

El uso de Twitter en los estudiantes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca

The use of Twitter among the students of the Faculty of Philosophy of the University of Cuenca

O uso do Twitter nos alunos da Faculdade de Filosofia da Universidade de Cuenca

Víctor Hugo Guillermo Ríos

Universidad de Cuenca y Universidad del Azuay

E-mail: victor.guillermo@ucuenca.edu.ec

Fredy Eduardo León Martínez

Universidad Católica de Cuenca

E-mail: fleduardomartinez@gmail.com

Pedro Xavier Zea Montero

Universidad de Cuenca

E-mail: pedro.zeam@ucuenca.edu.ec

Resumen

Esta investigación está realizada con el fin de conocer cuáles son las tendencias que marcan hoy con respecto al uso de las plataformas digitales y estas en la formación y educación, el consumo, la interactividad y entretenimiento por los jóvenes universitarios de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca.-

En cuanto a la metodología, se utiliza la revisión bibliográfica documental, la investigación descriptiva de los resultados de los consumidores de la red Twitter. Se realizaron encuestas para la recopilación de los datos.

Los hallazgos que se pueden indicar entre otros son que la red más utilizada entre los jóvenes sigue siendo Facebook, que la escuela de comunicación es en donde más usan Twitter, que casi el total de alumnos desean que se incluya en el pensum de estudios de su especialidad la materia, manejo de redes sociales.

Palabras clave: educación, aprendizaje, tuits, interactividad, redes sociales.

Summary

This research was conducted in order to learn which are the current trends related to the use of digital platforms and their influence in the training, education, consumption, interactivity, and entertainment among young university students of the Faculty of Philosophy of University of Cuenca.

Regarding the methodology, a literature review was used as an analytical framework for conducting descriptive research about the consumers of Twitter. 401 surveys were applied to collect the data.

The findings demonstrate that first, the most used network among young people is Facebook. Second, the School of Communication is where Twitter is mostly used. Third, almost all the students will like to include in their major curriculum the social media management course.

Keywords: education, learning, tweets, interactivity, social networks

Resumo

Esta pesquisa é realizada com o objetivo de conhecer quais são as tendências que marcam hoje no que diz respeito ao uso de plataformas digitais e estas na formação e educação, consumo, interatividade e entretenimento por jovens universitários da Faculdade de Filosofia da Universidade de Cuenca. Considerando que o Twitter é uma rede social

que proporciona facilidade e rapidez na comunicação ou notícias em tempo real, queremos saber como eles o utilizam para beneficiar sua própria especialização profissional e que caminho seguem na interação.

Existem vários estudos no Equador, onde se analisa prioritariamente a forma como as redes sociais (facebook e twitter) afetam a vida do aluno e também a participação dos jovens em tarefas de interação e aprendizagem na formação universitária.

Quanto à metodologia, utiliza-se a revisão bibliográfica documental, a investigação descritiva dos resultados dos consumidores da rede Twitter. Pesquisas foram realizadas para coletar os dados. A pesquisa foi desenvolvida nas escolas com maior número de alunos no corpo docente, totalizando 401 pesquisas.

Os achados que podem ser apontados entre outros são que a rede mais utilizada pelos jovens ainda é o Facebook, que a escola de comunicação é onde eles mais utilizam o Twitter, que quase todos os alunos desejam que ele seja incluído no currículo de seus especialidade do assunto, gestão de redes sociais.

Palavras chave: educação, aprendizagem, tweets, interatividade, redes sociais.

Recibido: 12/07/2020

Aceptado: 11/10/2020

Introducción

Esta investigación pretende conocer el cómo, para qué y la forma de interactuar en la red social Twitter de los jóvenes universitarios. El mismo se realizó en la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca en el período académico marzo-julio 2019. Aquí se educan la mayor cantidad de estudiantes de la ciudad y la región por sus diferentes carreras y especialidades que mantiene hasta el momento. Este trabajo está fundamentado, en un primer momento, sobre la necesidad de sustentar dónde nace la idea de red y redes sociales, así como también hablar de la comunicación digital, hacia un nuevo ambiente de ver y percibir el uso de los cibergéneros web 2.0 y web 3.0 a partir de los nuevos formatos en la redacción y elaboración de los contenidos. Se destaca también datos actualizados del estado actual de las redes sociales en la ciudad de Cuenca y finalmente se presentan los datos y cuadros estadísticos del análisis, el cual se llevó a cabo bajo el método de la explicación y la comparación.

