

Competencia digital, nuevos medios, nuevos lenguajes, nuevos hablantes. Twitter y sus funciones comunicativas

Tíscar Lara | Escuela de Organización Industrial

Nuestros alumnos escriben y leen más que nunca, pero lo hacen en otros soportes que no son el libro físico y mediante otros lenguajes que son más propios de la digitalidad.

Twitter es un nuevo medio de comunicación que ha generado su propio código comunicativo y unas pautas de interacción también específicas, como flujo constante de información, de pensamientos y de ideas. El uso de Twitter en el aula cumple el doble objetivo de ejercitar tanto la competencia lingüística como la competencia digital en un contexto real, puesto que requiere de un entrenamiento sobre los códigos técnicos, funcionales y comunicativos de este medio de relación social en línea que es hoy empleado por millones de usuarios en todo el mundo.

Palabras clave: *Twitter, nuevos lenguajes y soportes, competencia mediática, alfabetización audiovisual.*

Our students read and write now more than ever, but they use new digital supports and languages rather than printed books.

Twitter is an example of a new medium with its own communication code and its own rules of interaction, such as a constant flow of information, thoughts and ideas.

Using Twitter in the classroom boosts the development of linguistic and digital competence in real-life contexts, since training on technical, functional and communication codes is required to use this new social medium used today by millions of people all around the world.

Keywords: *Twitter, new languages and media, media competence, audiovisual literacy.*

Nos élèves écrivent et lisent de plus en plus en utilisant d'autres supports qui ne sont pas le livre physique et à travers d'autres langages qui sont plus numériques.

Twitter est un nouveau média qui a généré son propre code de communication et des règles d'interaction également spécifiques qui permettent un flux constant d'informations, de pensées et d'idées. L'usage de Twitter dans la classe a pour double objectif tant l'exercice de la compétence linguistique que celui de la compétence numérique dans un contexte réel, puisqu'il requiert une formation sur les codes techniques, fonctionnels et communicatifs de ce réseau de relations sociales en ligne utilisé par des millions d'utilisateurs dans le monde entier.

Mots-clés: *Twitter, nouveaux langages et supports, compétence médiatique, alphabétisation audiovisuelle.*

1. Introducción

Dentro de los currículos europeos, la competencia digital y la competencia lingüística están consideradas como dos de las ocho competencias básicas que todo ciudadano debe tener para crecer y desarrollarse en la sociedad de la información.

En cierta medida, estas competencias están siendo ejercitadas de manera informal fuera de los ámbitos de la escuela, puesto que buscar información, conversar en sus grupos de interés y producir sus propios mensajes multimedia son las prácticas habituales de los más jóvenes. Por tanto, nuestros alumnos escriben y leen más que nunca, pero lo hacen en otros soportes que no son el libro físico y mediante otros lenguajes que son más propios de la digitalidad.

Los adolescentes se comunican a partir de sus producciones y recreaciones multimedia, que son publicadas y compartidas en las redes sociales de pertenencia (Facebook, Tuenti, Twitter, blogs, etc.). Estudios periódicos del Pew Internet & American Life Project o, en España, informes como el de Generaciones Interactivas¹ (2009) confirman esta tendencia:

El 70% de los menores afirma utilizar las redes sociales y casi el 40% de los menores internautas poseen página web propia o han generado alguna vez contenidos en la Red. Este perfil creativo aumenta con la edad, y a partir de los 16 años el 50% de los jóvenes construyen o administran sus propios blogs o páginas web. Los contenidos más visitados –música, deportes y juegos– son también la temática más frecuente de sus propias páginas web y blogs.

La tecnología que más crecimiento está teniendo entre este segmento de población es la móvil, hasta el punto de que en 2010 en España una media del 70% de niños de entre 10 y 15 años disponían de este dispositivo.² El teléfono móvil representa la herramienta de uso más importante porque reúne el carácter emotivo de apropiación personal con su naturaleza de conectividad ubicua y un gran potencial de consumo y producción multimedia. Y todo en la palma de la mano, expandiendo el aula fuera de los tiempos y espacios escolares de aprendizaje formal.

