



APRENDIZAJE INFORMAL Y CONSTRUCCIÓN DE PLN VÍA TWITTER. UN ESTUDIO DE CASO.

LEARNING LEARNING AND PLN CONSTRUCTION BY MEANS OF TWITTER. A CASE STUDY.

Roberto Cuadros Muñoz; rcuadros@us.es
Universidad de Sevilla

RESUMEN

Este trabajo plantea cómo los seguidores de una cuenta de *Twitter* de carácter corporativo e interdisciplinar sobre la competencia lectora (@ComprensLectora), construyen sus propias redes personales de aprendizaje (PLN), siguiendo un aprendizaje informal. Comprobamos cómo las listas, retuits y las características particulares de la interacción, dinamizan y flexibilizan dicho aprendizaje, que se expande con blogs, webs y conexiones sociales.

PALABRAS CLAVE: Twitter, comprensión lectora, PLN, TIC, listas de Twitter, retuit

ABSTRACT

This paper proposes the way the followers of a corporate and interdisciplinary *Twitter* account about reading comprehension (@ComprensLectora) build their own PLN, according to informal learning. We see how the creation of lists, retweets and the special interaction invigorate and adapt aforementioned learning, which expands with blogs, websites and social connections.

KEYWORDS: Twitter, reading comprehension, PLN, ICT, Twitter lists, retweet

1. INTRODUCCIÓN

La formación, no solo de profesionales, sino concebida en sentido amplio, se ha convertido actualmente en un proceso transversal, dinámico, que requiere un aprendizaje que se desarrolle más allá del espacio cerrado del centro educativo y que apueste por crear entornos y redes personales de aprendizaje (PLE y PLN, respectivamente). Este aprendizaje *informal*, según señala Muñoz Moreno (2011), aspira a un análisis crítico, a una integración plena en la vida cotidiana, situado entre la información y la formación tradicionales, a saber, conversaciones, reflexiones, narraciones de historias, explicaciones de vivencias, intercambios de conocimiento, etc.; a través de la lectura, el visionado y audición de medios informáticos y de comunicación, libros, artículos, sin mediación pedagógica estricta; y de la mano de redes sociales, internet, correo electrónico, chats, foros, wikis y redes de conocimiento. Íntimamente relacionado con este aprendizaje está el denominado aprendizaje *ubicuo*, que se remonta a la fundación de la conocida iniciativa "Ubiquitous Learning Institute", cuyo origen Cope y Kalantzis (2010) situaban en 2006, en el *College of Education* de la Universidad de Illinois:

El desarrollo tecnológico posibilita que prácticamente cualquier persona puede producir y diseminar información, de modo que el aprendizaje puede tener lugar en cualquier momento y en cualquier lugar. Esta noción de "en cualquier momento/en cualquier lugar" aparece a menudo descrita como "ubicua" en la literatura sobre TIC [...] Al hablar de computación ubicua podemos referirnos al uso de la tecnología para cerrar brechas temporales y espaciales, hacer confluir lo físico y lo virtual o bien sacar el uso de los ordenadores de oficinas y despachos para que exista en los espacios sociales y públicos a través de dispositivos portátiles. Sin embargo, si nos enfocamos en el aprendizaje, y en la creciente prevalencia de actividades de construcción de conocimiento que tienen lugar en entornos online, tanto por parte de expertos como de principiantes, es aconsejable ampliar la definición de "ubicuo" para que incluya la idea de que los aprendices pueden contribuir al conocimiento sobre "cualquier cosa" e igualmente que "cualquier persona" puede experimentar aprendizaje. (Cope y Kalantzis 2010: 2).

Estos autores señalan los cambios necesarios para aplicar adecuadamente este nuevo paradigma: junto a la citada necesidad de difuminar las fronteras institucionales de la educación tradicional; están presentes los siguientes requisitos: 1) reordenar los equilibrios profesor-estudiantes (pérdida del papel pasivo de estos últimos); 2) aprender a reconocer diferencias entre los estudiantes y a usarlas como recurso productivo; 3) ampliar la gama y combinación de los modos de representación (multimodalidad, en la que actúen lo oral, escrito, visual y sonoro); 4) desarrollar las capacidades de conceptualización (abstracción y estrategias metacognitivas de orden superior); 5) conectar el pensamiento propio con la cognición distribuida; los dispositivos digitales constituyen una extensión de nuestra mente; y 6) construir culturas de conocimiento colaborativo. Sus características prácticas residen, según constata Rodríguez (2009) en la *permanencia* de los trabajos de los estudiantes, la *accesibilidad* a los documentos, datos o vídeos desde cualquier sitio; la *inmediatez* en tener cualquier información inmediatamente; la *interactividad* inconsciente con ordenadores y dispositivos integrados, y con expertos, profesores, compañeros, gracias a las múltiples herramientas de comunicación; las *actividades educativas*

situadas en la vida diaria, de forma natural y auténtica; y la *adaptabilidad*: información correcta, del modo y en tiempo y lugar correctos. Tal como recuerda Burbules en la entrevista concedida el IPE (2011), aprendemos de y con otras personas, a modo de comunidades *auto-educadas*: "El aprendizaje ubicuo es hacer que el aprendizaje sea una experiencia más distribuida en el tiempo y el espacio". Según apunta Farnos (2011), este cambio refleja "la necesidad de la escuela de reorganizarse y ponerse a la altura de estos «otros aprendizajes», que muchas veces llamamos INFORMALES..."

Es obvio que a este cambio han contribuido decisivamente las redes sociales. Este trabajo se detiene en particular en *Twitter*, que, como herramienta de *microblogging*, flexibiliza la inmediatez comunicativa sin exigencia instantánea de respuesta, permite amplia libertad en el seguimiento de usuarios, dejando que cada uno de ellos configure a su medida su PLN, que Sue Waters (2008) definía como:

all about using web tools such as blogs, wiki, Twitter, Facebook to create connects with others which extend our learning, increases our reflection while enabling us to learn together as part of a global community. PLNs increase our opportunities to ask questions and receive help compared to our normal daily face-to-face interactions.