Problema de Investigación

Hoy en el mundo de las redes sociales y el desarrollo de las nuevas tecnologías, se permite que el acceso a la información sea cada vez más fácil para que los jóvenes tengan una mayor interacción con Internet y sobre todo con Twitter. De los grupos de internautas los que más están familiarizados con el mundo de las redes sociales son los jóvenes universitarios quienes se expresan a través del uso de las redes sociales en línea. En Latinoamérica, el uso de las redes sociales digitales en la cotidianeidad del individuo es algo que hoy en día ocurre con mayor frecuencia, promovido por el impresionante crecimiento de la digitalización que acerca a un costo menor a las TIC con los jóvenes usuarios (Brunner, 2003). El uso de las redes sociales todavía deja algunas interrogantes, y es por ello que mediante la presente investigación se pretende conocer el tipo de uso que los estudiantes de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación le dan a la red social Twitter, con ello se ha propuesto los siguientes objetivos.

Objetivos de Investigación

- Describir la dinámica comunicativa y la interactividad que existe en los jóvenes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca en la red social Twitter.
- Definir cómo y con quiénes interactúan los jóvenes con contenidos de la red social Twitter.
- Analizar si el uso de Twitter facilita el aprendizaje y conocimiento en su formación y educación de jóvenes de la Facultad de Filosofía de la UC.

1. Las redes sociales: antecedentes históricos

El término red social es acuñado principalmente a los antropólogos ingleses John Barnes y Elizabeth Bott, ya que en su estudio resultaba imprescindible considerar lazos externos a los familiares, residenciales o de pertenencia a algún grupo social. Barnes (1954) fue el primero en utilizar el análisis de redes explícitamente en su estudio “Class and Committees in a Norwegian Island Parish”. Describe en él, el sistema social de Bremnes en Noruega, una pequeña comunidad de pescadores y granjeros. En este análisis distinguió tres campos sociales; el sistema territorial, el industrial y un tercero constituido por el parentesco, la amistad y otras relaciones, con vínculos continuamente cambiantes y sin organización estable ni coordinación global, para éste utiliza el concepto de “red”.

1.1. Los Inicios de las Redes Sociales

La idea de las plataformas de redes sociales en internet parte de la teoría de los seis grados de separación, propuesta por el escritor Húngaro Karinthy (1929), en un relato corto denominado “cadenas”, citado por (Redes Sociales, 2015, pág. 4), donde el autor indica que, el número de conocidos de una persona crece exponencialmente siguiendo un número de enlaces de una cadena que serían las relaciones humanas. De este modo sólo sería necesario un pequeño número de enlaces para conectar a cualquier persona con el resto de la población.

1.2. Las Redes Sociales Digitales

Los servicios de redes sociales recopilan información sobre los contactos sociales de los usuarios, construyen una gran red social interconectada y revelan a los usuarios cómo están conectados a otros en la red. Permite que sus usuarios conozcan a los amigos de sus amigos, y, por lo tanto, amplíen su propio círculo social (Adamic, 2005).

1.3. Uso de las Redes Sociales para el Aprendizaje

Las redes sociales en estos momentos podrían convertirse en parte de una posible transformación educativa, es importante resaltar que los docentes tienen ese papel significativo, así lo destacan Islas & Carranza (2011):

participa en el proceso de generar conocimientos junto con el estudiante de forma construida y compartida; a partir de esto, se entiende que los procesos centrales del aprendizaje son la organización y comprensión del material informativo, ya que el aprendizaje es el resultado de la interpretación” (p. 3).

De igual manera, el cambio que provocan las redes sociales en el papel del docente es rotundo (Artero, 2011), manifiesta que el profesor deja de ser la fuente de transmisión de saber para sus alumnos, puesto que toda la magnitud que se quiera de conocimiento reside en la red, el docente debe ser consciente de ello y su posición en el aula debe ser como guía, tutor y mediador en el aprendizaje.

2. La red social Twitter

Podemos hablar del micro-blogging con la aparición de Twitter, plataforma desarrollada durante el año 2006. El 21 de marzo de aquel año, Jack Dorsey (@jack), cofundador de esa red junto con Biz Stone (@biz) y Evan Williams (@ev), creó el tuiteo que inició un servicio que actualmente cuenta con casi 400 millones de usuarios en todo el mundo.

Twitter se define como “una forma de micro-blogging la cual permite a los usuarios enviar y recibir mensajes públicos gratuitos llamados tuits.” (Mollett, Moran, & Dunleavy., 2011) El tamaño de estos está limitado a 280 caracteres en los cuales pueden incluirse una serie de contenidos multimedia como imágenes, emoticones, videos, sitios web, y cualquier material disponible en línea.

