

Twitter como herramienta de aprendizaje en los estudios de Periodismo: *content curators* en el proyecto International Journalism Tweet Week

Patricia González-Aldea¹ y Eva Herrero Curiel²

Recibido: 10 de julio de 2019 / Aceptado: 23 de diciembre de 2019

Resumen. Las redes sociales, y en concreto Twitter, se han convertido en parte esencial de las rutinas periodísticas. En ámbitos como el periodismo internacional su uso ha favorecido, además de la cobertura móvil y en tiempo real, proyectos de rotación semanal de *curators* para el control del contenido de una cuenta. Este artículo presenta el proyecto de innovación docente “International Journalism Tweet Week” que se desarrolló, aplicando la InteRmetodología del factor Relacional, del 14 de septiembre al 9 de diciembre de 2018 en la asignatura de “Periodismo Internacional I: la información global” de la Universidad Carlos III de Madrid, con 51 alumnos participantes y un total de 6.130 tuits, con un impacto potencial de 1.787.155. Los resultados mostraron una mayor participación de los alumnos basado en el aprendizaje colaborativo, un aumento del interés por la asignatura y los temas internacionales, una mejor selección de la información y las fuentes en Twitter, y un elevado grado de satisfacción con la asignatura.

Palabras clave. Periodismo; redes sociales; Twitter; innovación docente; content curator

[en] Twitter as a Learning Tool in Journalism Studies: content curators in the International Journalism Tweet Week Project

Abstract. Social networks, in particular Twitter, have become an essential part of journalistic routines. Its use in areas such as international journalism has encouraged, in addition to mobile and real-time coverage, projects for weekly rotation of curators to control the content of a Twitter account. This study tackles the teaching innovation project “International Journalism Tweet Week” that was developed, applying the InteRmetodología of the Relational factor, from September 14 to December 9 2018, in the subject of “International Journalism I: the global information” at Carlos III University of Madrid, with 51 participating students and a total of 6,130 tweets, with a potential impact of 1,787,155. The findings showed a greater participation of the students based on collaborative learning, an increased interest in the subject and international issues, a better selection of information and sources on Twitter, and a high degree of satisfaction with the subject.

Keywords: journalism; social networks; Twitter; teaching innovation; content curator

Sumario. 1. Introducción 2. Twitter como herramienta periodística 3. El rol del *content curator* en el ámbito periodístico 4. Metodología 5. Discusión de resultados 6. Conclusiones 7. Referencias bibliográficas

Cómo citar: González-Aldea, Patricia y Herrero Curiel, Eva (2020): “ Twitter como herramienta de aprendizaje en los estudios de Periodismo: *content curators* en el proyecto International Journalism Tweet Week”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 26 (3), 975-987.

1. Introducción

La educación del siglo XXI no puede ser ajena a los avances de las TIC y el entorno digital, y en especial debe aprovechar todo el potencial comunicativo y relacional de las redes sociales apostando por un aprendizaje en conectividad, móvil y ubicuo.

Existen numerosas experiencias educativas basadas en Twitter como herramienta facilitadora de los procesos de enseñanza-aprendizaje, en especial desde ámbitos como el aprendizaje de una Lengua Extranjera (Perifanou, 2009; Cáceres y Ortiz de Urbina, 2010; Acar y Kimura, 2012; Del Valle, 2015). En

estos estudios se destaca la potencialidad de Twitter como herramienta facilitadora de la interacción entre estudiantes en un espacio donde tienen que escribir y leer, destrezas esenciales dentro del aprendizaje de cualquier idioma.

En el ámbito de la educación superior cada vez son más los docentes que integran la herramienta de microblogging para llevar a cabo diversos proyectos de innovación docente en distintas disciplinas. Algunos autores analizan las implicaciones que estas plataformas sociales tienen en el proceso enseñanza-aprendizaje tanto en el ámbito nacional, como internacional (Bista, 2015; Tang y Hew, 2017; Tur,

¹ Universidad Carlos III de Madrid (España)
E-mail: pgaldea@hum.uc3m.es

² Universidad Carlos III de Madrid (España)
E-mail: eherrer@hum.uc3m.es

Marin y Carpenter, 2017; Dommet, 2019). Todos ellos coinciden en que el impacto que tiene el uso de estas herramientas entre los estudiantes es alto y la percepción del uso de estas herramientas en el aula es positiva.

El éxito del aprendizaje mediante el uso de redes sociales dependerá de la guía que ejerza el docente “que propicie la indagación, la creación de conexiones en redes, la indagación y el ensayo y error, es decir, un entorno abierto en el cual los aprendices puedan crear conexiones, ver patrones, reflexionar, ser autocríticos, detectar y corregir errores, indagar, poner a prueba y, si es necesario, cambiar sus teorías en uso” (Castañeda y Adell, 2013, p.39).

El proyecto “International Journalism Tweet Week”³ se inspira en iniciativas innovadoras y de éxito a través de Twitter, como Curators of Sweden, TweetWeekUSA o TweetWeekSyria, y en el concepto de rotación semanal de *social media curators* para el control del contenido de una cuenta de Twitter, pero trasladándolo de forma novedosa al ámbito educativo y en concreto a los estudios de Periodismo.

Suecia fue el primer país que entregó en diciembre de 2011 su cuenta oficial de Twitter a sus ciudadanos. TweetWeekSyria se creó en 2012 para que sirios de todo el mundo pudieran compartir sus opiniones y pensamientos sobre el conflicto sirio sin censura. En estos casos el control semanal de la cuenta de designaba por votación abierta.

Le han seguido después a estos proyectos otras cuentas de *curators* en Twitter por rotación con temas especializados, como temas científicos en @RealScientists, usada para conseguir el alcance de la ciencia a una comunidad más amplia.

La idea del proyecto International Journalism Tweet Week fue crear una cuenta en Twitter, @InternTweekWeek, y trasladar el concepto de rotación semanal de comisarios a los alumnos de la asignatura “Periodismo Internacional I: la información global” del Doble Grado en Periodismo y Comunicación de la Universidad Carlos III de Madrid.

Se trataba de fomentar una participación más activa dentro y fuera del aula aplicando la InteRmetodología del factor relacional, que resulta más atractiva y motivadora.

Se establecieron 4 objetivos didácticos para esta práctica docente:

1. Fomentar la participación activa de los alumnos, el co-aprendizaje, el aprendizaje colaborativo y la discusión, tanto dentro, como fuera del aula.
2. Aumentar el interés de los alumnos por la asignatura y los temas internacionales a través de una metodología más innovadora que apuesta por un aprendizaje en conectividad, móvil y ubicuo en las redes sociales.

3. Promover periodismo real mediante la práctica mostrando a los estudiantes nuevos perfiles profesionales que pueden desarrollar dentro del entorno digital como el de *content curator*.
4. Aprender a seleccionar la información, las fuentes y hacer más atractiva la información internacional en Twitter.