El propio Álvarez (2010), entendiendo que el PLE es "el todo en el que se integran las tecnologías, las redes personales y las estrategias de uso", la PLN se podría definir como:

una de las partes de ese todo, probablemente la que le da cohesión, en cuanto que **centran el aprendizaje en las interacciones entre los miembros de las comunidades de aprendizaje**, siendo las tecnologías los recursos que permiten mantener dichas interacciones y procesar/generar información (negrita del autor).

Según se sostiene en Álvarez (2012), la apertura de una cuenta en *Twitter* es el primer paso para que los seguidores se construyan su propia PLN (la segunda, completarla con blogs propios y suscripciones RSS). En todo ello está implícita una plena adquisición de la competencia digital, de acuerdo con lo establecido por la Ley Orgánica de Educación (2006):

[...] habilidades para buscar, obtener, procesar y comunicar información, y para transformarla en conocimiento. Incorpora diferentes habilidades, que van desde el acceso a la información hasta su transmisión en distintos soportes una vez tratada, incluyendo la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación como elemento esencial para informarse, aprender y comunicarse. El tratamiento de la información y la competencia digital implican ser una persona autónoma, eficaz, responsable, crítica y reflexiva al seleccionar, tratar y utilizar la información disponible, contrastándola cuando es necesario, y respetar las normas de conducta acordadas socialmente para regular el uso de la información y sus fuentes en los distintos soportes". (ITE 2011: 2).

Así pues, herramientas "de relación", al decir de Álvarez (ob. cit.), como *Twitter* se convierten en altavoz de los componentes restantes: los que permiten el acceso a la información (sitios de publicación, repositorios, *podcasts*, bases de datos de audio, vídeo, multimedia, lectores RSS, portales de noticias, información específica, etc.) y la creación y edición de información (wikis, *suites* ofimáticas de escritorio y en línea, herramientas de mapas mentales o conceptuales, programas de edición de audio,

vídeo, presentaciones, etc.)

La expansión de esta red de *microblogging* la ha favorecido también el trascender la oposición oral/escrito, sin en este caso descuidar la ortografía. Ha humanizado y potenciado la empatía, la formación y comunicación profesional, así como el aprendizaje cooperativo, como tendremos ocasión de comprobar. En el caso que plantea este trabajo, no cuenta con los inconvenientes de su aplicación directa al aula (extensibles, por otra parte, a cualquier herramienta 2.0.), incluso al contrario, en algunos casos consiguen un efecto reforzador¹. Que la edad mínima de registro sea de 13 años intuye, de entrada, un uso responsable; su *publicidad* favorece la expansión (no tiene mucho sentido, en este nuevo aprendizaje, proteger los tuits); tampoco supone un problema el nivel de control. Asimismo, favorecen esta herramienta, según De Haro (2009), docente y especialista en redes sociales y educación, aspectos como los siguientes: a) no vulnera la intimidad de la comunicación, que no ha de ser completamente instantánea, sino posible a medio plazo; b) elimina lo superfluo; c) es accesible a través de todo tipo de soportes multiplataforma (ordenadores, teléfonos inteligentes, tabletas, lectores de libros digitales...) A ello se suma que no existe una relación comunicativa interpersonal-afectiva (para lo que está *Facebook* y otras redes y servicios de mensajería instantánea), pero sí un sentimiento previo de afinidad “desvirtualizada”, a modo de relación *inter pares*. Las propias apreciaciones intuitivas los usuarios reflejan las bondades de esta red social, sobre todo el hecho de *compartir* globalmente el aprendizaje, enriqueciéndose de todos y con todos:

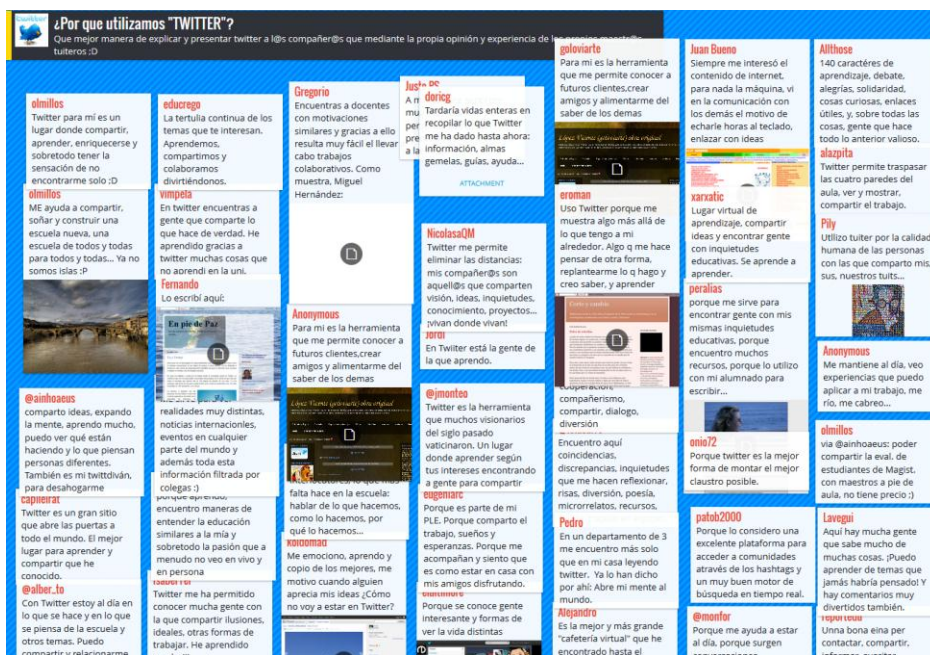


Fig. 1. ¿Por qué utilizamos Twitter? (AA.VV 2010)

Pese a su brevedad, Twitter despliega una serie de funciones comunicativas, establecidas en Lara (2012), fundamentales para su viabilidad didáctica. Mediante la función de reconocimiento, el retuit de mensajes hace reconocer su autoría. Al incorporar el @usuario se da la oportunidad a los lectores de visitar a esa persona,

¹ Cfr. Adell y Castañeda (2010: 7-8), Encinas (2010), Muñoz (2010) o los recentísimos trabajos recogidos en el volumen colectivo editado por Castañeda y Adell (2013).