2.1. Twitter como Herramienta Útil en la Educación

La utilidad de esta red, resalta al ver cómo las investigaciones y experiencias realizadas en cuanto a twitter en el ámbito educativo superior brindan experiencias positivas y así lo señalan (Grosseck & Holotescu, 2008), cuando hablan de la versatilidad y el potencial de este servicio de micro-blogging para la formación de profesionales universitarios, particularmente la inmediatez en la interacción, con el desarrollo de habilidades de síntesis que de acuerdo a estos investigadores demostraron los participantes del estudio, en Romania al punto que llegan a hablar del concepto de “Twitosphere” o Tuitósfera Romania al ver cómo los habitantes del país se desenvolvían en la red social. Y en Latinoamérica (Cabero & Marín, 2013), indican que la formación universitaria ha estado bastante centrada en el internet, debido a que los estudiantes se involucran cada vez más en el uso de las redes sociales. Países como Argentina, República Dominicana y Venezuela el uso de twitter, por ejemplo, ha aumentado su uso considerablemente y el 57% de la población consultada por ellos veía su inclusión en el ámbito académico como positiva al fomentar la comunicación, intercambio de conocimientos y aprendizaje colaborativo entre otras cosas. A esto se puede agregar el pensamiento de algunos investigadores que han utilizado Twitter en educación, quienes señalan que: (a) el uso de esta herramienta en el aula impacta la participación de los estudiantes y sus calificaciones en la universidad. (Junco, Heiberger, & Loken., 2011); (b) cuando se compara el uso de Twitter entre grupos de educación presencial y virtual los estudiantes que muestran la mayor satisfacción son los del grupo twitter cara a cara, sobre todo con las oportunidades que tuvieron de

aprender y; (c) los estudiantes que no han utilizado previamente twitter en el contexto educativo y lo usan por primera vez consideran que se trata de una experiencia útil y satisfactoria, como lo dice Brown (2013, citado por (Olivares., 2015).

3. La Universidad de Cuenca

La Universidad de Cuenca es una institución de carácter público, cuya misión es formar profesionales y científicos comprometidos con el mejoramiento de la calidad de vida, en el contexto de la interculturalidad y en armonía con la naturaleza. La universidad fundamenta en la calidad académica, en la creatividad y en la innovación, su capacidad para responder a los retos científicos y humanos de la época y sociedad regional, nacional e internacional equitativa, solidaria y eficiente.

La Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación está ubicada en el campus central en la ciudad de Cuenca, cuenta con un total de 1.960 estudiantes distribuidos en 16 carreras, de las cuales tres rediseñaron sus mallas curriculares. En comunicación social existen 276 estudiantes matriculados que representa el 14% de esta, en el rediseño de comunicación social existen 70 estudiantes matriculados que son el 4% de esta Facultad. En cultura física existen 172 estudiantes matriculados que son el 9%. En la carrera de educación general básica existen 157 estudiantes matriculados lo que representa el 8%, en el rediseño de esta carrera, existen 115 estudiantes matriculados que son el 6%. En la carrera de lengua y literatura inglesa existen 145 estudiantes matriculados que son el 7%. En la carrera de pedagogía de idiomas nacionales y extranjeros existen 126 estudiantes matriculados con el 6% de esta Facultad. En la carrera de pedagogía de la actividad física existen 119 estudiantes matriculados que son el 6%. En la carrera de pedagogía en ciencias experimentales existen 116 estudiantes matriculados representan el 6%. En la carrera de cine y audiovisuales existen 109 estudiantes matriculados que son el 6%, en el rediseño de la carrera de cine existen 35 estudiantes matriculados que son el 2% de esta Facultad. En la carrera

de matemáticas y física existen 108 estudiantes matriculados que son el 6%. En pedagogía lengua y literatura española existen 66 estudiantes matriculados que son el 3% de la Facultad. En educación inicial existen 60 estudiantes matriculados que representa el 3%. En pedagogía en artes y humanidades existen 60 estudiantes matriculados que son el 3%. En la carrera de pedagogía en historia y ciencias sociales existen 58 estudiantes matriculados que son el 3%. En la carrera de historia y geografía existen 56 estudiantes matriculados que también representa el 3%. En la carrera de lengua y literatura y lenguaje audiovisual 54 estudiantes matriculados con el 3% y finalmente en la carrera de filosofía, sociología y economía existen 52 estudiantes matriculados que son el 3% de esta unidad académica.

4. Metodología

Para el periodo académico marzo-julio 2019 según los datos obtenidos por el departamento de admisión, becas y matriculación de la Universidad de Cuenca, se registraron un total de 16.412 estudiantes matriculados en las distintas facultades. Ciencias Médicas (18%; 3.003 estudiantes), Ciencias Económicas (14%; 2.300 estudiantes), Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación (12%; 1.960 estudiantes). De la Facultad de Filosofía, se seleccionaron las carreras con mayor número de estudiantes, definiendo como nicho para la investigación las carreras de: Comunicación Social, Lengua y Literatura Inglesa, Educación General Básica y Cultura Física, esta selección se la realizó mediante el muestreo por conveniencia, donde “el elemento se autoselecciona o se ha seleccionado debido a su fácil disponibilidad” (Kinnear & Taylor, 1998), siendo las carreras con mayor número de estudiantes, permiten optimizar tiempo y recursos al momento de aplicar la encuesta, además de que tienen una mayor representatividad en los resultados.