Para el profesor suponía además tener un rápido *feed-back* de los temas que suscitan más interés, que provocan más dudas... dentro de la asignatura, pudiendo debatir sobre otras cuestiones que debido al escaso tiempo de un cuatrimestre es muy difícil abordar en una asignatura tan amplia y compleja como es la información internacional.

Esta propuesta de innovación docente, aunque está inspirada en proyectos de control por rotación de una cuenta de Twitter, es la primera vez que se propone con un objetivo educativo en titulaciones como Periodismo donde la figura del *content curator* es uno de los nuevos perfiles profesionales que demanda el actual mercado laboral.

2. Twitter como herramienta periodística

Las redes sociales son hoy en día una parte esencial dentro de las rutinas periodísticas de los profesionales de la información. Los medios de comunicación se han reinventado para tener presencia en los principales foros de conversación social, donde están los usuarios, su audiencia. A pesar del amplio número de redes sociales que existen hoy en día en la web 2.0 y de su diversa naturaleza, lo cierto es que Twitter hoy por hoy es la plataforma con mayor potencial periodístico que existe en el panorama mediático (Greer y Ferguson, 2011; Elósegui, 2011; Mitchel, Rosenstiel y Leah, 2012; Carrera et al., 2012) lo que la convierte en la red social más utilizada por los periodistas.

La investigación *How Spanish Journalists Are Using Twitter* indica que más del 90% de los periodistas españoles usuarios de Twitter la consideran la mejor red social para buscar información y contactar con fuentes. Así mismo, este estudio pone de manifiesto que los periodistas utilizan la red social, en gran medida, para publicar y distribuir información; sin olvidar que un 45% de los encuestados reconoce utilizar la red social Twitter para contactar con fuentes (Carrera, et al., 2012).

El mundo académico, a nivel nacional e internacional, muestra un fuerte consenso a la hora de afirmar que las nuevas plataformas comunicativas modifican el entorno laboral y las propias funciones de los periodistas. Los nuevos perfiles emergentes o la necesidad de un periodista polivalente dentro de las redacciones han sido los temas más analizados en los

³ Este proyecto ideado y dirigido por Patricia González-Aldea fue reconocido y aprobado en la 16ª Convocatoria de Apoyo a Experiencias de Innovación Docente Curso 2018-2019 de la Universidad Carlos III de Madrid. Vicerrectorado de Estrategia y Educación Digital.

últimos años en relación a la profesión periodística y los nuevos medios (Pereira, Silva y Marangoni, 2002; Noci y Salaverría, 2003; Gillmor, 2006; Rosen, 2006; Bradshaw, 2007; Briggs, 2007; Cebrián y Flores, 2007; Scolari, 2008; McChesney y Pickard, 2011; Bennett, 2011; García, 2012; Diezhandino et al. 2012; Becquet, 2015; Marta-Lazo; González-Aldea y Herrero, 2018). Todos estos trabajos reflexionan sobre las nuevas características de la comunicación digital y la necesidad de un periodista cada vez más transmedia (Jenkins, 2008) que sea capaz de crear y difundir relatos a través de cualquier plataforma y en distintos formatos.

Para autores como Skoler (2009, p.39), en “las redes sociales no se hace periodismo” sino que a veces hay temas o noticias que surgen en estos lugares que pueden ser de interés periodístico. En todo caso, es el periodista el que debe utilizar su olfato para discernir entre lo que tiene interés o no. Su labor de filtro o de curador de contenidos es hoy en día más importante que nunca. La única forma posible de combatir las no noticias o las *fake news* es precisamente hacer periodismo en estos espacios que emergen en el mundo *online*. “La labor del periodista a la hora de filtrar, jerarquizar y simplificar esa ingente cantidad de datos que circula por la red es más importante que nunca” (Herrero, 2015, p. 166).

Las redes sociales han ampliado además la cobertura de ciertos acontecimientos que, de otro modo, se hubieran limitado a los canales tradicionales. Eventos de amplia repercusión internacional, catástrofes como el terremoto de Haití o Fukushima han puesto de manifiesto el papel que desempeñan en la actualidad las redes sociales dentro de cualquier redacción. Como ya señalaba David Randall, ante las historias de catástrofes “los periodistas aciertan más o menos. Sin embargo, el modo de cubrir los desastres y las fuentes de información inmediatas sobre ellos están cambiando” (2008, p.178). Esta realidad, hoy más visible que nunca, ha hecho que las redes sociales como nuevas fuentes de información, siempre complementarias a las tradicionales, se convierta en un tema recurrente dentro de la agenda investigadora en comunicación.

Temas específicos, como la forma en la que los medios han utilizado Facebook o Twitter para informar en tiempo real de los diferentes acontecimientos mediáticos, desde el seguimiento de la campaña electoral estadounidense en 2008 a través de los *social media* a asuntos más generales sobre las redes sociales como nuevos yacimientos informativos para los periodistas han dado lugar a diferentes trabajos académicos que tratan de explicar, entre otras cosas, el valor documental que las nuevas plataformas sociales están adquiriendo dentro del trabajo periodístico (Lariscy et al., 2009; Noguera, 2011; Oriella PR Network, 2011; González-Aldea, 2014).

Otra de los principales motivos que llevan a Twitter a ser una de las redes sociales más utilizadas en el ámbito periodístico es que su narrati-

va responde perfectamente al periodismo móvil. Hoy en día los usuarios se informan a través de los distintos dispositivos que hay en el mercado (móviles, tabletas...) y una de las fortalezas de la red de microblogging es ser un espacio de difusión inmediata que distribuye los contenidos. A nivel internacional, hemos asistido a numerosos acontecimientos gracias a la cobertura móvil y al uso de Twitter para darlos a conocer al mundo, como la llamada “Primavera Árabe”, si bien “la simplificación de denominar la revolución de Twitter a algunas de estas revoluciones como la egipcia no sólo ha menospreciado el papel de la televisión por satélite Al Jazeera, sino que también ha obviado las limitaciones del microblogging en relación con la brecha digital en estos países” (González-Aldea, 2013, p. 963).

3. El rol del *content curator* en el ámbito periodístico

La transformación digital a la que se enfrenta la sociedad desde hace años no solo afecta a las nuevas formas de consumir información por parte de los usuarios o los nuevos formatos que usan los *mass media* para construir relatos, sino que el nuevo rol de periodista ha sufrido un cambio sustancial a la hora de recopilar información y contrastarla. Esta nueva demanda ha dado lugar a una figura que cada vez cobra más fuerza en el seno de las redacciones periodísticas: el curador de contenidos o *content curator* (Sanz, 2012; Guallar y Leiva, 2017).

Esta labor del gestor de contenidos nace en el ámbito de la Educación y del Marketing (Barghava 2009; Benito et al. 2013). La función del *content curator* es la de seleccionar contenidos de manera personalizada, dotándolos de sentido y relacionándolos a recursos sobre temas específicos para, posteriormente, difundirlos. La ingente cantidad de información que se acumula en las numerosas redes sociales requiere de un proceso de selección que bajo un criterio profesional permita extraer los contenidos más relevantes.