conocerla mejor y contrastar la propia mención; posibilitando la función dialógica y la apelativa: pues permite la oportunidad de que llame la atención a personas que no sigan la cuenta o que desconozcan su existencia, lea lo que se le propone y entre a conversar. Por otro lado, los *#hashtags* permiten la función discursiva, estableciendo hilos de conversación sobre un tema e incluso pudiendo entrar espontáneamente en conversaciones ajenas. Asimismo, la función de descubrimiento de nuevas fuentes recomendadas se logra porque los perfiles son normalmente públicos y pueden verse las fuentes de interés de las personas a las que se sigue, observando a quiénes siguen ellos. La función de la organización temática y segmentada de las lecturas se produce a través de las listas, recopilando otros perfiles que resulten de interés. En tanto que función de comisariado, dichas listas son también útiles a cualquier otro usuario a quien interese esa selección; quien las crea ofrece su experiencia y criterio sobre determinados temas, mientras que para quien las valora es una fuente de información relevante pues puede suscribirse a ellas y disfrutar de la lectura recomendada. Los tuits guardados en Favoritos, considerados relevantes, que no desaparecen en el rápido fluir del *timeline* y que pueden consultarse a fondo con posterioridad, manifiestan la función de archivo. Su propio buscador (y otros generalistas como Google) manifiesta la función de documentación en tiempo real sobre los temas seleccionados, que resulta muy fructífera por la frescura y relevancia de los datos, recomendados personalmente; búsquedas que pueden guardarse en el perfil, lo que favorece el seguimiento constante. Finalmente, en tanto que función identitaria, el perfil personal del usuario puede acompañarse de una foto, una breve biografía y un campo de enlace para ampliar la información, llegando a ser autor y tomando decisiones sobre su imagen ante los lectores; reputación pública que completa la imagen que escapa a su control y que proyectan los demás, como el número de seguidores y las listas en las que está incluido, lo cual informa sobre su popularidad e influencia.

No extraña, por tanto, que *Twitter* haya logrado, y en su caso consolidado, en solo 140 caracteres, el surgimiento de influyentes líderes de opinión. De igual modo, el ciberactivismo, la crítica social, la política o la didáctica de lenguas² han encontrado en la red creada por Jack Dorsey en 2006 un excelente medio de difusión.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

En particular, este trabajo estudia una cuenta corporativa alojada en esta red de *microblogging* para ofrecer un enfoque práctico de aprendizaje informal a través de redes sociales y comprobar cómo los seguidores construyen sus propias PLN. La cuenta en cuestión es *@ComprensLectora*, Twitter de la *Asociación Española de Comprensión Lectora (@ComprensLectora)*, gestionada por el firmante de este trabajo y Elena Pérez Jiménez, presidenta de dicha asociación y docente e investigadora de la Universidad de Granada (ver página principal en figura 1), elegida por su función de formador/docente

² Algunas sugerentes aplicaciones didácticas, sobre todo para la enseñanza del español como segunda lengua, se hallan en Gómez (2012), Martín (2012), Martín y Mejías (2012) o Rodera (2012). No parece casual que *Twitter* encabece desde 2009 y de manera inamovible la prestigiosa clasificación de herramientas educativas *Top 100 Tools for Learning*, elaborada por Jane Hart (2012).

necesariamente interdisciplinar, que aúna filología, logopedia, psicología y didáctica, agrupadas con un propósito común: (enseñar a) entrenar la competencia lectora mediante el fomento de la lectura. Esta cuenta, además, ha conocido una importante consolidación, como veremos en el siguiente apartado, en un relativamente corto periodo de tiempo, desde su creación el 12 de abril de 2011:



Fig. 2. Interfaz de @ComprensLectora, versión IPAD, 30/08/2013, 01:34

Una vez explicada la estructura de dicha cuenta, nos centramos en determinados usuarios, en particular los que emplean listas. Se han explorado las líneas temáticas de estas, teniendo presentes las eventuales dificultades de segmentación y las oportunas actualizaciones, tanto aquellas a la que este usuario está suscrito como aquellas en las que figura como miembro, estableciendo como límite la fecha de 30 de agosto de 2013, 12:05h. A continuación, se han observado los recursos adicionales empleados por los usuarios-creadores de tales listas. Al respecto, hemos considerado como *redes sociales*, Twitter aparte, *Facebook*, *YouTube*, *Instagram*, *Google +*, *LinkedIn*; pero también *Scoop.it* y *Paper.li*, “periódicos” en línea personalizados en permanente actualización y asociados al resto de las redes mencionadas. De igual modo, hemos diferenciado la web “convencional”, más estática, de otras como *about.me*, que funciona como tarjetas de visita; *wefollow.com*, servicio monitorizado de búsqueda de perfiles relevantes; *flavorsme.com*, web personal “social”, que concentra toda la actividad en la web, con acceso a redes sociales y blogs (*Twitter*, *Facebook*, *Tumblr*, *LinkedIn*, *Last.fm*, *YouTube*, *Flickr*, *Foursquare*, *Wordpress*, *Blogger*); y por supuesto,

también del blog, con modalidades “híbridas”, como web/blog o blog/web, según se dé prioridad a un componente u otro. Igualmente, con vistas a reflejar la interacción, hemos proporcionado algunas muestras tanto de mensajes públicos como directos, que hemos considerado representativas de su funcionamiento global.