Este trabajo se desarrolló mediante revisión bibliográfica documental y la encuesta. La primera según (Rodríguez, 2013), indica que es un proceso de recolección de información para la construcción de un

objeto de investigación, la investigación bibliográfica y documental (IBD) ocupa un lugar importante, ya que garantiza la calidad de los fundamentos teóricos de la investigación. La técnica más adecuada para la realización de esta investigación ha sido la encuesta, con el cuestionario correspondiente como herramienta de recolección de datos para como dice (Moreno, 2008) lograr la información mediante datos a través de preguntas similares que se investiga, las respuestas fueron cuantificadas y tabuladas para posteriormente interpretar sus resultados.

4.1. Muestra

La presente investigación se realizó mediante un procedimiento de muestreo no probabilístico, aplicando el muestreo por conveniencia, que explica que “muchas veces los encuestados son seleccionados porque se encuentran en el lugar y momento adecuados” (Malhotra, 2008), considerando a las carreras con mayor número de estudiantes según lo citado en el apartado previo. Una vez aplicada la fórmula se obtuvo como resultado la elaboración de 401 encuestas, las mismas que fueron divididas en las cuatro escuelas. Previamente se realizó un análisis del porcentaje al que pertenece cada escuela, con base en ello se estableció el número de encuestas en las escuelas, así: para comunicación social con el 37% de estudiantes, se elaboró un total de 148 encuestas, el instituto de actividad física y deporte con el 18% (71 encuestas), lengua inglesa, con el 16%, (64 encuestas) y en educación general básica, con el 29% (118 encuestas).

4.2. Tabulación de Datos

En los gráficos que se presentan a continuación se han puesto solamente las respuestas más relevantes para el análisis que nos compete en este estudio.

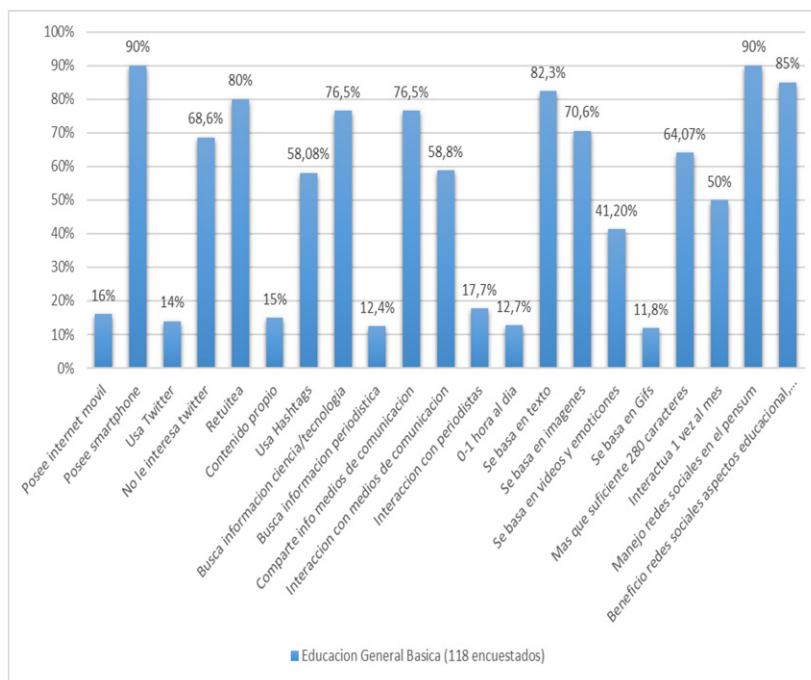


Figura 1. Alumnos de Educación General Básica. Elaboración: Elaboración propia.

En la escuela de Educación General Básica, un 14%. Utiliza Twitter. Un 70% tiene su cuenta de Twitter desde hace un año. El 80% retuitea. El 15% lo hace con contenido propio. Un 58,08% utilizan Hashtags. El 76,50% buscan información basada en ciencia y tecnología (busca información de su carrera) Un 76,50% comparte información de medios de comunicación. En cuanto a la interactividad en sus cuentas, el 82,3% se basa en texto, el 70,6% en imágenes, el 41,2% en videos y emoticones y el 11,8% en gifs. Un 58,8% interactúa con medios de comunicación y el 17,7% con periodistas. La escuela está de acuerdo en un 90% de tener en el pensum de estudios la materia de manejo de redes sociales y un

85% considera que el aprender RS beneficiaría su aprendizaje de forma personal y profesional.