En el ámbito comunicativo la curaduría periodística “descubre y gestiona fuentes institucionales, profesionales y sociales. Ordena y da valor a los contenidos sociales, verificándolos y caracterizándolos” (Díaz Arias, 2015, p.77). Se trata, en definitiva, de adaptar las clásicas exigencias periodísticas (contraste, verificación, selección, investigación...) a un entorno digital donde información y desinformación conviven en un mismo plano. Una de las definiciones más completas que existen hasta el momento sobre la curación de contenidos es la de Guallar y Leiva Aguilera:

Es el sistema llevado a cabo por un especialista (el *content curator*) para una organización o a título individual, consistente en la búsqueda, selección, caracterización y difusión continua del contenido más relevante

de diversas fuentes de información en la web sobre un tema (o temas) y ámbito (o ámbitos) específicos, para una audiencia determinada, en la web (tendencia mayoritaria) o en otros contextos (por ejemplo en una organización), ofreciendo un valor añadido, y estableciendo con ello una vinculación con la audiencia/usuarios de esta” (2013, p.27).

Atendiendo a la descripción anterior, se puede afirmar que los estudiantes a través del proyecto International Journalism Tweet Week aprenden a buscar, difundir y filtrar aquellas conversaciones o contenidos que circulan en la red de *microblogging* a partir de unos criterios periodísticos que adquieren a lo largo de la asignatura. De esta forma, ponen en práctica las principales competencias que se exigen al curador de contenidos.

Un profesional que recuerda, en cierta medida, a la figura del líder de opinión del que hablaba el teórico de la comunicación Lazarsfeld. Individuos muy interesados en determinados temas que sirven de relés entre los medios y el resto del público menos interesado. A través de la red, el *content curator* propone temas de conversación y “lidera” conversaciones. De esta forma, se puede afirmar que aunque existe una participación del usuario en el medio, esta se encuentra condicionada por una agenda que está generada por los medios y los líderes que se encuentran en redes sociales como Twitter.

4. Metodología

Preguntas de investigación

En este proyecto de innovación docente se planteó si era posible trasladar la fórmula de rotación semanal de *curators* para el control de una cuenta de Twitter, utilizada en otros ámbitos no educativos, a los estudiantes de la asignatura de “Periodismo Internacional I: la información global”.

Y en segundo lugar, si mediante esta metodología más participativa se fomentaba periodismo real y más interés por la asignatura a través de la figura del *curator* con una participación más activa del alumno dentro y fuera del aula.

Diseño metodológico

El modelo metodológico que se propone se basa en la **InteRmetodología, el factor R** de las **TRIC**, (Tecnologías de la Relación Información y Comunicación) que destaca la capacidad **relacional** de las nuevas tecnologías, según la propuesta de Marta-Lazo y Gabelas (2016).

A través de las redes sociales, y en concreto de Twitter, se llevó a cabo la llamada “**dialéctica Twitter**”, que impulsa la construcción conjunta del conocimiento. Mediante esta innovadora propuesta de comunicación digital basada en dicho Factor Relacional, que va más allá de lo meramente tecnológico, se promueven los procesos educomunicativos críticos, interactivos y creativos.

El Factor R o relacional “maximiza las dinámicas horizontales y dialógicas, que se amplifican en el entorno digital y desarrolla las tres dimensiones de la persona: la cognitiva, la emocional y la social” (Marta-Lazo, Gabelas y Hergueta, 2016, p.188).

Partiendo de esto, este proyecto se desarrolló del 14 de septiembre al 9 de diciembre de 2018 a lo largo del primer cuatrimestre del curso 2018/2019 en dos grupos de la asignatura de “Periodismo Internacional I: la información global”, del Doble Grado de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid. En total participaron 51 alumnos de último curso del Doble Grado donde se imparte esta asignatura. Al plantearse la actividad se les dio en clase unas sencillas pautas del uso de Twitter y cómo hacer más atractivo su comisariado en Twitter con ciertas estrategias. Se suponía que todos tenían cuenta de Twitter y una cierta experiencia, aunque muchos reconocieron no tener una alta competencia digital. No obstante, la idea era aprender haciendo.

Cada alumno se encargó de ser *content curator* o responsable de contenidos durante 3 días de la cuenta de Twitter @InternTweetWeek creada para el proyecto proponiendo un tema de debate sobre un tema internacional de relevancia y dinamizando con un hashtag el debate en la red. Tras su comisariado compartieron cada semana con sus compañeros no sólo los conocimientos que habían adquirido sobre el tema, sino también sus aciertos y dificultades con el comisariado en una exposición de 10 minutos de duración.

Figura 1. Captura de la portada de la cuenta @InternTweetWeek



Para medir el impacto cuantitativo de la actividad, semanalmente se descargó un informe utilizando la herramienta gratuita Tweet Binder⁴ con el número de tweets, usuarios más activos...

Y para obtener información cualitativa: enfoques del tema abordado, fuentes y expertos internacionales mencionados, grado de consecución y satisfacción de los objetivos de aprendizaje planteados... se pasó a los alumnos un cuestionario anónimo de autoevaluación y satisfacción el último día de clase, que fue completado con la entrega de una memoria individual más detallada de la actividad desarrollada por cada uno de ellos y una pregunta abierta sobre lo que más y lo que menos les había gustado de la actividad.

El cuestionario de 10 preguntas se elaboró teniendo en cuenta los 4 objetivos didácticos perseguidos, agrupándolas en 4 bloques relativos a indicadores de aprendizaje, más otro bloque de indicadores de satisfacción:

- **Fomentar la participación activa dentro y fuera del aula**
 - Abordar mediante esta práctica docente cuestiones de la asignatura te parece... (respuesta múltiple)
- **Aumentar el interés de los alumnos por la asignatura con un aprendizaje en conectividad, móvil y ubicuo**
 - ¿Crees que después de esta práctica conoces mejor el tema elegido?
 - Esta práctica ha aumentado tu interés por la asignatura
 - Tras la práctica ¿has seguido leyendo o informándote sobre el tema elegido y cuando aparece alguna noticia sobre ese tema le prestas más atención?

- **Promover periodismo real mediante la práctica mostrando a los estudiantes nuevos perfiles profesionales del entorno digital**
 - Consideras que tu grado de conocimiento y manejo de Twitter es...
 - ¿Crees que esta metodología promueve periodismo real?
 - ¿Crees que Twitter puede ser una herramienta importante para tu futuro profesional como periodista?
- **Aprender a seleccionar la información, las fuentes y hacer más atractiva la información internacional en Twitter**
 - Señala qué estrategia has utilizado para hacer más atractivos tus tweets (respuesta múltiple)
- **Indicadores de satisfacción**
 - Tres días como comisario de la cuenta te parecen...
 - Puntúa del 1-10 tu experiencia como comisario en esta cuenta

5. Resultados

A continuación se muestra el grado de consecución de los objetivos planteados en este proyecto.