El análisis se ha enriquecido con algunos resultados de monitorización, sirviéndonos de las herramientas *Tweetreach*, *Fruji* y *Commun.it*, de cara a conocer el perfil de sus destinatarios, la interacción y gestión de la información y la comunicación, la proporción entre cantidad y calidad de recursos, y el grado de competencia digital de los participantes. Por último, apuntamos que no hemos atendido a los *hashtags*, ya que el etiquetado, en este caso, no siempre resulta preciso.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los contenidos aportados por @ComprensLectora oscilan entre la formación y la información interdisciplinar, según los siguientes apartados:

- a) Estudios sobre comprensión lectora, publicados en la web homónima (comprensionlectora.es): competencia digital, tendencias educativas, aprendizaje en red; incluyendo, dada su transversalidad, cuestiones de didáctica, psicología, filología, pedagogía y TIC.
- b) Sugerencias de lecturas, sean o no literarias, sean o no novedades, sean o no graduadas, de diferentes géneros, que incluyen también cómics, ilustración y literatura infantil y juvenil.
- c) Citas reflexivas sobre la lectura basadas en la *auctoritas*.
- d) Divulgación de noticias: desde literatura a cuestiones psicológicas, sin solución de continuidad, como autismo, lenguaje, cognición, fracaso escolar, disfemia y discapacidad en sentido amplio.
- e) Efemérides literarias.
- f) Convocatorias de eventos: concursos, congresos, ferias del libro, premios, liberación de libros, ofertas de empleo.
- g) En su caso, publicidad de otros usuarios.
- h) Enlaces a diccionarios, blogs, otras cuentas de Twitter, Facebook, *Fundeu*, programas, vídeos, *podcasts*, etc.; y en general recursos TIC para la educación: aplicaciones, blogs, páginas web de interés (editoriales, páginas especializadas en el fomento de la lectura, por ejemplo).
- j) Recomendaciones acerca del uso de la propia red social.

La proporción, por tanto, no sería buena para una analítica web convencional, pero es algo irrelevante en una cuenta cuyo objetivo antepone la calidad de los recursos aportados. Si atendemos a los artículos publicados en su web y que Twitter difunde, y

hasta el 30/08/2013, se han difundido un total de 569 artículos. Del total (8600 a esa fecha, como muestra la figura 1) solo llegarían al 6,61%.

Por lo que atañe a las listas, a fecha de 30 de agosto de 2013, 12:05h, @ComprensLectora aparece suscrita a 229 listas y como miembro en 231, de las que 204 coinciden y que arrojan un total de 256. Estar informado de las listas o ser miembro de ellas persiguen un mismo fin de aprendizaje. Por otro lado, los usuarios no se limitan a confeccionar una sola lista³. Su temática, lógicamente, no admite taxonomía rígida. Unas listas son más generales, otras más específicas, unas son monotemáticas y otras heterotemáticas, que focalizan su atención en un determinado tema, sin excluir otros.

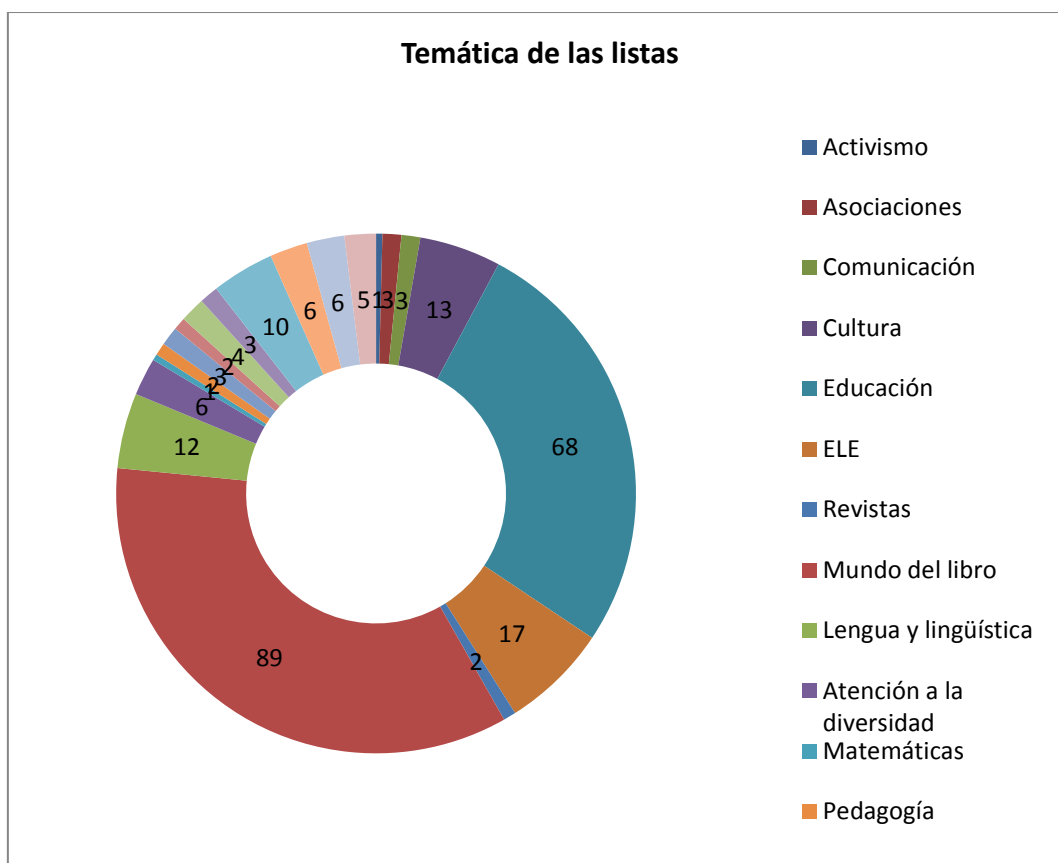


Fig. 3. Distribución de las listas por áreas temáticas

No sorprende que encabece la clasificación todo lo concerniente al mundo del libro, pero, eso sí, mucho más allá del puro entretenimiento: literatura (incluida la infantil y juvenil), edición, biblioteconomía e iniciativas de fomento de la lectura. Bajo el marbete “educación”, se incluyen también las listas sobre escuela, instituciones, docencia, aprendizaje, didáctica, formación y Universidades. “Información” alberga asimismo periodismo, noticias, social media y gestión de la información; la atención a

³ Por ejemplo, @amplifonES, @araanzazu5, @asturlibros, @aurelioalba, @carlinvallecas, @danicarril, @dani_varo, @diegoremondo, @dmingoartiles, @FernandoGP, @francasalf, @FullMind_Design, (@geohistoria23), @gretalisan, @jjavierba, @libromorado, @NuestrasCosasFa, @prof_pat, @ranaencantada, @resteve3, @robertocuosros1, @viktorgomezvale, @VirtualHilo y @xosecuns. La actualización en este sentido es continua. Incluso se encuentra alguna queja por la limitación de 500 usuarios en cada lista (@geohistoria23). Conviene recordar que para tener acceso a las listas ha de disponerse de una cuenta en Twitter.