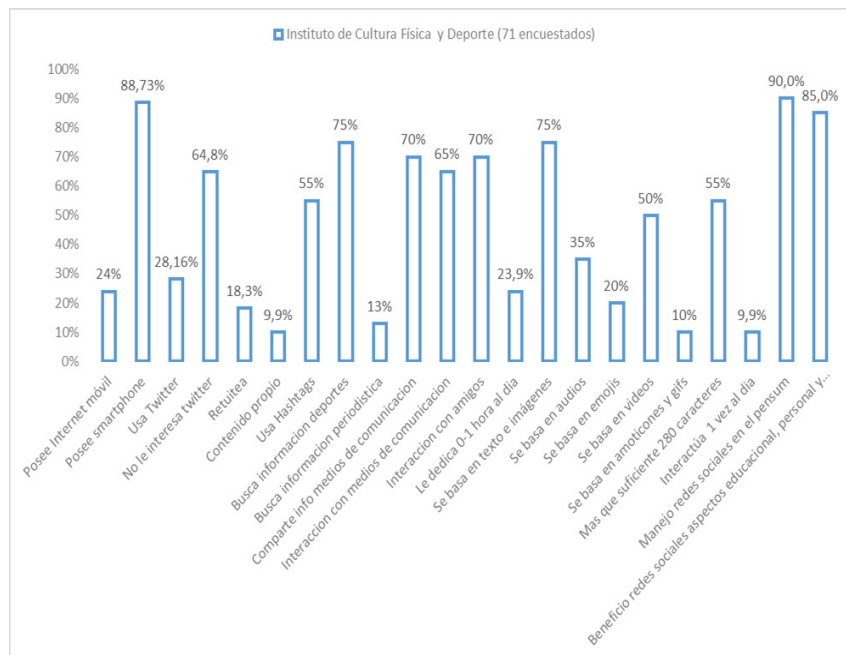


Figura 2. Alumnos Carrera de Pedagogía de la Actividad Física y Deporte. Elaboración propia.

En la Carrera de Pedagogía de la Actividad Física y Deporte, un 28,16%. Utiliza Twitter. Un 75% buscan información basada deportiva, es decir de su especialización. El 80% tiene twitter. El 18,3% hace retuits. Respecto a la interactividad, el 9,9% tiene contenido propio en twitter, el 70% comparte información de diferentes medios de comunicación. Un 75% se basa en texto e imágenes. Un 50% con de videos. Un 35% con audios, el 20% en emojis, y el 10% en emoticones y gifs. Un 70% interactúa con amigos. Un 65% interactúa con medios de comunicación. Un 55% del total de los usuarios de Twitter utilizan Hashtags. Así mismo los alumnos

con un 90%, desean incorporar una materia sobre el manejo de redes sociales a su pensum, y señalan el beneficio de aprender redes sociales para su formación con un 85% de los encuestados.

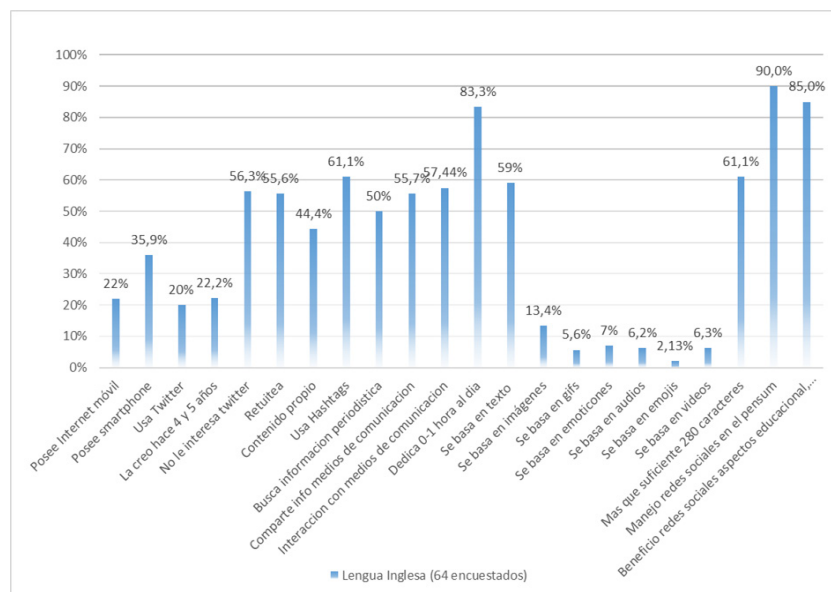


Figura 3. Alumnos de la Carrera de Lengua Inglesa. Elaboración propia.

