

**UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**CÓDIGOS DE COMUNICACIÓN ESCRITA QUE SE UTILIZAN EN
EL MESSENGER POR LOS Y LAS ESTUDIANTES DE LA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

**TRABAJO DE TESIS PRESENTADO POR:
JOSÉ GUSTAVO GONZÁLEZ KISH**

**PREVIO A OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

ASESOR:

M.A. ELPIDIO GUILLÉN

GUATEMALA, JUNIO 2009

UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Director

M.A. Gustavo Bracamonte

Consejo Directivo

Representantes Docentes

Lic. Julio Moreno

Lic. Fredy Morales

Representantes de Egresados

Lic. Ramiro McDonald

Representantes Estudiantiles

Licda. Adriana Castañeda

Lic. Milton Lobo

Secretario

Lic. Axel Santizo

Tribunal Examinador

M.A. Elpidio Guillén (Presidente – Asesor)

Dr. Wangner Díaz Choscó (Revisor)

Licda. María Imelda González Esquite (Revisora)

Lic. Sergio Vinicio Morataya (Tribunal examinador)

Licda. Miriam Isabel Yucuté Muralles (Tribunal examinador)

M.A. Silvia Adelina Búcaro Chinchilla (Suplente)



Guatemala, 13 de febrero de 2009
ECC 174-09

Señor (a) (ita)
José Gustavo González Kish
Esc. Ciencias de la Comunicación

Estimado (a) Señor (a) (ita):

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por el Consejo Directivo en el Punto NOVENO, del Acta No. 03-09, de sesión celebrada el 05-02-09.

“**NOVENO:**...

El Consejo Directivo, ACUERDA: **1. Acuse de recibo** al profesor universitario Lic. Héctor Arnoldo Salvatierra, de su nota de fecha 14 de enero de 2009, en la cual delega en este Órgano de Dirección la decisión de nombrar o no nombrar a otro profesional como revisor de tesis del estudiante José Gustavo González Kish, carné 200317852. **2. Nombrar a la profesora universitaria Licda. María Imelda González Esquite**, como revisora de tesis “Códigos de Comunicación Escrita que se utilizan en el Messenger por los y las estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, presentado por el estudiante José Gustavo González Kish, carné 200317852.”

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Lic. Axel A. Santizo F.
Secretario de la Escuela



AASF/csg

Por una Escuela con luz propia



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

APROBACIÓN TERNA REVISORA

Guatemala, 05 de marzo del 2009

Señores
CONSEJO DIRECTIVO
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio M2
Ciudad Universitaria, zona 12

Distinguidos señores:

Por este medio informamos a ustedes que el estudiante José Gustavo González Kish, carné 200317852, ha realizado las correcciones y recomendaciones al TRABAJO DE TESIS, cuyo título es:

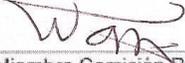
Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el messenger por los y las estudiantes de la escuela de ciencias de la comunicación, de la Universidad San Carlos de Guatemala

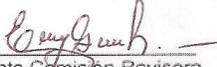
En virtud de lo anterior, se emite *DICTAMEN FAVORABLE*, a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


Miembro Comisión Revisora
Licda. María Imelda González


Miembro Comisión Revisora
Dr. Wagner Díaz


Presidente Comisión Revisora
M.A. Elpidio Guillén

Copia: archivo



Guatemala, 17 de marzo de 2009.
ECC 457-09

Señor (a) (ita)
José Gustavo González Kish
Esc. De Ciencias de la Comunicación

Estimado (a) Señor (a) (ita):

Para su conocimiento y efectos me permito transcribir lo acordado por El Consejo Directivo, en el Inciso 5.3 del Punto QUINTO del Acta No. 07-08 de sesión celebrada el 12-03-09.