De entre todas las redes sociales y plataformas de publicación en Internet, en este artículo destacaremos el potencial que tiene una de ellas, Twitter, por su proximidad con la cultura móvil y por sus oportunidades para desarrollar prácticas creativas en el uso de la lengua y la literatura.

2. ¿Qué es Twitter y cómo funciona? ¿Qué lo hace tan interesante a diferencia de otros medios?

Twitter se suele definir como un servicio de *microblogging*, lo que indica su similitud a los blogs en cuanto a que es un sistema de publicación personal pero de carácter más reducido, ya que los posts, aquí llamados *twits*, están limitados a una extensión de 140 caracteres. Este tamaño está muy relacionado con el espacio propio de los mensajes SMS en los teléfonos móviles, lo cual le da una impronta personal de mensajería instantánea.

Twitter es un servicio gratuito donde cualquier persona puede leer los mensajes de otros

1. Generaciones Interactivas, 2009: www.generacionesinteractivas.org/?p=1616

2. Indicadores y datos de las TIC en la educación en Europa y España 2009-2010, Instituto de Tecnologías Educativas: http://recursostic.educacion.es/blogs/europa/media/blogs/europa/informes/Indicadores_y_datos_de_las_TIC_en_la_%20Educacion_en_Europa_y_Espana ITE_2009.pdf

usuarios siempre que estos tengan un perfil público, lo cual sucede en la inmensa mayoría de registros. Por tanto, no es necesario que se haga una cuenta propia para poder leer los twits de otros, basta con ir a su perfil en Twitter y acceder al histórico de mensajes.³ Sin embargo, si además quiere tener un perfil propio, organizar mejor las lecturas y poder escribir mensajes personales, es necesario abrirse una cuenta propia.

Podríamos decir que Twitter es un nuevo medio de comunicación, por cuanto ha generado un propio código comunicativo y unas pautas de interacción también específicas. Parte de ciertas similitudes con otros medios digitales tales como los blogs (microposts, suscripción RSS, enlaces permanentes, etc.), las redes sociales tipo Facebook o Tuenti (perfil personal, concepto de *compartir* mensajes de otros, etc.) y el correo electrónico (mensajería privada). Estas semejanzas facilitan la conceptualización de Twitter debido al ejercicio previo de esas prácticas, que ya han sido aprendidas e incorporadas por el usuario medio de Internet.

Sin embargo, Twitter también aporta nuevos avances con respecto a otros medios de comunicación nativos de Internet. Por un lado, abandona la reciprocidad obligatoria de otras redes sociales como Facebook o Tuenti. En Twitter no es necesario ser amigo de nadie para interactuar con él. Al ser fundamentalmente un espacio público, los mensajes de los usuarios se pueden consultar libremente. La diferencia estriba en que, para facilitar una lectura más ágil y organizada a aquellas personas que resulten relevantes, conviene «seguirlas» en el sentido de suscribirse a sus mensajes, de modo que Twitter se convierte en

un panel de lecturas personalizado por cada usuario en función de sus intereses.

De igual forma, aquellas personas que estén interesadas en lo que podamos ir publicando en nuestro Twitter, también tienen la opción de «seguirnos», esto es, de suscribirse a nuestro flujo informativo. En cualquier caso, la relación no tiene por qué ser simétrica. Al contrario, sucede con mucha frecuencia que no nos siguen aquellos a quienes nosotros seguimos, y viceversa. Cuando coincide que «seguimos» a una persona que también «nos sigue» a nosotros, entonces podemos enviarnos mensajes privados.

Una buena forma de adentrarse en Twitter es abrirse una cuenta y empezar a seguir a aquellas personas que podamos identificar en relación con nuestros intereses. El primer valor que se aprecia de Twitter normalmente es el informativo (estar actualizado al instante en los temas de interés), para pasar después de cierto tiempo a convertirnos en «emisor» y adquirir el hábito de publicar mensajes, compartir enlaces y entrar en formas conversacionales.