Nos referiremos ahora a la escuela de lengua inglesa en donde, el 20% tiene twitter. Un 50% busca información sobre noticias periodísticas. El 55,6% hacen retuits. Sobre la interactividad, el 44,4% hacen contenido propio en twitter, el 55,7% comparte información de los diferentes medios de comunicación. Un 59% se basa en texto, el 13,4 % en de imágenes, el 5,6% en gifs, el ,7% en emoticones, el 6,3% en videos, el 6,2% en audios y por último el 2,13% en emojis. También el 57,44% interactúa con medios de comunicación. Un 61,1% del total de los usuarios de Twitter utilizan Hashtags. Es otra escuela en donde sus alumnos están de acuerdo en un 90% que se debe incluir en el pensum de estudios una

materia sobre manejo de redes sociales y el 85% indican que sería de gran beneficio el manejo de redes sociales en los aspectos educacional, personal y profesional.

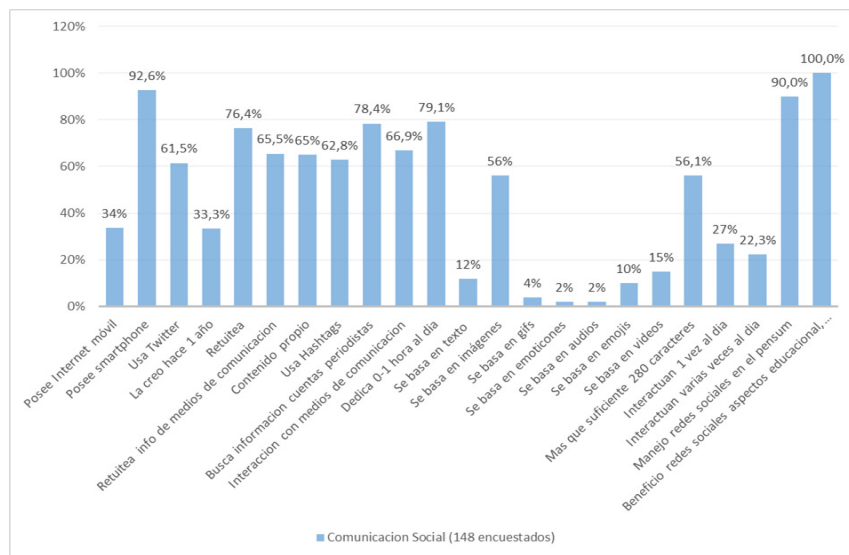


Figura 4. Alumnos de la Carrera de Comunicación Social. Elaboración propia.

Finalmente, para nuestro análisis está la escuela de comunicación social, en donde existen detalles importantes ya que un 61.5%. utilizan twitter, el 78.4%. buscan información en cuentas de periodistas. En lo referente a la interactividad, el 65% publican contenido propio, el 76.4% retuitea la información y un 65.5% retuitean la información de los medios de medios de comunicación. Un 56% se basa en imágenes, 12% textos, 15% videos, 10 % emojis, 2% utiliza emoticones, 4% construye sus publicaciones con gifs y 2% comparte audios. Un 66.9% interactúan con medios de comunicación. Un 62.8% utilizan el Hashtag. En esta escuela el 90 % de los encuestados solicitan que en el pensum de estudios se incluya el manejo de redes sociales y con el 100% aprueban que aprender redes sociales beneficiarían a los aspectos educacional, personal y profesional.

4.3. Breve análisis comparativo

En el análisis comparativo podemos indicar de manera general que la escuela que más utiliza Twitter, es comunicación social con el 61,50%, seguido por el instituto de cultura física y deporte con el 28,16%, luego esta lengua inglesa con el 20% y por último educación general básica con el 14%. Que los estudiantes de educación general básica retuiteen en un 80%, le sigue comunicación social con el 76,4%. Que comparten información de los diferentes medios de comunicación los estudiantes de educación general básica con un 77% y en comunicación social 65,50%. Que generan sus propios contenidos en esta red los estudiantes de comunicación social con el porcentaje alto del 65%. a diferencia del instituto de lengua inglesa que apenas alcanza un 9%. La mayoría de estudiantes saben lo que es un #hashtag y en esta respuesta no hay mucha diferencia en los porcentajes ya que en comunicación lo usan un 62,8% y un 61% lengua inglesa, el 58,8% educación general básica. Cuando nos referimos a qué tipo de información buscan los estudiantes nos podemos dar cuenta que los porcentajes son altos en cada escuela y de acuerdo con sus necesidades, contextos y especialización de la carrera, como por ejemplo comunicación con el 78% que buscan información con contenidos periodísticos.