5.1. Fomentar la participación activa de los alumnos, el aprendizaje colaborativo y la discusión, tanto dentro, como fuera del aula

A lo largo de 10 semanas⁵ la participación se midió a través de los resultados semanales recuperados en Tweet Binder.

⁴ La versión gratuita en aquel momento permitía hacer informes de los últimos 7 días y hasta 2.000 tweets.

⁵ El proyecto duró en realidad 11 semanas, pero una de ellas se dedicó a una experiencia de internacionalización en Twitter con estudiantes del Centro Iberoamericano de la Universidad Estatal de Omsk (Rusia) cuyos resultados se han presentado de forma separada en otra publicación.

El número de tweets osciló entre los 268 de la primera semana con 46 usuarios, a los 900 en la sexta semana con 64 usuarios. En total se contabi-

lizaron 6.130 tweets, con un impacto potencial de 1.787.155 y una media de usuarios semanales de 53.

Tabla 1. Actividad de @InternTweetWeek

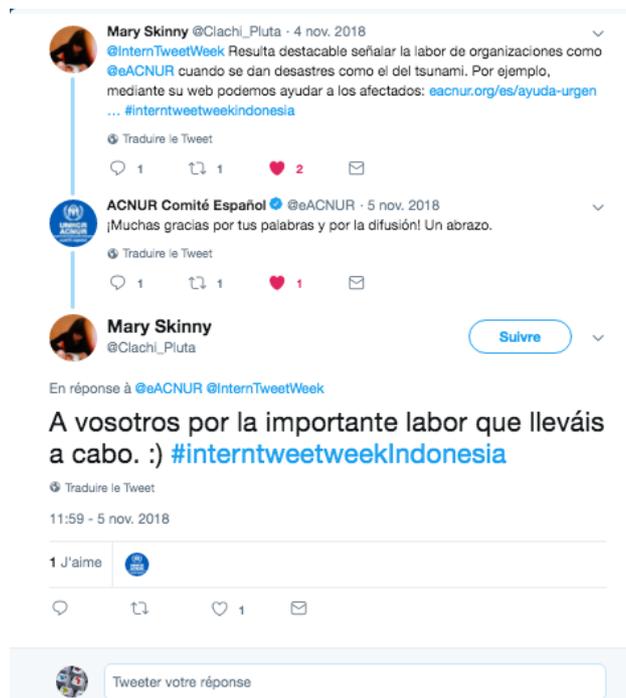
	Tuits totales	Impacto potencial	Alcance Potencial	Usuarios	Respuestas	Retuits
Semana 1	268	64.178	24.032	46	91	172
Semana 2	667	191.913	44.560	63	186	480
Semana 3	647	99.888	13.300	46	145	494
Semana 4	600	175.050	75.781	56	153	439
Semana 5	782	230.252	66.778	63	165	611
Semana 6	900	249.919	80.353	64	199	697
Semana 7	574	425.738	318.954	56	158	416
Semana 8	640	131.533	23.298	48	161	478
Semana 9	600	145.802	24.746	41	190	408
Semana 10	452	72.882	22.395	54	216	204
TOTAL	6.130	1.787.155	694.197	537	1.664	4.399

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Tweet Binder

En la semana 7, aunque no fue en la que hubo más número de tweets, se alcanzó no obstante el mayor impacto y alcance potencial. Ello se debió a una respuesta y un “me gusta” de @eacnur, la cuenta de Twitter del

Comité español de ACNUR (173 mil seguidores), acerca de uno de los temas de los que se estaba hablando esa semana en @interntweetweek: el tsunami en Indonesia, en las islas Célebes, de finales de septiembre de 2018.

Figura 2. Captura del hilo #interntweetweekindonesia



También en esas fechas abordando la temática del matrimonio infantil hubo un “me gusta” de la cuenta

de Twitter del programa Informe Semanal (54,3 mil seguidores).

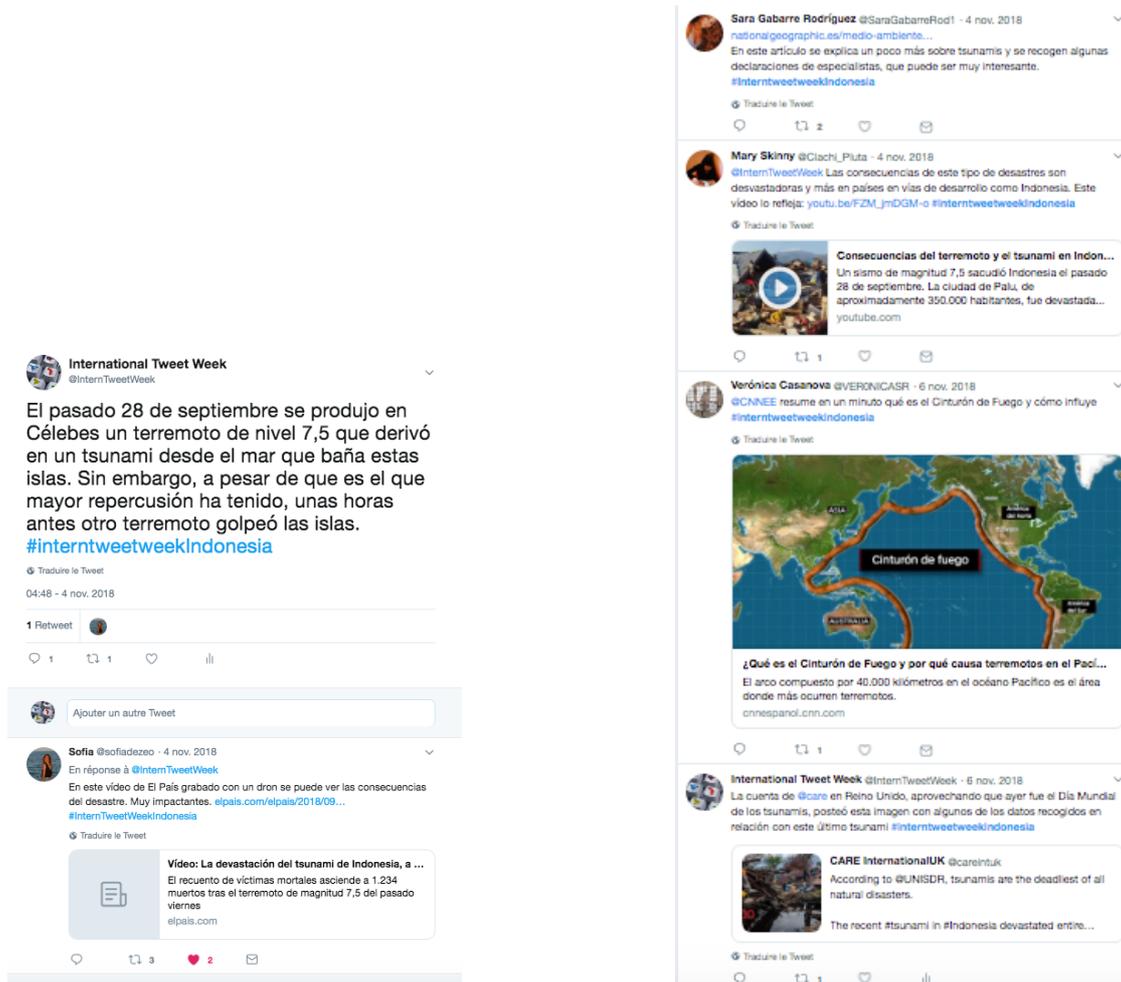
Figura 3. Captura del hilo #interntweetweekmatromonioinfantil



Tanto a través de los diferentes hilos que cada curador de contenidos iba abriendo en su temática, como los hilos abiertos por otros compañeros, se fo-

mentaba el aprendizaje colaborativo y la discusión, especialmente fuera del aula.