“QUINTO:...5.3...El Consejo Directivo, ACUERDA: a) Aprobar el trabajo de tesis titulado: “CÓDIGOS DE COMUNICACIÓN ESCRITA QUE SE UTILIZAN EN EL MESSENGER POR LAS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA”, presentado por el (la) estudiante **José Gustavo González Kish**, Carné No. 200317852, con base en el dictamen favorable del comité de tesis nombrado para el efecto; b) Se autoriza la impresión de dicho trabajo de tesis; c) se nombra a los profesionales: M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García, Licda. Miriam Isabel Yucuté Muralles, y M.A. Silvia Adelina Búcaro Chinchilla (suplente), para que con los miembros del Comité de Tesis, M.A. Elpidio Guillén (Presidente), Dr. Wangner Díaz Choscó, Licda. María Imelda González Esquite, para que integren el Tribunal Examinador y d) Se autoriza a la Dirección de la Escuela para que fije la fecha del examen de graduación.”

Atentamente,

“D Y ENSEÑAD A TODOS”

Lic. Axel A. Santizo F.
Secretario



AASF/csg

Por una Escuela con luz propia



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 30 de julio de 2008
Dictamen aprobación 60-08
Comisión de Tesis

Estudiante
José Gustavo González Kish
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad de Guatemala

Estimado estudiante González:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo que acordó la comisión de tesis en el inciso 2.1 del punto 2 del acta 04-2008 de sesión celebrada el 30 de julio de 2008.

2.1. Comisión de tesis acuerda: A) Aprobar al estudiante José Gustavo González Kish, carné 200317852, el proyecto de tesis *CÓDIGOS DE COMUNICACIÓN ESCRITA QUE SE UTILIZAN EN EL MESSENGER POR LOS Y LAS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA*. B) Nombrar como asesor a: M.A. Elpidio Guillén.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS

M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: Comisión de Tesis
AM/Eunice S.

Tesis que dedicó:

Este trabajo se ha podido realizar gracias a la colaboración, al trabajo, la compañía y el aliento de grandes personas, A todas ellas deseo expresar mi agradecimiento más sincero y cariñoso al dedicar la presente tesis.

Comienzo a enumerar una larga lista de gratitudes, con la esperanza de no olvidar a ninguna persona. Sí esto ocurriera, ruego acepte mis disculpas.

A DIOS

Por las bendiciones que has derramado sobre mí por darme la vida; perseverancia, salud, entusiasmo, sabiduría etc. Para poder alcanzar mis objetivos, gracias por que en cada momento de mi vida me has guiado por el mejor camino hasta el final.

A Mi padre Edwin González

Por ser el mejor ejemplo en mi vida; por darme las herramientas necesarias para lograr mis metas. Él siempre ha apoyado mis proyectos personales, alentándome a hacer las cosas lo mejor posible.

A mi madre Miriam Kish

Por su infinito amor, paciencia y sabiduría. Gracias por brindarme buenos consejos en el momento exacto. Tú estás en mi vida cuando más te necesito. Madre, tu amor me ha ayudado a ser una mejor persona.

A mis hermanas Karla y Jacqueline

Por ser parte de mi vida, aquilato su cariño, amistad y sus cuidados, las dos son la inspiración que necesito para el logro personal de mis metas.

A mis familiares

A mis abuelitas Rosa Pardo y Flora Auyon forman parte importante en mi vida. Reconozco que ustedes han sido otras madres que me han prodigado de amor y esperanza. A mi abuelo Edgar Palma, admiro su temple de hombre de bien, su

ejemplo me ha servido para no claudicar. A tíos y primos y familia en general mi gratitud por estar pendientes de mi superación personal y profesional.

A los que ya no están presentes:

A mis abuelos José noriega Y Jaime Kish . Su amor continua vivo en mi recuerdo.

A mis amigos

De la infancia, en especial a Gabriela Casanova, Patricia Orellana, Luis Valenzuela y Gustavo Guerra, su amistad ha facilitado el camino. A mis demás amigos, gracias por su amistad y estímulo en mi recorrido profesional.

A mis compañeros de clase:

Porque son parte de un grupo ejemplar de estudiantes, que buscaron en todo momento realizar las actividades con calidad y humanidad. Agradecimientos Imperecederos a todos y todas.

A la Universidad San Carlos de Guatemala y en especial a la Escuela de Ciencias de la Comunicación, por permitirme ser parte de una generación de estudiantes triunfadores y profesionales de éxito.

También deseo expresar mi agradecimiento y respeto a mis profesores, autoridades y personal administrativo, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala; en especial a los licenciados: Elpidio Guillen, Imelda González, Wangner Díaz y Hugo Gálvez por su amistad, apoyo incondicional, orientaciones académicas y respeto a mi persona.