La diversidad considera la discapacidad, TDAH, autismo, etc. La especificidad de ELE (español como segunda lengua) motiva que pueda considerarse como independiente tanto de la temática de “lengua y lingüística”, como de “filología”, aunque no dejan de ser agrupaciones en cierto modo convencionales. Las listas ubicadas en “Varios” son las que ofrecen menor afinidad entre ellas y los usuarios les asignan títulos muy amplios, como por ejemplo [NtraSraVictoria/lists/interesante](#), [ElClubEscarlata/lists/cosas](#), [gloriamayelaran/lists/like](#), [dmingoartiles/lists/fav](#), [arualKbl/lists/interesante](#) o [gretalisman/lists/i-d](#). Particular es el caso de @hectordamelio, que proporciona hasta 6 listas tituladas de este modo.

Los recursos adicionales de que se sirven los 228 usuarios creadores de estas listas, públicas en su mayoría (lo mismo que los propios perfiles; solo 7 de estos usuarios tienen cuenta privada) arrojan la siguiente distribución:

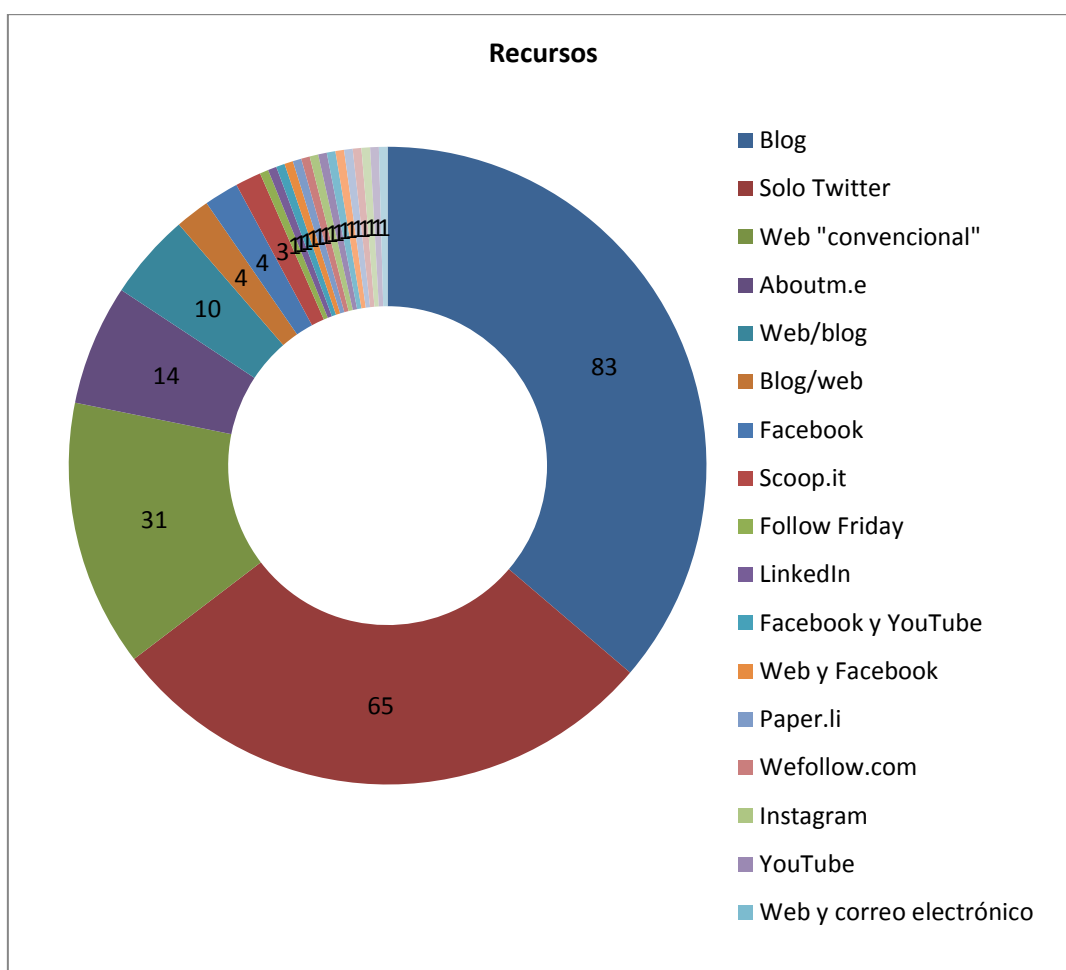


Fig. 4. Recursos auxiliares de los usuarios

Creemos que son suficientemente representativas de la pauta adoptada por el conjunto de seguidores. Se comprueba cómo los blogs constituyen el instrumento más utilizado, por su carácter reflexivo y su versatilidad, que posibilita incluso direcciones personalizadas (e-aprendizaje.es, laranaencantada.com, elclubescarlata.com, orlansilva.com, colegiodelavictoria.es, entropuntoycoma.com, profesorenapuros.es, adrianperales.com MarianaEguaras.com, lamilanabonita.com y educacioilestic.cat). A su vez, algunas webs incorporan blogs, en esta prioridad. Por la información que

proporcionan en sus perfiles, 14 usuarios utilizan dos recursos, y 1 hasta 3. En algún caso, encontramos una web-plataforma en *Moodle* (@eLMformacion). Por tanto, no estamos ante usuarios inexpertos en tecnología y web 2.0 reacios al aprendizaje a través de medios digitales, que consideren perder el tiempo en las redes sociales.