Figura 4. Captura respuestas e hilos #interntweetweekindonesia



Desde el punto de vista cualitativo, se les preguntó a los estudiantes en el cuestionario si esta práctica docente fomentaba la participación. La mayoría de las respuestas (respuesta múltiple) destacaron que esta metodología hace la asignatura “más participativa” (35 respuestas) y “más interesante” (32 respuestas).

Sólo 4 respuestas de 51 señalaron que “no les aportaba mucho”. Y 8 de ellas subrayaron que la práctica supone “demasiado esfuerzo”.

La conversación y discusión se generó no sólo por la participación entre los propios alumnos, sino que

también intervinieron en ocasiones usuarios y cuentas externas enriqueciendo el debate y enfrentado al estudiante a la labor de moderar la conversación en Twitter.

5.2. Aumentar el interés de los alumnos por la asignatura y los temas internacionales a través de una metodología más innovadora que apuesta por un aprendizaje en conectividad, móvil y ubicuo en las redes sociales

La limitación de un cuatrimestre para impartir una asignatura como el periodismo internacional hace que muchos temas se queden fuera del programa por falta de tiempo, sin embargo con esta práctica docente se amplía el número de temas que se ajustan además a las preferencias de los propios estudiantes, lo que supone una mayor motivación a la hora investigar sobre ellos.

Se evitó en la medida de lo posible repetir temáticas por parte de los 51 *content curators* lo que produjo un amplio abanico de temas, como los siguientes: crisis rohingya, 25 aniversario de los acuerdos de Oslo, el Sáhara, el Brexit, Ucrania, Turquía, Venezuela, Nicaragua, Boko Haram, los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS), la ultraderecha en Hungría, abuelas de la plaza de mayo, elecciones en Brasil, Escocia, Gibraltar, Bolivia...

Además, se plantearon otros temas internacionales más allá de la política que suele dominar la agenda, con un enfoque más social, y que normalmente no tienen cabida en dicha agenda mediática como el colectivo LGTB en Rusia, los niños soldado, la mutilación genital femenina, las mujeres confort de Corea del Sur, el matrimonio infantil, la obesidad en el mundo...

A la cuestión, ¿Esta práctica ha aumentado tu interés por la asignatura?, para el 75% sí lo ha hecho: ha aumentado “bastante” (67%), o “mucho” (8%) después de esta práctica. Un 20% afirma que ha aumentado “poco” el interés y sólo para el 6% no ha aumentado “nada”.

Muy destacable es también que el interés no ha decrecido tras su experiencia de rotación como curador de contenidos. Tras la práctica el 88% de ellos siguió leyendo o informándose sobre el tema elegido y cuando aparecía alguna noticia en los medios sobre este tema le prestó más atención.

A la pregunta, ¿Crees que después de esta práctica conoces mejor el tema elegido?, el 100% de las respuestas reconoce que esta práctica les ha ayudado a conocer mejor el tema que ellos mismos han elegido durante su labor de comisarios.

5.3. Promover periodismo real mediante la práctica mostrando a los estudiantes nuevos perfiles profesionales que pueden desarrollar dentro del entorno digital como el de *content curator*

En el cuestionario que se pasó a los alumnos se les pidió que evaluaran su conocimiento de Twitter en: Muy bueno, bueno, normal, malo o muy malo.

Al menos el 28% de los estudiantes del último curso del Doble Grado en Periodismo y Comunicación Audiovisual reconocen abiertamente no tener una alta competencia digital: “normal” (22%) “malo” (6%).

Aunque es complicado estimar qué consideran el resto de los alumnos “bueno” (37%) o “muy bueno” (35%), este tipo de prácticas puede ser muy útil y relevante en el contexto tanto académico, como en el futuro profesional de los mismos.

Impulsar una ciberciudadanía más formada en competencias digitales es fundamental, en especial en el caso de los periodistas que desarrollan un servicio público, para ejercer dicha ciberciudadanía con responsabilidad.

Para el 88% de los estudiantes esta práctica promueve “bastante” (76%) o “mucho” (12%) periodismo real. Sólo el 12% opina que “apenas” lo fomenta y ninguno considera que no lo promueve “nada”.

Prácticamente la totalidad de los estudiantes (94%) consideran que Twitter es una herramienta importante para su futuro profesional como periodistas. Esta metodología de rotación en el control de una cuenta de Twitter responde por tanto al objetivo de mostrar mediante la práctica a los estudiantes nuevos perfiles profesionales que pueden desarrollar dentro del entorno digital como el de *content curator*.

5.4. Aprender a seleccionar la información, las fuentes y hacer más atractiva la información internacional en Twitter

Para aprender a **seleccionar las fuentes** de sus tweets se les pidió a los comisarios que durante el periodo de control de la cuenta eligieran una cuenta de Twitter significativa del tema y que la añadieran a las cuentas seguidas en @interntweetweek.

Muchos eligieron varias al principio porque les resultaba complicado quedarse sólo con una, y algunos no cumplieron con el objetivo de la práctica seleccionando dos en vez de una sola cuenta, por lo que @interntweetweek sigue a 83 cuentas y no a 51 que es el número de alumnos.

