aipatutakoa helburu nagusia izan, oso kontuan izan ditugu bigarren mailako beste helburu batzuk ere.
 - Sarean euskara eta euskarazko edukiak areagotzea. Gure hizkuntzaren ezaggarriak aintzat hartuta, Web 2.0ko garai honetan, normalizatorako oso garrantzitsua da euskarak presentzia izatea sarean. Batetik, sarea gizartearen beste adierazpidetzat jo dezakegunez, gizartearen islatzat jo daiteke hor gertatzen dena; bestetik, sarea bera aparteko errealitatetzat jotzen dute batzuek, horrela, euskararen erabilera propio neurtzen da sarean sarritan. Horietan guztietan, Instagramek asko lagundu dezake; izan ere, bertan argitaratzearekin batera, beste zenbait sare sozialetan ere argitaratu daitezke sortutako euskarazko edukiak.
 - 2.0 ekintza komunikatiboetarako bidea eskaintzea. Maila edozein izanda ere, euskaraz aritzea lehiaketan parte hartzeko baldintza izan da. Komunikazioa,

beraz, erabat euskalduna izan da, eta, bide batez, oso erreala eta naturala, beste edozein hizkuntzatan sortzen diren ekimenen parekoa.

5.2.3. Antolatzaileak

Ekimenean, hiru antolatzailek osatu dugu lantaldea: Durangoko Azokak, Igerrak komunitateak eta Zornotzako Barnetegiak. Kasu honetan, baina, antolakuntza sinplea izan da; izan ere, ez da materialik behar izan. Beraz, Igerrak komunitateak eta Zornotzako Barnetegiak lehiaketaren nondik norakoak behin zehaztuta eta zabalkundea hiruron artean egin badugu ere, batik bat, Igerrakekoek egin dute lan teknikoa.

5.2.4. Lehiaketaren nondik norakoak

Ekimenak bost eguneko iraupena izan du; hori dela-eta, nahikoa izan da gai bakarra aurrera eraman ahal izateko. Aintzat hartuta Durangoko Azokarekin lotutako lehiaketa izan dela eta azoka-egunetan garatu dela, kultura izan da, nahitaez, gaia. Eta galderen bidez egin da, hobeto azaltzeko:

- Nola bizi duzu zuk Durangoko Azoka?
- Nola hurbiltzen zara euskal kulturara?
- Nola islatzen da euskal kultura zure eguneroko bizitzan?

Helburuak kontuan hartuta, lehiaketa ahalik eta irekiena izate aldera formulatu dira galderak; hau da, Durangoko Azokara hurbiltzeko aukerarik izan ez dutenek ere parte hartzea izan dezaten.

Parte-hartzaileek argazkien bitartez erantzun behar izan diete itaunoi, eta, #igerrak_50DA traola erabiliz, euren Instagrameko kontuetan argitaratu dituzte.

5.2.5. Lehiaketaren prozedura

Ekimena, gehienbat, kartelaz iragarri bada ere, eredutzat hartzeko moduko argazkiak ere erabili dira tarteka:

6. irudia



Esan bezala, parte-hartzaileek bost egun izan dituzte #igerrak_50DA traolapean kultura islatzen duten argazkiak sareratzeko.

Lehiaketa bukatzean, aipamen berezia egin zaio argazki irabazleari.

7. irudia



5.2.6. Emaitzak

Datuen arabera, arrakastatsua izan da ekimena: 287 argazki sareratu dira.

Bibliografia

- Baca, V. (2010). *El lenguaje como hecho cultural. Contribuciones a las Ciencias Sociales, abril 2010*. Hemendik berreskuratua: <http://www.eu-med.net/rev/ccss/08/vmbm2.htm>
- Gómez, G. (2013). Web 2.0 tresnak, hausnarketa-praktika irekiak eta ikaskuntza-sare pertsona-lak: Twitter, blogak eta Google Drive irakasleen topaketetan. *Hizpide*, 80, 10-33. Hemendik berreskuratua: http://www.ikasten.ikasbil.eus/mod/habecms/view.php/irakasbil/didakteka/web_2_0_tresnak_hausnarketa_praktika_irekiak_eta_ikaskuntza_sare_pertsonalak
- HABE. (2005). *Hizkuntzen ikaskuntza, irakaskuntza eta ebaluaziorako europako erreferentzia markoa*. Hemendik berreskuratua: http://www.habe.eus-kadi.eus/contenidos/informacion/oinarrizko_kontzeptuak/es_9716/adjuntos/europako_markoa.pdf
- HABE. (2015). *Helduen Euskalduntzearen Oinarrizko Curriculuma*. Donostia: Eusko Jaurlaritzia.
- Koszla-Szymanska, M. (2003). Los proverbios y refranes en la enseñanza de la lengua española. *Actas del XXXVIII Asociación Europea de Profesores de Español (AEPE)*, 319-339. Hemendik berreskuratua: http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/aepe/pdf/congreso_38/congreso_38_27.pdf
- Küster, I. eta Hernández, A. (2013). De la Web 2.0 a la Web 3.0: antecedentes y consecuencias de la actitud e intención de las redes sociales en la web semántica. *Universia Business Review*, 37. Hemendik berreskuratua: <https://ubr.universia.net/index.php/ubr/articulo/view/877/web-2-0-web-3-0-antecedentes-consecuencias-actitud-intencion-uso-redes-sociales-web-semantica>
- Marketing Paradise. (2014, apirilaren 29a). Redes sociales verticales: qué son y cuáles deberías conocer. [Blog-sarrera]. Hemendik berreskuratua: <http://mkparadise.com/redes-sociales-verticales/>
- Nuñez, V. (2015, ekainaren 25a). La historia completa de Instagram 2010-2015. [Blog-sarrera] Hemendik berreskuratua: <http://vilmanunez.com/2015/06/25/infografia-la-historia-completa-de-instagram-2010-2015/>
- Santos, E. (2014). *Guía de Instagram: primeros pasos*. Hemendik berreskuratua: <http://articulos.softonic.com/guia-instagram-primeros-pasos>
- Sanchez, G. (2009). El uso de las imágenes en la clase ELE para el desarrollo de la expresión oral y escrita. *Suplementos marcoELE*, 8, *Estrategias de enseñanza y aprendizaje del español en China*. Hemendik berreskuratua: http://marcoele.com/descargas/china/g.sanchez_images.pdf