La interacción tiene lugar sobre todo mediante mensajes públicos, que consisten en peticiones de información, marcado de favoritos, inclusión en listas y retuits literales o reelaborados, estos últimos con mecanismos citativos:



Fig. 5. Mensajes públicos. 3/09/2013, 20:01h

Si existe "diálogo" casi nunca excede una respuesta, lo que quizá pueda explicarse por las conexiones sociales de los seguidores:



Figura 6. Diálogos 3/09/2013, 20:02h

En cuanto a los mensajes directos, son sobre todo agradecimientos (y petición de seguimiento mutuo), y, en menor proporción, invitaciones a seguir páginas, participar en eventos o preguntar por recursos. Reflejan también el intercambio, aunque su número es sensiblemente inferior a las interacciones públicas. A ello puede haber contribuido la concepción eminentemente pública de la red social, pero, además, el hecho de que estos mensajes pueden configurarse automáticamente (el caso de @JohnnyRayWriter, por ejemplo, en la figura 7b), impersonalidad que no bien admitida por los usuarios; y, lo que es más peligroso, suponen un medio poco deseable de introducción de virus.

Mensajes directos ✓ Mensaje nuevo ×

 Gracias !

 **Alberto D. Prieto** @ADPrietoPYC 11 abr >
Ha nacido ADPrietoBlog | periodismo personalizado
adprieto.wordpress.com ...ya me dirás

 **Romi S** @rominaok2011 11 abr >
podrían enviarme libros o manuales en pdf sobre lengua y literatura para dar en el secundario

 **Psicopeque** @psicopeque 10 abr >
Muchas gracias @ComprensLectora por seguirnos! Podéis hacerlo también en facebook.com/psicopeque y visitar nuestra web psicopeque.com

 **Ismael Sanz** @sanz_ismael 6 abr >
¡Muchas gracias por seguirme!

 **Vanessa Caceres** @Vanessa_Cacere 4 abr >
← Igualmente a ti por seguirnos.

Sugerencia: puedes enviar un mensaje a cualquier persona que te siga. [Aprender más](#)

Mensajes directos ✓ Mensaje nuevo ×

 ← ¡Muchas gracias! Eso haremos.

 **Mi Scarlett** @hatshepsut_3 6 feb >
← El placer es nuestro. Saludos.

 **Jesús Escudero Martí** @jesusescuderm 6 feb >
← :-)

 **Johnny Ray** @JohnnyRayWriter 1 feb >
Hello my new friend, I'm a novelist, see facebook.com/authorjohnnyray or amazon.com/Johnny-Ray/e/B... for more info

 **HadaMSG** @HadaMSG 31 ene >
gracias. Un saludo.

 **Dakota González** @DGonzalezamora 30 ene >
Hola, creéis que podeis ayudar la venta de mi libro Reetuitando mi tuit en mi perfil con la publicacion y la venta? Un saludo

Figuras 7a y 7b. Mensajes directos (todos pertenecientes a 2013).

Con todo, y a la vista de las figuras 5-7(a, b), se comprueba que existe complicidad entre los interlocutores, que se tutean saludándose de modo familiar y no se sienten desvirtualizados, presentando una imagen de afiliación común. No existe -no se necesita- negociación de turnos ni cooperación, frente a lo que autores como Escavy (2009: 107) aprecian para sistemas de comunicación semejantes como el chat y cualquier mensajería instantánea. Lejos de hallarse descortesía, provocación o ataque a la imagen, las intervenciones matizan o complementan los tuits ofrecidos, sin olvidar el agradecimiento. No puede hablarse de “ruido” conversacional, presente a través de

los saludos, bienvenida a los nuevos seguidores, felicitaciones en forma de *Follow Friday* (#FF), aspecto “humano” de esta comunicación formativo-profesional, que se complementa con algún guiño, ironía, recepción de consejos y que coloca en un lugar fundamental al receptor, con eventuales valoraciones de los recursos; de acuerdo con un adecuado protocolo de Twitter, según hace constar *Redbility* (2013). Todo ello conforma una comunicación inmediata, lingüísticamente realizada en la esfera del presente, ostensiva y en todo momento actualizada, con escasos conectores discursivos y signos interrogativo-exclamativos, y relativa presencia de giros coloquiales y emoticonos cómplices como :) y ;) , Los intercambios suelen ser de pronta respuesta, como se observa en las peticiones de visita y recomendaciones de estudios y, en el caso de los escritores, de sus propias obras.

Estas interacciones reflejan un espíritu *desvirtualizador*, ya que se asume de entrada cierta afiliación. De esta manera, las figuras 5-7(a, b) muestran predominantemente estilo nominal, si hay tiempos verbales en pretérito se trata de pasados recientes. Tampoco está exento el humor (@ernestoprofe se define como “a ratos, profe de Lengua y Literatura”).

La monitorización es válida hasta cierto punto, pues atiende más a la cuantificación que la calificación, y un caso como el analizado no se sitúa estrictamente en los estándares de los *social media*. En este sentido, *Commun.it* muestra los usuarios *influencers* (influyentes) por su relación “followins/followers” y su historial de trabajo, los *supporters*, que siempre hacen RT, sin embargo, a diferencia de los anteriores, rara vez interactúan con la cuenta directamente y los *engaged*, siempre atentos al contenido que la cuenta comparte y dispuestos a hacer retuit o contestar, a fecha de 3/09/2013⁴:

The screenshot shows the Commun.it dashboard for user 'rcuadros2@yahoo.es'. The dashboard is divided into several sections: 'Prioritized Feed', 'Relationships' (with sub-sections like High-Value Members, Influencers, Supporters, and Engaged Members), 'Followers' (with sub-sections like Consider to Reply, Consider to Re-engage, Consider to Follow, Consider to Unfollow, New followers, and New unfollowers), and 'Groups' (with sub-sections like Monitor Engagement, Discover New Leads, and More). The 'Engaged Members' section is highlighted, showing a list of users with their profiles, follower counts, and engagement statistics. The users listed are Alberto D. Prieto (1K Followers, 1 Engagement), Paloma González (85 Followers, 1 Engagement), Lily Barra (61 Followers, 4 Engagements), and Fernando Beltrá (437 Followers, 4 Engagements). The dashboard also includes a search bar for Twitter users and a section for 'Engaged Members' with a description of the metric.

Fig. 9. “Engaged members”, según Commun.it, 3/09/2013, 22:40h

⁴ Además, posibilita saber quiénes son los nuevos seguidores, quiénes han dejado de seguir la cuenta, los considerados para seguir y los considerados para dejar de seguir, según se destaca en Peguero (2011).