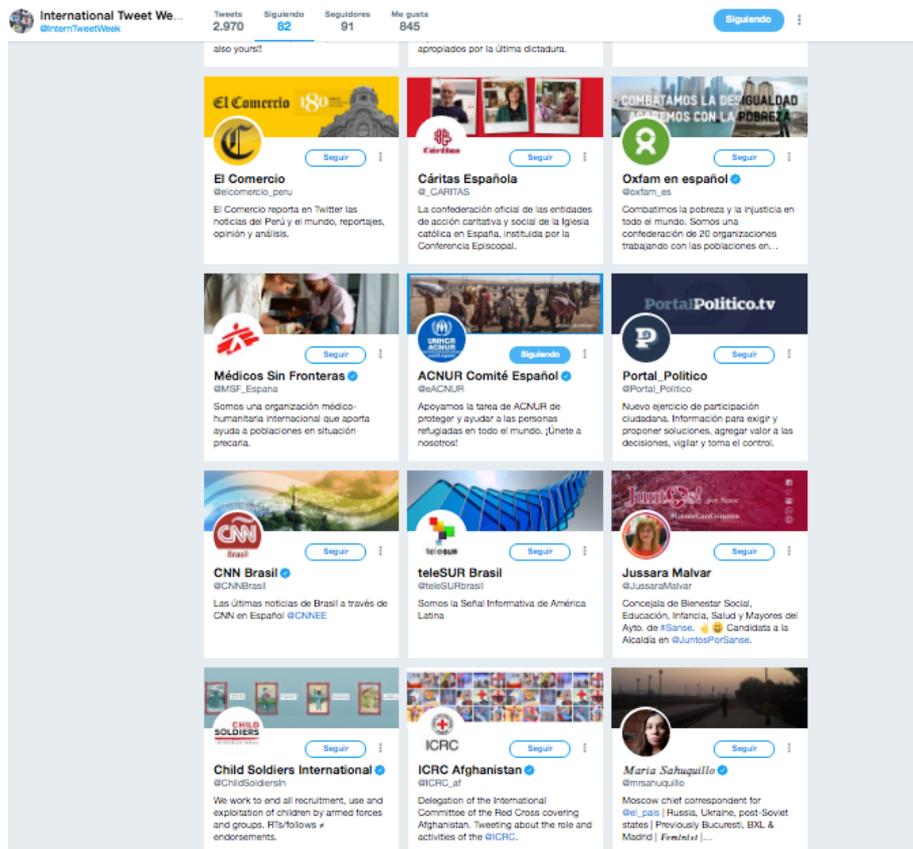
Algunas de ellas pertenecen a organizaciones internacionales, ONGs... como Unicef en espa-

ñol, Oxfam en español, Cáritas, Abuelas Plaza de Mayo, Child Soldiers International... pero también hay periodistas y medios de comunicación como María Sahuquillo, María Rodríguez, Peter Murphy, Tele Sur Brasil, Gibraltar Chronicle, RT en

español, Chian Xinhua News... gobernantes como Theresa May, Shale-Work Zewde (presidente de Etiopía)...

Algunas de las cuentas seguidas durante la duración del proyecto

Figura 5. Captura cuentas seguidas por @InternTweetWeek



La estrategia más utilizada ha sido la de la selección de artículos (48 respuestas) y videos (44 respuestas) como fuentes que han puesto en los enlaces en sus tweets para explicar o contextualizar mejor la temática.

Las encuestas, usadas por 25 de los 51 participantes, para hacer preguntas sobre determinados temas

también ha ayudado a presentar de forma más atractiva la conversación en Twitter, si bien exigía a los demás estudiantes el conocimiento previo del tema o el seguimiento durante los días de comisariado de los tuits sobre ese tema.

Figura 6. Captura encuesta en #InternTweetWeekBrexit

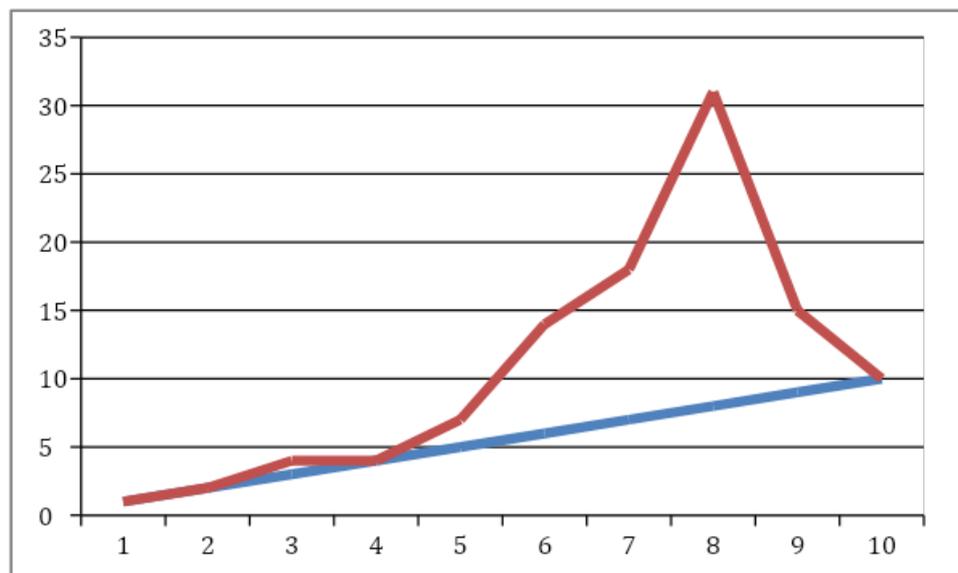


5.5. Indicadores de satisfacción

En cuanto a los resultados de los indicadores de aprendizaje y satisfacción de los mismos se les pidió

que pusieran una nota a su experiencia como *content curators*.

Gráfico 1. Puntúa del 1-10 tu experiencia como *curator*



El grado de satisfacción del aprendizaje obtenido es alto y 40 de 51 estudiantes lo sitúan entre las puntuaciones de 7-9.

Esta satisfacción también se trasladó a la evaluación de la docencia impartida por la profesora impulsora del proyecto, Patricia González Aldea, que fue felicitada por la Vicerectora adjunta de Calidad de la Universidad Carlos III de Madrid “por los excelentes resultados obtenidos en la docencia” de los dos grupos del Doble Grado de Periodismo y Comunicación Audiovisual donde se llevó a cabo el proyecto.

Al final del cuestionario anónimo se les pidió que indicaran cualquier otro aspecto o valoración que considerasen importante sobre el desarrollo de esta práctica.

Entre los **aspectos positivos** más destacados por los estudiantes subrayaron el aprendizaje mediante una metodología diferente, más innovadora y atractiva que les ha permitido conocer y ampliar temas más allá del trabajo de clase. Mencionaron también el aumento de la motivación por la asignatura y su mayor participación en el proyecto a medida que se desarrollaba el mismo. Y la adquisición de más habilidades a la hora de buscar y seleccionar información para después compartirla. A continuación algunos ejemplos de estos comentarios:

“Creo que ha habido una evolución muy positiva en la práctica ya que durante la primera semana tan solo se aportaban enlaces sin interactuar y hemos terminado participando bastante y con informaciones fáciles de entender y de manera rápida”.

“Hay pocos profesores que toman tiempo para realizar prácticas nuevas y sobre todo que nos ayu-

den a aprender de forma diferente. Quiero agradecer que sea tan buena profesora, tanto explicando en sus clases, como mandándonos emails de conferencias y por pensar en otros proyectos innovadores”.

“Antes de iniciar el proyecto no era una usuaria muy activa en Twitter, y a raíz de la asignatura me he creado una cuenta nueva donde trato muchos temas de información internacional y donde interactúo con otras fuentes, más allá del trabajo de clase”.

“Durante el tiempo que comisarié la cuenta disfruté de poder informar, buscar contenido y ahondar en temas muy interesantes. Es una de las asignaturas que más he disfrutado en la carrera”.