**La responsabilidad del
Presente trabajo de tesis
es exclusiva del autor.**

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
1. MARCO CONCEPTUAL	4
1.1. Antecedentes	4
1.2. Justificación	8
1.3. Planteamiento del problema	9
1.4. Alcances y Límites	10
1.5. Objetivos	11
2. MARCO TEÓRICO	12
2.1 Códigos	12
2.1.2 Clases de códigos.	13
2.1.2.1 Lingüísticos.	14
2.1.2.2 Paralingüísticos.	14
2.1.2.3 Extralingüísticos.	15
2.1.2.3.1 Icónicos.	16
2.1.2.4 Hermenéuticos	17
2.2 La comunicación	18
2.2.1 Proceso y elementos de la comunicación	19
2.2.2 Tipos de comunicación	22
2.2.2.1 Comunicación Intrapersonal	22
2.2.2.2 Comunicación Interpersonal	23
2.2.2.3 Comunicación de Masas	24
2.2.3 Formas de comunicación	25
2.2.3.1 Comunicación Oral	25
2.2.3.2 Comunicación Escrita	26
2.3 Medios de comunicación	27
2.3.1 Características generales de los medios de comunicación	27
2.3.2 Clasificación de los medios de comunicación	27
2.3.2.1 Medios sonoros o auditivos	29

2.3.2.2	Medios impresos o escritos	29
2.3.2.3	Medios audiovisuales	29
2.3.2.4	Medios multimedia	30
2.4.	Qué es Internet	31
2.4.1	Internet como medio de comunicación	32
2.4.2	Portales de comunicación en Internet	33
2.5	Messenger	35
2.5.1	Versiones del Messenger	35
2.5.2	Características del Messenger	38
2.5.3	Emoticones	40
2.5.3.1	Clases de Emoticones	42
2.5.4	Otros Códigos de escritura que se utilizan en el Messenger	45
2.5.5	Uso de los códigos de escritura en el Messenger por los Estudiantes de publicidad profesional de la jornada nocturna	48
2.5.6.	Factores que inclinan al uso de los Emoticones u otros códigos de escritura en el Messenger a los estudiantes de publicidad profesional jornada nocturna	55
3.	MARCO METODOLÓGICO	57
3.1.	Método de investigación	57
3.2.	Técnicas	58
3.3.	Instrumento	58
3.4.	Población	59
3.5.	Muestra	59
3.6.	Análisis estadístico	59

4.	ANÁLISIS DE RESULTADOS	60
4.1	Análisis de datos	60
4.1.1	Análisis de la primera encuesta	60
4.1.2	Análisis de la segunda encuesta	67
4.2	Conclusiones	73
4.3	Recomendaciones	76
4.4	Bibliografía	77
	ANEXOS	82

INTRODUCCIÓN

El ser humano de hoy vive en la sociedad de la interconectividad o de la información mediática, tecnologizada, y no, por más que algunos afirmen lo contrario, en la sociedad del conocimiento o del saber. La sociedad interconectada es la sociedad de Internet. El saber, sin embargo, tiene un rasgo marcadamente constructivo y no meramente reproductivo. La mente humana procesa a través de atajos la búsqueda de información mientras que el ordenador sigue funcionando por estrategias algorítmicas y con sus códigos propios de resolución de problemas y construcción de nuevos mensajes.

Un código es un sistema complejo, tácito, manifiesto, intencional o espontáneo, compuesto de signos asociados por similitud y una serie de reglas de organización. Los códigos hacen posible la representación, la creación y la exposición de mensajes, los cuales adquieren su significado a partir del contexto. Los códigos dentro de la comunicación oral y escrita son representados de diferentes maneras y concurren en ellos una pluralidad de signos; este hecho puede llevar a una diversidad de interpretaciones en la comprensión de un mensaje, dependiendo del entorno en el que se dé la comunicación entre emisor y receptor y del medio en el que se emita el mensaje. Cabe señalar que a través de los códigos de comunicación los humanos organizan la acción social, construyen su cultura e inventan nuevas formas de representar su medio, operación que se conoce como proceso de semantización.