Cuando fueron consultados sobre cómo “confeccionan sus twitters” o generan sus propios contenidos, los resultados demuestran que muy pocos utilizan la escritura o textos, en comunicación social por ejemplo apenas hay un 12%, entonces vemos que la tendencia en los jóvenes universitarios es el uso en mayor porcentaje de los emoticones, videos e imágenes y audios. Y un gran porcentaje que representa el 80% en todas las escuelas, están activos en la red twitter por lo menos una vez al día.

A modo de discusión y para concluir el análisis de resultados, se puede señalar que por medio de la revisión bibliográfica documental se ha logrado describir la dinámica comunicativa en la red social Twitter, así como sus antecedentes, naturaleza, características y funciones. Dicha información

se encuentra complementada por medio de la encuesta, la misma que ha permitido definir cómo interactúan los jóvenes universitarios con la red social Twitter, para finalmente concluir que tiene un aporte significativo en los procesos de formación y educación de los mismos, obteniendo también sus preferencias particulares al momento de comunicarse e interactuar entre sí.

5. Conclusiones

Según nuestra investigación en las cuatro escuelas con mayor porcentaje de alumnado de la Facultad de Filosofía, la red social que más usan los jóvenes es Facebook. Mientras que twitter, es una de las redes menos utilizadas en el ámbito académico. En los cuatro casos de estudio aún existen relevantes porcentajes que desconocen la red social. La escuela que más utiliza la red social twitter, es comunicación social. A pesar de conocer la importancia de la red social como herramienta de comunicación, han evidenciado también el potencial que puede tener twitter en el proceso de educomunicación aprovechando las competencias de los jóvenes dentro del aula. Según este análisis debemos destacar que los estudiantes están a favor de que se incluya en el pensum de estudios una materia que se les enseñe el manejo de redes sociales, ya que les formaría como seres humanos y profesionales. Podemos entender como un caso particular la carrera de Comunicación Social, que es la escuela con menor porcentaje de desinterés en la aplicación, donde su perfil profesional exige un periodista digital y consultor de medios sociales que debe conocer estrategias básicas para usar correctamente una de las redes sociales más extendidas del planeta.

En la Carrera de Educación General Básica lo primero fue ciencia y tecnología, en el instituto de cultura física y deporte, es la información deportiva, en lengua inglesa buscan más información sobre ciencia y tecnología y en comunicación social lo que más buscan son contenidos sobre los medios y con características periodísticas. Esto nos permite concluir que cada colectivo de alumnos cuando utiliza twitter,

principalmente busca información acorde a su formación académica, lo cual les está brindando una ventaja para adquirir conocimiento en su marco educativo o interés profesional, este dato a su vez respalda la importancia de twitter en el proceso educativo. También permite abrir nuevos debates para indagar si la información que encuentran la reutilizan en la academia, o les permite alcanzar la satisfacción de necesidades como autorrealización, reconocimiento o seguridad social.

Así mismo al analizar si la información publicada es generada con sus propios contenidos se evidenció que en ninguna de las cuatro escuelas las publicaciones de los alumnos poseen contenido propio o de su autoría, es decir, predomina siempre información retuiteada. Así, entendemos al usuario universitario como un individuo que busca información acorde a su comunidad académica y/o social, para redirigirla en su círculo virtual en donde busca la construcción y proyección de un perfil que no precisamente se construye con base a un mensaje de autoría propia. Es notorio también que al estudiante en su gran mayoría le interesa más los videos, las imágenes, los emoticones, los gifs, les llama más la atención y por ende es la entrada hacia los diferentes contenidos de los twitters.

Se evidencia también cómo twitter rompe el monopolio informativo de los medios y empodera a los ciudadanos, en este caso a los jóvenes de la universidad, dando a estos la posibilidad de crear o recomendar contenidos, los cuales permiten contrastar las noticias difundidas por canales tradicionales.

Mientras millones de personas de todo el mundo utilizan twitter diariamente con distintos propósitos, por ejemplo para la enseñanza, para promocionar productos publicitarios, como estrategias de medios ATL de las empresas, en los medios periodísticos para informar e informarse, hasta denunciar situaciones o comunicarse con otros en momentos de tragedia, aún hay muchos otros millones que no conocen de qué se trata esta red social o que han intentado acercarse a ella sin comprender su utilidad.

Seguir a aquellos que representan algún valor. Esto es importante, porque la diferencia entre Facebook y Twitter es que, el primero, es para los amigos y el segundo para personas con las que se comparten intereses comunes e información, es por ello que muchas veces se menciona que; en Facebook hay amigos y en Twitter seguidores.