De modo similar, *TweetReach* analiza la actividad de los usuarios más relevantes (*contributors*) y a los seguidores (*impressions*), susceptible de actualización y cambio permanentes:

		Tweets	RTs	Impressions
1	ComprensLectora	2	29	17,532
2	SilviaGongo	1	0	5,385
3	divulgaUNED	1	0	5,373
4	elsuenodeteresa	1	0	2,438
5	enelnuvol	1	0	1,743
6	maestraasuncion	1	0	1,592
7	LuciaDo2	1	0	894
8	CienciatkCSIC	1	0	678
9	lucilogo	1	0	635
10	HermitageMadrid	1	0	605
11	Hoy_Libro	1	1	597
12	CristinaMangas	1	0	536
13	ernestoprofe	1	0	515
14	juliomarcoll	1	0	508
15	pilarcaxado	1	0	506

Fig. 10. Informe de *TweetReach* (3/09/2013, 21:14h)

Detallando algo más la información de estos usuarios, siguiendo el orden de la figura 10, se observa sin dificultad la plena adecuación a los perfiles comentados: @SilviaGongo es profesora, @divulgaUNED, universidad; @elsuenodeteresa, bloguera; @enelnuvol, consultoría TIC dedicada a la formación; @maestraasuncion, un blog de recursos para docentes de Educación Inicial y Primaria; @LuciaDo2 no alude a un perfil profesional sino a convicciones ideológicas y personales; @CienciatkCSIC es una plataforma audiovisual del CSIC de divulgación científica; @lucilogo, maestra de Audición y Lenguaje; @HermitageMadrid muestra sus aficiones e inquietudes; @Hoy_Libro es un plan para el Fomento de la Lectura de una Consejería de Educación; @CristinaMangas es bloguera; @ernestoprofe, como se ha dicho, profesor de Lengua y Literatura; @juliomarcoll, docente y lector y @pilarcaxado, profesora de lengua y literatura gallegas. Se trata de usuarios que señalan en su perfil profesión, afición o intereses; lo recomendado en el protocolo de esta red social. Muestran, asimismo, su experiencia o veteranía en la red social, así como su actividad y organización del conocimiento en listas (todos ellos las tienen).

De todo ello se deduce que criterios como la actividad de los usuarios relevantes y la proporción de seguidores a los que alcanzan están en continuo cambio, aunque no arrojan contradicciones cualitativas, permiten un refinamiento de la difusión y, sobre

todo, dan una idea del dinamismo de los usuarios y su implicación en este aprendizaje⁵.

4. CONCLUSIÓN

La cuenta analizada, de acuerdo con los patrones de Twitter, enlaza recursos, aportando opiniones pero sobre todo recomendaciones, es puente de recursos digitales, materiales, noticias, eventos. La (in)formación ofrecida, ya sea a través de tuits propios, RT o favoritos, es sobre todo pública, si bien no es inexistente la comunicación privada. Aporta con los mecanismos de la web. 2.0. un entorno virtual más enriquecido, que no por ello abandona las directrices originarias, a saber, la adquisición de la competencia lectora y el fomento de la lectura, pudiendo planificarse eficazmente mediante listas y favoritos (sin contar herramientas externas como *Tweetdoc* o *Hoosuite*). Es una excelente ilustración de cafetería, tertulia o claustro virtuales y guía didáctica informal y lúdica. Ya se ha comentado, y así lo señalaban Cuadros y Varo (2013), que importa la calidad de recursos, no tanto su cantidad; como tampoco se muestra obsesión por la capacidad de influencia: interesa más un #FF (*Follow Friday*) que un #TT (*Trending Topic* o tendencia).

Los seguidores han incrementado su PLN, componente básico de su más amplio PLE, con otros *objetos digitales* (blogs sobre todo); y no siempre parece preocuparles excesivamente la indicación escueta de etiquetas o la clasificación minuciosa en listas, verdaderos “grupos de clase”, en actualización continua, para los que @ComprensLectora, en soporte Twitter, se ha convertido en un libro de texto *informal* e interdisciplinar que se expande y dinamiza, como sus propias PLNs, mucho más allá de la mera instrucción.

5. REFERENCIAS

a) Herramientas de monitorización:

Twitter <http://Twitter.com/ComprensLectora>

Tweetreach <https://tweetreach.com>

Fruji <http://fruji.com>

Commun.it <http://commun.it>

b) Estudios:

AA. VV. (2010). ¿Por qué utilizamos Twitter? [en línea] Disponible en: <http://edutwitter.wikispaces.com/%C2%BFPor+qu%C3%A9+utilizamos+Twitter+%3F> [Consulta: 14/02/2013]

⁵ Por otro lado, *Fruji* establece, entre otros parámetros, a) las lenguas de los seguidores (analítica en absoluto sorprendente): español, 7971 seguidores, 90.85%; y a mucha distancia inglés, con 542, 6.18%; catalán-valenciano: 50, 1.71%; portugués, 26, 0.30%; francés, 22, 0.25%; gallego, 22, 0.25%; italiano, 22, 0.25%; vasco, 6, 0.07%; y b) los seguidores más populares (*valuable*s): @Buenescritor, @QueLeer y @Lecturalia (4/09/2013).

ADELL, J. y CASTAÑEDA, L. (2010). Los entornos personales de aprendizaje (PLEs): una nueva manera de entender el aprendizaje [en línea]. En Vila, R. y M. Fiorucci (eds.). *Claves para la investigación y calidad educativas*. Disponible en:

<http://digitum.um.es/xmlui/handle/10201/17247> [Consulta: 10/09/2013]

ÁLVAREZ, D. (2010). PLE y PLN. Disponible en:

<http://tallerple.wordpress.com/2010/06/06/ple-y%C2%A0pln/> [Consulta: 29/08/2013]

ÁLVAREZ, D. (2012). *Los PLE son para el verano* [en línea]. Disponible en: <https://app.box.com/s/9ad2076488065b06c7f7> [Consulta: 08/09/2013].