“Al principio era reacia a hacerlo y sin embargo durante el comisariado me he implicado más de lo que pensaba. Buena manera de aprender sobre un tema”.

Como **aspectos negativos** del proyecto mencionaron la dificultad y el trabajo que supone gestionar como comisario 24 horas al día una cuenta de Twitter. También destacaron sus limitaciones y falta de conocimiento para plantear estrategias que generasen tweets interesantes con mayor interacción y respuestas. Seleccionar una enorme cantidad de información para trasladarla a los hilos de Twitter fue otro de los aspectos mencionados. A continuación algunos ejemplos de estos comentarios:

“Es difícil estar pendiente de la cuenta todo el día, por lo que algunas preguntas pueden tardar en ser contestadas para llevar a cabo una gestión adecuada como comisario”.

“A veces la cantidad de información lanzada por el comisario de turno de la cuenta no es proporcional al nivel de *feedback* obtenido por el resto de la clase”.

“Pienso que lleva mucho trabajo, no sólo durante los tres días, sino durante todo el curso porque la gente no utiliza tanto Twitter, no tiene la costumbre de abrirlo tanto”.

“Mi mayor dificultad ha sido pensar de qué manera podía hacer que mis tweets fueran originales, creativos y que llamaran la atención”.

Como limitaciones de esta práctica docente habría que destacar sobre todo el tiempo disponible, un cuatrimestre, que hizo que hubiera que extender dicha práctica también a los fines de semana, -para que todos los estudiantes pudieran ser *curators*-, lo que exigió en ocasiones un mayor esfuerzo para conseguir la participación del resto de compañeros.

6. Conclusiones

El proyecto de innovación docente presentado traslada el rol de *content curator* y el concepto de rotación de curadores, utilizada hasta ahora en ámbitos no educativos, a los estudiantes que toman el control de una cuenta especializada en periodismo internacional. Se apuesta así por una educación del siglo XXI que promueve el aprendizaje colaborativo, ubicuo y móvil.

Twitter forma parte de las rutinas periodísticas de los profesionales de la información, por ello incorporarla como herramienta de aprendizaje en los estudios de Periodismo resulta no sólo una metodología más participativa, sino especialmente útil para su futuro y los nuevos perfiles de la profesión en la era digital más polivalentes y más transmedia. Los resultados del estudio mostraron sin embargo una cierta limitación al no ser Twitter una red que usen a menudo los estudiantes o que dominen. El 28% de los estudiantes participantes reconocieron no tener una alta competencia en Twitter. Sin embargo, entre los aspectos positivos señalaron haberse sentido más motivados con el proyecto convirtiéndose en usuarios más activos de la red.

De hecho, prácticamente la totalidad de los estudiantes (94%) afirmaron que Twitter es una herramienta importante para su futuro profesional como periodistas, lo que evidencia la necesidad de incorporar más prácticas docentes de este tipo, que según el

88% de los participantes en el proyecto promueven periodismo real.

Los resultados muestran una participación muy activa de los alumnos a lo largo de las diez semanas, con una media de 600 tweets semanales, fomentando el aprendizaje colaborativo y la discusión, tanto dentro, como fuera del aula, sobre temas internacionales muy diversos. Esto coincide con otros estudios (Perifanou, 2009; Cáceres y Ortiz de Urbina, 2010; Acar y Kimura, 2012; Del Valle, 2015) que destacan Twitter como herramienta facilitadora de la interacción entre los estudiantes. No obstante, los participantes mencionaron el esfuerzo de interactuar durante 10 semanas sin descanso, lo que provocó picos en la participación. La conversación en Twitter incorporó además otras voces de fuera del aula, como las cuentas de @eacnur o @informesemanal.

Tras la práctica 3 de cada 4 alumnos afirmaron que había aumentado “bastante” o “mucho” su interés por la asignatura, y el 88% de ellos al terminar su comisariado siguió leyendo o informándose sobre el tema elegido para su labor de *curator*.

En su rol de curadores de contenidos los estudiantes se tuvieron que enfrentar a la selección la información, de las fuentes y a cómo hacer más atractiva la información internacional en Twitter. Además de enlaces a artículos y videos, los estudiantes usaron las encuestas como una forma de hacer más participativo su comisariado. Este aspecto de cómo gestionar gran cantidad de información compleja y presentarla en Twitter de forma atractiva fue comentado como una de las mayores dificultades.

Los indicadores de aprendizaje y satisfacción por parte de los estudiantes fueron muy positivos, y el 78,4% lo situó entre el 7-9. Esta percepción positiva del uso de Twitter en el aula coincide con los resultados de otros estudios (Bista, 2015; Tang y Hew, 2017; Tur, Marin y Carpenter, 2017; Dommet, 2019).

Como posibles líneas de futuro sería interesante llevar a cabo este proyecto de innovación dentro de otra asignatura del Grado de Periodismo y/o Comunicación, -quizás no tan compleja como el periodismo internacional, lo que ha limitado el estudio-, y comparar los resultados.

6. Referencias bibliográficas

- Acar, Adam y Kimura, Nanako (2012). Twitter as a tool for language learning: The case of Japanese learners of English. Eighth International Conference on eLearning for Knowledge-Based Society. En: <http://www.elearningap.com/eLAP2011/Proceedings/paper24.pdf> [documento en línea]
- Becquet, Nicolas (21 diciembre de 2015). Mobile reporting has great potential, but where are the journalists?. *Journalism.co.uk* Recuperado de: <https://www.journalism.co.uk/news/mobile-journalism-has-great-potential-but-where-are-the-journalists-/s2/a594525/>
- Bennett, Lance (2011). *News: The Politics of Illusion*. Washington: Pearson.
- Bista, Krishna (2015). Is Twitter an Effective Pedagogical Tool in Higher Education? Perspectives of Education Graduate Students. *Journal of the Scholarship of Teaching and Learning*, 15(2), 83-102.
- Bradshaw, Paul (2007). Un modelo para la redacción del siglo XXI. *Cuadernos de periodistas*, (12), 74-79.