Una de las características más interesantes de Twitter, desde un punto de vista discursivo y comunicativo, es su sentido de la inmediatez y de la fluidez. Es un medio que se percibe como un flujo constante de información, de pensamientos efímeros, de ideas al aire y de lazos de cotidianidad. Ambos aspectos son muy interesantes por cuanto tienen que ver con los pactos de lectura que se van creando entre sus usuarios. Por un lado, sorprende reconocer que Twitter no es un medio sincrónico. A pesar de la sensación de presencia constante de la persona, técnicamente nada indica que esté en

3. Ejemplo: www.twitter.com/tiscar

línea al modo en que lo hacen los servicios de mensajería instantánea o chat (tipo Messenger, Google Talk o Skype), asemejándose por ello mucho más al correo electrónico, donde el usuario tiene mayor autonomía sobre sus tiempos para responder cuando así lo decide. Por otro lado, el carácter de flujo efímero que parece destilar el gran discurrir de los mensajes en Twitter está compensado con el carácter permanente de cada uno de sus mensajes, que son publicados y permanecen en la Red como enlaces fijos individuales.

Los mensajes de Twitter, al contrario de lo que vulgarmente se aprecia desde el desconocimiento de la mirada desinformada, son grandes contenedores de información relevante. La mayor parte de los *twits* son ejercicios papirofléxicos en el sentido de la teoría del plegado de Antonio Rodríguez de las Heras,⁴ pues combinan en 140 caracteres una breve descripción con un enlace a otra página de Internet que amplía el mensaje y apunta a nuevas lecturas.

Esta ampliación de sentido se ve reforzada, a su vez, por el carácter de sorpresa que acompaña a cada uno de esos enlaces, pues en su forma de escritura esconden el contenido que anuncian, invitando sutilmente a ser consultados. Esto se debe a un nuevo fenómeno de composición digital, muy relacionado con Twitter, que es el de los enlaces recortados, que no son más que traducciones de enlaces de Internet en otras fórmulas más cortas que permiten su inserción en mensajes cortos y producen nomenclaturas indescifrables.

3. Anatomía de un *twit* (*tuit* o *tweet*)

Para aprender a utilizar Twitter de una forma creativa y disfrutar con la complejidad de

este nuevo medio, es necesario partir del conocimiento de los componentes básicos que conforman su propio abecedario y su correspondiente gramática. Hay tres elementos de escritura fundamentales a la hora de decodificar y codificar un mensaje en Twitter (también llamado *twit*, *tuit* o *tweet*):

- Autor = @: se identifica con el símbolo de arroba (@) unido al nombre de usuario de la persona en Twitter. Así, en un mensaje donde se quiera referenciar o apelar a alguien que tenga identidad en Twitter, se le añadirá la arroba a su nombre de usuario. Esto hace que se genere automáticamente un enlace al perfil de esa persona para que nuestros lectores puedan acudir a ella y conocerla mejor, al mismo tiempo que genera una alerta en el panel de «Menciones» de ese usuario en su cuenta de Twitter. De esta forma, no es necesario avisar por otras vías a esa persona de que la hemos mencionado, pues lo podrá consultar fácilmente desde su perfil.
- Tema = #: cuando queremos destacar una palabra dentro del mensaje y convertirla en una categoría global en Twitter, escribimos la almohadilla (#) delante de ese término. De esta forma, se genera automáticamente un enlace y esa palabra pasa a ser un nexo temático en Twitter que unirá nuestro mensaje con todo el flujo de mensajes que cualquier otro usuario de Twitter haya escrito utilizando la misma palabra junto a la almohadilla.
- Cita = RT: la forma de dar mayor valor a un mensaje que se considera relevante en Twitter es citarlo y republicarlo. Así, se amplifica su efecto y alcanza un mayor número de lec-

4. <http://web.me.com/rodriguezdelasheras/dos/ytresdimensiones.html>

turas, pues de una forma viral se va propagando entre los seguidores de todos aquellos usuarios que lo redifundan. Esta práctica se llama retuitear y se ha formalizado en Twitter por parte de los usuarios escribiendo RT delante del mensaje por redifundir y manteniendo su integridad y fuente. La práctica se ha extendido tanto que el propio servicio incluyó hace unos meses un botón específico para hacerlo en su rediseño gráfico.