CASTAÑEDA, L. y ADELL, J. (eds.). (2013). *Entornos personales de aprendizaje: claves para el ecosistema educativo en red* [en línea] Alcoy: Marfil. Disponible en: <http://www.um.es/ple/libro/> [Consulta: 23/04/2013]

COPE, B. y KALANTZIS, M. (2010). *Aprendizaje ubicuo: ubiquitous Learning* [en línea]. Disponible en: http://www.nodosele.com/blog/wp-content/uploads/2010/03/Cope_Kalantzis.Aprendizajeubicuo.pdf [Consulta: 08/09/2013]

CUADROS, R. y VARO, D. (2013). #Twitterele #profesele #dele #ele #... y la renovación de la didáctica de segundas lenguas [en línea]. *Comunica 2.0. Congreso Universitario sobre Redes Sociales en el Campus de Gandía de la UPV*, Gandía, 21-22 de febrero de 2013. Disponible en: <http://es.slideshare.net/danivaro/twitterele-comunica20> [Consulta: 23/04/2013]

DE HARO, J. J. (2009). *Microblogging para la educación*. Disponible en: de <http://jideharo.blogspot.com.es/2009/08/microblogging-para-la-educacion.html> [Consulta: 17/02/2013]

ENCINAS CARAZO, J. (2010). PLE y PLN [en línea]. Disponible en: <http://enlawebdospuntocero.wikispaces.com/PLE+y+PLN> [Consulta: 20/04/2013]

ESCAVY ZAMORA, R. (2009). *Pragmática y textualidad*. Murcia: Universidad.

FARNOS, J. D. (2011). EL APRENDIZAJE UBÍCUO, la nueva forma de aprender de la sociedad actual y futura [en línea].

Disponible en: <http://juandomingofarnos.wordpress.com/2011/03/19/el-aprendizaje-ubicuo-la-nueva-forma-de-aprender-de-la-sociedad-actual-y-futura/> [Consulta: 07/09/2013]

GÓMEZ, G. (2012). Twitteando en clase: #lamejorexcusa para #Twitterele [en línea]. Disponible en: <http://profesorenapuros.es/2012/02/twitteando-en-clase-lamejorexcusa-para-Twitterele.html> [Consulta: 10/04/2013]

- HART, J. (2012). *Top 100 Tools for learning* [en línea]. Disponible en: <http://c4lpt.co.uk/top100tools/> [Consulta: 10/04/2013]
- IPE-UNESCO Buenos Aires (2011). Entrevista a Nicholas Burbules [en línea]. Disponible en: <http://vimeo.com/27626710> [Consulta: 07/09/2013]
- INSTITUTO DE TECNOLOGÍAS EDUCATIVAS (ITE) (2011). Competencia digital [en línea]. Disponible en:
http://recursostic.educacion.es/blogs/europa/media/blogs/europa/informes/Competencia_Digital_Europa_ITE_marzo_2011.pdf [Consulta: 07/09/2013]
- LARA, T. (2012). Competencia digital, nuevos medios, nuevos lenguajes, nuevos hablantes. Twitter y sus funciones comunicativas. *Lenguaje y Textos*, 34:39-46 [en línea]. Disponible en: <http://tiscar.com/2012/03/11/Twitter-y-sus-funciones-comunicativas/> [Consulta: 20/04/2013]
- MARTÍN, A. (2012). Twitter en la clase de ELE: #notoquesoyespanolcuando. *Pensando en ELE* [en línea]. Disponible en: <http://pensandoenele.blogspot.com.es/2012/01/Twitter-en-la-clase-de-ele.html> [Consulta: 10/04/2013]
- MARTÍN, A. y MEJÍAS, M. (2012). Cómo evaluar el uso de Twitter con estudiantes de ELE [en línea]. Disponible en:
<http://es.scribd.com/doc/80108864/Como-evaluar-el-uso-de-Twitter-con-estudiantes-de-ELE> [Consulta: 10/04/2013]
- MUÑOZ MORENO, J. L. (2011). El aprendizaje informal [en línea]. Disponible en:
http://formacionxxi.com/porqualMagazine/do/get/magazineArticle/2010/12/next/xml/El_aprendizaje_informal_en_la_formacion_en_el_trabajo.xml.html [Consulta: 07/09/2013]
- MUÑOZ, J. (2010). Redes Personales de Aprendizaje –PLN-, el futuro de las TIC [en línea]. Disponible en:
<http://www.slideshare.net/juanmi.munoz/red-personal-deaprendizajepln> [Consulta: 20/04/2013]
- PEGUERO, M. (2011). Analiza, conoce y monitorea tu comunidad en Twitter con *Commun.it* [en línea]. Disponible en:
<http://milcapeguero.com/2011/09/22/analiza-conoce-y-monitorea-mejor-tu-comunidad-en-Twitter-con-commun-it/> [Consulta: 20/04/2013]
- REDBILITY (2013). Las conclusiones del informe Twitter. Dime cómo usas Twitter y te diré quién eres [en línea]. Disponible en:
<http://www.redbilty.com/actualidad/reportajes/las-conclusiones-del-informeTwitter/> [Consulta: 20/04/2013]

RODERA, A. (2012). Utiliza Twitter para crear actividades educativas [en línea]. Disponible en: http://www.slideshare.net/arodera/taller-utiliza-Twitter-para-crear-actividades-educativas?goback=.gde_3677178_member_203506807 [Consulta: 13/02/2013]

RODRÍGUEZ, S. E. (2009). *Informática ubicua y aprendizaje ubicuo- APRENDIZAJE UBICUO* [en línea]. Disponible en: <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/ca/cajon-de-sastre/38-cajon-de-sastre/910-monografico-informatica-ubicua-y-aprendizaje-ubicuo?start=4> [Consulta: 07/09/2013]

WATERS, S. (2008). Need Help Building Your Personal Learning Network (PLN)? [en línea]. Disponible en: <http://theedublogger.com/2008/12/28/need-help-building-your-personal-learning-network-pln/> [Consulta: 08/09/2013]

Para citar este artículo:

Cuadros, R. (2015). Aprendizaje informal y construcción del PLN vía twitter. Un estudio de caso. *EDUTEC, Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, 51. Recuperado el dd/mm/aa de <http://www.edutec.es/revista>