- Briggs, Asa y Burke, Peter (2002). *De Gutenberg a internet: una historia social de los medios de comunicación*. Madrid: Taurus.
- Cacchione, Annamaria. (2015). Creative use of twitter for dynamic assessment in language learning classroom at the university. *Interaction Design and Architecture(s)*, 24(1), 145-161
- Cáceres Würsig, Ingrid y Ortiz-de-Urbina Sobrino, Paloma (Eds.) (2010). Redes sociales para el aprendizaje de lenguas extranjeras: de Goethe a Rammstein con escala en Schubert. *Encuentro 19*, 9-19.
- Carrera, Pilar; Sainz de Baranda, Clara; Herrero, Eva y Limón, Nieves (2012). Journalism and Social Media: How Spanish Journalists Are Using Twitter. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 18(1).
- Castañeda, Linda y Adell, Jordi (Eds.) (2013). *Entornos Personales de Aprendizaje: claves para el ecosistema educativo en red*. En: <http://www.edutec.es/sites/default/files/publicaciones/castanedayadellibrople.pdf> [documento en línea]
- Cebrián Mariano y Flores Jesús (2007). *Blogs y periodismo en la red*. Madrid: Fragua.
- Del Valle Requena, Inés (2015). "Twitter como herramienta profesional en el entorno personal de aprendizaje de los docentes de inglés como Lengua Extranjera". (TFM) Máster en Comunicación y Educación en la Red: de la Sociedad de la Información a la Sociedad del Conocimiento. UNED.
- Díaz Arias, Rafael (2015). Curaduría periodística, una forma de reconstruir el espacio público. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 21, 61-80. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.51129
- Díaz Noci, Javier y Salaverría, Ramón (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.
- Diezhandino, María Pilar (Coord.), (2012). *El periodista en la encrucijada*. Barcelona; Madrid: Ariel. Fundación Telefónica.
- Dommett, Eleanor J. (2019). Understanding student use of twitter and online forums in higher education. *Education and Information Technologies*, 24(1), 325-343.
- Elóaequi, Tristán (2011). Los medios usan Twitter como un altavoz. En: <http://tristanelosegui.com/2011/01/23/los-medios-de-comunicacion-usan-twitter-como-un-altavoz/> [documento en línea]
- García Estévez, Noelia (2012). *Redes sociales en Internet. Implicaciones y consecuencias de las plataformas 2.0 en la sociedad*. Madrid: Universitas.
- Gillmor, Dan (2006). *We the media : grassroots journalism by the people, for the people*. EEUU: O'Reilly Media
- González-Aldea, Patricia (2013). Las revoluciones árabes en 140 caracteres: el caso egipcio. Sociedad Española de Periodística, XVIII Congreso Internacional. En: https://www.academia.edu/2081369/Las_revoluciones_%C3%A1rabes_en_140_caracteres_el_caso_egipcio [documento en línea]
- González-Aldea, Patricia (2014). *El periodismo internacional en la era digital*. Tenerife: Ediciones idea.
- Greer, Clark y Ferguson, Douglas (2011). Using Twitter for Promotion and Branding: A Content Analysis of Local Television Twitter Sites. *Journal of Broadcasting y Electronic Media*, 55(2), 198-214.
- Guallar, Javier y Leiva-Aguilera, Javier (2014). "Perfiles profesionales de community manager y content curator: convergencias y divergencias". Anuario ThinkEPI, v. 8, pp. 73-80.
- Guallar, Javier y Leiva Aguilera, Javier (2013). *El Content Curator*. Barcelona: Editorial UOC.
- Herrero Curiel, Eva (2015). La credibilidad de las redes sociales en el ámbito periodístico. *Transinformação*, Vol. 27, nº2.
- Jenkins, Henry (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Larisey, Ruthan Weaver; Avery, Elizabeth; Sweetser, Kaye y Howes, Pauline. (2009). An examination of the role of online social media in journalists' source mix. *Public Relations Review*, 35(3), 314-316.
- Marta-Lazo, Carmen; González-Aldea, Patricia y Herrero Curiel Eva (2018). Competencias profesionales y perfiles en periodismo demandados por las empresas: Análisis de las ofertas en LinkedIn e Infojobs. *Comunicación y Sociedad*, 31, nº4.
- McChesney, Robert y Pickard, Victor (2011). *Will the last reporter please turn out the lights: the collapse of journalism and what can be done to fix it*. New York: New Press.
- Mitchell, Amy; Rosenstiel, Tom y Leah, Christian (2012). *Mobile Devices and News Consumption: Some Good Signs for Journalism*. Pew Research Center.
- Noguera Vivo, José Manuel (2011). *Redes sociales para estudiantes de Comunicación*. Barcelona: UOC.
- Oriella PR Network. (2011). *The State of journalism in 2011* (p. 6). Oriella PR Network Digital Journalism Study.
- Pereira, Luciano; Silva, Rafael y Marangoni, Reinaldo (2002). Webjornalismo: uma reportagem sobre a prática do jornalismo online. Brasil: Fundação Biblioteca Nacional.
- Perifanou, María A. (2009). Language micro-gaming: fun and informal microblogging activities for language learning. En: Lytras M.D., Ordonez de Pablos P., Damiani E., Avison D., Naeve A. y Horner D.G. (eds). *Best Practices for the Knowledge Society. Knowledge, Learning, Development and Technology for All*. Berlin, Heidelberg: Springer, pp. 1-14.
- Randall, David (2008). *El periodista universal*. Madrid: Siglo XXI.
- Rosen, Jay (2006). The People Formely Known as the Audience. http://archive.prssthink.org/2006/06/27/ppl_frmr.html [documento en línea]
- Sanz-Martos, Sandra (2012). Community managers, content curators y otros nuevos perfiles profesionales para la web social. Anuario ThinkEPI, v. 6, pp. 40-43.

- Scolari, Carlos (2008). *Hipermediaciones digital interactiva* Barcelona: Gedisa.
- Skoler, Michael (2009). *Why the news media became irrelevant- and how social media can help*. Nieman Reports.
- Tang, Ying, y Hew, Khe Foon. (2017). Using Twitter for education: Beneficial or simply a waste of time? *Computers y Education*, 106, 97-118.
- Tur, Gemma; Marín, Victoria y Carpenter, Jeffrey (2017). Uso de Twitter en Educación Superior en España y Estados Unidos/Using Twitter in Higher Education in Spain and the USA, *Comunicar*, vol. 25, no. 51, pp. 19-28.

Patricia González-Aldea. Doctora en Ciencias de la Información y Máster de Radio Nacional de España por la Universidad Complutense de Madrid. Diplomada en Altos Estudios de la Defensa Nacional. Acreditada como Profesora Titular por la ANECA en la actualidad es profesora visitante de Periodismo en la Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación de la Universidad Carlos III de Madrid. Ha sido profesora invitada del Máster *Comunicación y Educación en la Red: de la Sociedad de la Información a la Sociedad del Conocimiento* (UNED). Ha sido miembro fundador del *Observatorio del Ocio y el Entretenimiento Digital (OCENDI)*. Es miembro del *Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital (GICID)* de la Universidad de Zaragoza. Cuenta con más de medio centenar de publicaciones en su producción científica y es autora del libro *El periodismo internacional en la era digital*. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1606-6034>

Eva Herrero Curiel. Doctora Internacional por la Universidad Carlos III de Madrid en Investigación en Medios de Comunicación. Licenciada en Periodismo (UC3M) y en Psicología (UAM) es profesora de Periodismo en la Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación de la Universidad Carlos III de Madrid. Subdirectora del Máster de Periodismo de Agencia UC3M-EFE y coordinadora del Máster Universitario de Documental y Reportaje Periodístico Transmedia. Sus principales líneas de investigación son el periodismo, las redes sociales, las nuevas narrativas. Ha publicado diversos artículos en revistas de prestigio dentro del área de la Comunicación y es autora del libro *Periodismo y Redes Sociales. Del 11M al 15M* publicado por la editorial UOC. ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-0801-2519>