Referencias bibliográficas:

- Adamic, L. A. (junio de 2005). *How to search a social network*. Obtenido de How to search a social network: <http://www.personal.umich.edu/~ladamic/papers/socialsearch/adamicsocialsearch.pdf>
- Artero, N. (11 de Febrero de 2011). *educaweb* . Obtenido de La interacción como eje de aprendizaje en las redes sociales: <https://www.educaweb.com/noticia/2011/01/31/interaccion-como-eje-aprendizaje-redes-sociales-4570/>
- Barnes, J. (1954). Clase y comités en una parroquia de la isla noruega. . *Relaciones humanas* , 7, 39-58.
- Brunner, J. (2003). *Educación e internet ¿la próxima revolución?* Santiago de Chile : Fondo de Cultura Económica.
- Cabero, & Marín. (2013). Percepciones de los estudiantes universitarios latinoamericanos sobre las redes sociales y el trabajo en grupo. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC)*. Vol. 10, n.º 2, 219-235.
- Grosseck, & Holotescu. (2008). Can we use Twitter for Educational activitie 4th International Scientific Conference eLSE. Can we use Twitter for Educational activities “eLearning and Software for Education”. *Can we use Twitter for Educational activitie 4th International Scientific Conference eLSE. Can we use Twitter for Educational activities “eLearning and Software for Education”*, 17-21.
- Islas, c., & Carranza, M. (11 de Febrero de 2011). *Apertura. Revista de innovación educativa*. Obtenido de Uso de las redes sociales como estrategias de aprendizaje. ¿Transformación educativa?: <http://www.udgvirtual.udg.mx/apertura/index.php/apertura/article/view/198/213>
- Junco, Heiberger, & Loken. (2011). El efecto de Twitter en la participación y las calificaciones de los estudiantes universitarios. *Journal of Computer Assisted Learning. Facebook para una interccion mas animada en las aulas*, 119-132.

- Karinthy, F. (mayo de 2012). *SOCIÓLOGOHOLIC. Obtenido de Sociología de las Redes Sociales. Marketing Digital*: . Obtenido de SOCIÓLOGOHOLIC. Obtenido de Sociología de las Redes Sociales. Marketing Digital: : <http://sociologoholic.blogspot.com/2012/05/frigyes-karinthy.html>
- Kinnear, T., & Taylor, J. (1998). *Investigación de Mercados*. Bogotá: McGraw Hill.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados*. Buenos Aires: Pearson.
- Mollett, Moran, & Dunleavy. (2011). Using Twitter in university research, teaching and impact activities. . *Impact of social sciences: maximizing the impact of academic research*. London, UK.: LSE Public Policy Group, London School of Economics and Political.
- Moreno, A. (2008). *Métodos de Investigación y Exposición*. Quito : Corporación Editora Nacional.
- Olivares. (2015). Implementación de la red social facebook como recurso didáctico en el aprendizaje colaborativo de estudiantes universitarios. . *Revista de Estudios y Experiencias en Educación*, 121-136.
- Redes Sociales*. (Abril de 2015). Obtenido de Redes Sociales: http://redesocialestranspolados.blogspot.com/2015_04_19_archive.html
- Rodríguez, M. L. (19 de agosto de 2013). *Guia de tesis*. . Obtenido de Guia de tesis. : <https://guiadetesis.wordpress.com/2013/08/19/acerca-de-la-investigacion-bibliografica-y-documental/>

Validación de la Prueba de Lectura y Escritura Inicial

Validation of the Initial Reading and Writing Test

Validação do Teste Inicial de Leitura e Escrita

Freddy Duchimasa-Ochoa

Universidad de Cuenca

E-mail: o.fredd17@gmail.com

Gina Bojorque

Universidad de Cuenca

E-mail: gina.bojorque@ucuenca.edu.ec

Resumen

Las habilidades tempranas de lectura y escritura desempeñan un papel fundamental en el desarrollo integral de los niños y predicen su éxito escolar. A nivel nacional, no se han encontrado pruebas válidas y confiables que evalúen dichas habilidades, por ello, este estudio tuvo como objetivos (a) validar la Prueba de Lectura y Escritura Inicial (PLEI) para evaluar las habilidades de lectura y escritura inicial de los niños ecuatorianos de primer año de básica y (b) determinar el nivel de desempeño de dichos niños en la prueba. Los participantes fueron 80 niños de primero de básica de cuatro escuelas públicas de Cuenca y Paute. Seis expertos evaluaron la validez de la prueba PLEI. Los resultados indicaron que la prueba PLEI es válida y confiable para evaluar las habilidades de lectura y escritura inicial de los niños de primer año de básica. Se discuten las implicaciones metodológicas y educativas de estos resultados.

Palabras clave: primer año de básica; validación de prueba; lectura y escritura inicial; desempeño de los niños pequeños.