4. La escritura y la lectura como acto de responsabilidad pública

El carácter espontáneo de la publicación en Twitter y el ambiente que crea de cierta ilusión de intimidad hace que parezca que estamos en un entorno muy privado, cuando en realidad es un espacio público. Esto implica que tengamos que aprender a gestionar nuestra responsabilidad como emisores y autores, tanto a la hora de escribir nuestros propios mensajes, qué decimos y cómo, como a la hora de redifundir mensajes de otros sin haber contrastado previamente su fiabilidad. Al retuitear un mensaje de otra persona, en realidad estamos asumiendo sus palabras y las arropamos desde nuestra propia autoridad. En este sentido, suele suceder que en los casos de mensajes que contienen enlaces, por la propia ansiedad innata de querer compartir rápidamente ese *twit*, el usuario incurra en la irresponsabilidad de dar amplitud a un mensaje no verificado y del que no sabe a qué contenido apunta.

5. Funciones comunicativas de Twitter en el uso del lenguaje

- Función de reconocimiento: el efecto de *retuitear* mensajes de otros tiene una función

primordial de reconocer su autoridad y darle atribución sobre lo compartido. Al incorporar su @usuario, estamos dando la oportunidad a nuestros lectores de visitar a esa persona, conocerla más de cerca y contrastar nuestra propia acción de mención.

- Función dialógica: para entrar en conversación con alguien, es necesario utilizar su @usuario en el mensaje, para que se dé por aludido y pueda responder a nuestro mensaje.
- Función apelativa: aunque haya personas que no nos sigan o que ni siquiera sepan que existimos en Twitter, si incorporamos su usuario con @, hay una oportunidad de que llamemos su atención, lean aquello que les proponemos y entren a conversar con nosotros.
- Función discursiva: la incorporación de etiquetas o *hashtags* mediante la almohadilla unida a la palabra clave (#tema) permite coser hilos de conversación, recapitular ideas, tejer conversaciones alrededor de un tema determinado e incluso entrar espontáneamente en conversaciones ajenas con el simple uso de su misma palabra clave.
- Función de descubrimiento: el hecho de que los perfiles en Twitter sean normalmente públicos y que podamos ver quiénes son las fuentes de interés de las personas a las que seguimos, observando a quiénes siguen ellas, nos abre todo un campo de descubrimiento de nuevas fuentes recomendadas por leer.⁵
- Función de organización de las lecturas: Twitter tiene un apartado que permite a cada usuario crear sus propias listas compi-

5. Ejemplo: <http://twitter.com/tiscar/following>

lando aquellos otros perfiles de Twitter que le resulten de interés, de modo que puede organizar su lectura de manera temática y segmentada.

- Función de comisariado: las listas en Twitter no sólo son útiles para los usuarios que las crean, sino también para cualquier otro usuario para quien esa selección resulte de interés. Por tanto, para quien las crea es una forma de ofrecer su experiencia y criterio sobre determinados temas, mientras que para quien las valora también es una fuente de información relevante, pues puede incluso suscribirse a ellas y disfrutar de la lectura recomendada.⁶
- Función de archivo: Twitter permite la opción de guardar en un apartado de «Favoritos» aquellos *twits* que se seleccionen como destacados o importantes por algún motivo, evitando de esta forma su desaparición en el rápido fluir del panel central. Estos mensajes favoritos⁷ pueden cumplir varias tareas: desde congelar aquellos mensajes con enlaces que no se pueden consultar a fondo en ese momento hasta seleccionar una serie de lecturas recomendadas para otros usuarios (por ejemplo, alumnos).
- Función de documentación: Twitter permite, desde su propio buscador o desde otros generalistas como Google, buscar conversaciones en tiempo real sobre aquellos temas de interés seleccionados. Esta capacidad, unida a la práctica masiva de

intercambio de enlaces de actualidad en los *twits*, hace que esta forma de documentación sea muy valiosa por la frescura y relevancia de los datos localizados, pues son recomendados personalmente entre sus usuarios. Las búsquedas permiten ser guardadas en el perfil del usuario, lo cual favorece el seguimiento constante de todo aquello que se mencione e intercambie alrededor de ese tema en el futuro.⁸

- Función identitaria: a semejanza de otras redes sociales, Twitter incluye un perfil personal en la cuenta del usuario, de tal manera que éste puede acompañarse de una foto, una breve descripción biográfica y un campo de enlace para ampliar la información en otra página web que le identifique. A la hora de escoger todos estos elementos, el usuario se convierte en autor y toma decisiones sobre su imagen para presentarse a sus lectores. Por otro lado, su reputación pública se ve completada por la imagen que escapa de su control y que proyectan los demás de él, como el número de seguidores que tiene⁹ y el número de listas¹⁰ de otros en las que está incluido (lo cual da una información sobre su grado de popularidad e influencia).

6. A modo de conclusión: algunas propuestas de trabajo

La práctica de lectura y escritura a través de Twitter en el aula cumple el doble objetivo de ejercitar tanto la competencia lingüística como la competencia digital en un contexto

6. Ejemplo: <http://twitter.com/tiscar/lists>

7. Ejemplo: <http://twitter.com/#!/tiscar/favorites>

8. Ejemplo: sobre *Mobile learning*, se escoge la etiqueta #mlearning, <http://twitter.com/#!/search?q=%23mlearning>

9. Ejemplo: <http://twitter.com/tiscar/followers>

10. Ejemplo: <http://twitter.com/tiscar/lists/memberships>

real, puesto que requiere de un entrenamiento sobre los códigos técnicos, funcionales y comunicativos de este medio de relación social en línea que es hoy empleado por millones de usuarios en todo el mundo.

Además de su interés como medio discursivo único y singular entre los espacios digitales actuales, Twitter ofrece unas posibilidades para la escritura creativa y la organización de lecturas colectivas que abren interesantes caminos para la didáctica de la lengua y la literatura. A continuación se ofrecen algunas ideas de trabajo en este sentido:

- Crear historias en grupo a partir de una serie creativa con etiquetas (#tema) inventadas.
- Sumarse a conversaciones globales con etiquetas (#tema) en curso.
- Actuar como narradores espontáneos de eventos sociales y documentar el acontecer con imágenes y vídeos desde el punto de inspiración.
- Compartir lecturas digitales enviando enlaces con etiquetas (#temas) convenidas previamente como código de interacción y reconocimiento del grupo.
- Destacar y guardar en «Favoritos» aquellos mensajes con información relevante para el grupo.
- Subrayar, sintetizar y resumir una conferencia a través de mensajes que ayuden a remarcar lo escuchado.
- Crear listas con nuevos usuarios de Twitter que sirvan de fuente de interés, como por ejemplo, de novelistas contemporáneos que utilizan este medio.

- Crear listas de grupo agrupando a todos los alumnos usuarios de Twitter, para que ellos se puedan suscribir a su vez al resto de compañeros.
- Interactuar y entrar en conversación con otras personas a través de la función apelativa de citar su usuario (@usuario).

Algunos autores de reconocido prestigio, como Vila-Matas,¹¹ apuntan a cierto empobrecimiento del lenguaje debido a las limitaciones de espacio SMS en las comunicaciones de Twitter. Sin embargo, lingüistas como David Crystal¹² no sólo no ven un problema en esta restricción sino que lo afrontan como una oportunidad para la escritura creativa y la economía del lenguaje.

Tanto Twitter como otras herramientas digitales propias de la web 2.0 son espacios de interacción que deben ser comprendidos y utilizados como un complemento ideal a la canalización del trabajo en grupo y como vías para dinamizar los debates con una mayor necesidad de profundización en otros espacios más adecuados para ello (blogs, foros, etc.). Para poder aprovechar todo su potencial es imprescindible que los profesores conozcan estos espacios y que los practiquen como usuarios activos, de modo que puedan guiar a sus alumnos en el uso estratégico más significativo para el desarrollo de sus materias.

En este artículo hemos pretendido acercar Twitter a los profesores para que tengan un mayor conocimiento de sus características y funciones básicas. A caminar se aprende andando. Es tiempo de adentrarse en Twitter y surcar sus senderos.

11. www.elpais.com/articulo/cultura/Empobrecimiento/elpepicul/20110524elpepicu_4/Tes

12. www.independent.co.uk/arts-entertainment/books/features/watch-what-youre-saying-linguist-david-crystal-on-twitter-texting-and-our-native-tongue-1919271.html