La comunicación es una facultad que caracteriza al ser humano, éste ha tenido la necesidad de buscar medios o formas en cada etapa de su evolución, con el fin de comprender el mundo en toda su complejidad física y natural, donde los componentes están intercomunicados. Actualmente el medio más innovador ha sido la computadora a través de la **Internet**. Este poderoso canal ha sobrepasado diversos límites tanto culturales, sociales y geográficos. Esta

**Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las
estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación
de la Universidad San Carlos de Guatemala**
-José Gustavo González Kish-

dinámica comunicativa, es sin duda, la que ha dado un gran espaldarazo a otras realidades como la Globalización.

La comunicación escrita dentro de Internet se da por medio de programas que brindan servicios de buzón de mensajes, **Chat** y mensajería instantánea. Debido a que el **Internet** es un medio universal que tiene diversos tipos de portales que prestan estos servicios no obstante, para objeto de este estudio únicamente se recurrió a una de sus vertientes; programa **Messenger** de la empresa **Microsoft** por ser ésta una de las de mayor demanda entre los usuarios.

El **Messenger** es un medio utilizado particularmente, por jóvenes, hecho que sirvió como base para que los informantes en la investigación fueran los mismos jóvenes.

La versión final de la tesis quedó estructurada de la manera siguiente: Primero aparece una introducción doctrinal; con el fin de clarificar, previamente, algunos conceptos básicos que se manejan en el texto. Seguidamente, la información se presenta en cuatro capítulos. El primero comprende una lista de los elementos inherentes al fenómeno estudiado: Tema, antecedentes, justificación, etc.

En el segundo capítulo, se desarrollan los principales temas que tienen relación directa con el objeto de estudio: La comunicación, los códigos de comunicación, **Internet, Messenger**, entre otros.

En el tercero, se da a conocer todos los pasos principales referentes al aspecto metodológico de la tesis, pasos que se siguieron para la investigación de campo, técnicas, etc.

Y, en el cuarto capítulo, se presentan los resultados del estudio de campo, de forma diagramática e interpretación de resultados. Luego aparecen las conclusiones, las recomendaciones, la bibliografía completa y los anexos.

**Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las
estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación
de la Universidad San Carlos de Guatemala**
-José Gustavo González Kish-

Se espera que este estudio, de ninguna manera debe verse como un tratado prolijo y perfecto, sirva, por lo menos en forma mínima, a otros estudiantes que deseen iniciar su proyecto de tesis sobre temas similares.



1. MARCO CONCEPTUAL.

1.1 ANTECEDENTES:

La comunicación por medio de la Internet, en la actualidad, ha tenido gran relevancia, ya que la mayoría de personas utiliza este medio para poder comunicarse haciendo uso de diferentes portales de conversación electrónica y de diversos elementos que ofrecen los portales para la escritura de los mensajes. Para fines de este estudio, se mencionan algunos documentos que sirvieron de apoyo y de referencia para la elaboración de la tesis, los mismos, se utilizaron para ampliar la información de este tema a investigar y son los siguientes:

En todo proceso de comunicación, sin importar el medio que se utilice, es necesario determinar la importancia de utilizar códigos para emitir un mensaje. Al respecto, Escobar (2007:26) expresa que *“Código es un sistema de signos en el que se transmite el mensaje el cual debe de ser conocido por todos los participantes de la comunicación”*. Cabe Recordar que el código es el lenguaje particular en el que se transmite un mensaje. Los idiomas son los códigos más eficientes con los que cuenta el hombre de hoy ya que permiten comunicar y compartir ideas, pensamientos, ideologías con una asombrosa facilidad y economía de signos.

Al respecto del código de la escritura en la página wikipedia.org. es definido de la siguiente manera: *“es un sistema de representación gráfica de una lengua, por medio de signos grabados o dibujados sobre un soporte”*. Una condición esencial para utilizar el código de la escritura es la de que el emisor utilice el mismo idioma que el receptor domine. Cabe recordar cuando el mensaje no es comprendido por emisor y receptor, la comunicación no se lleva acabo.



**Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las
estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación
de la Universidad San Carlos de Guatemala**
-José Gustavo González Kish-

La escritura tiene la particularidad de permitir interactuar mensajes con las demás personas y de esta manera poder expresar todo tipo razonamientos y emociones. Además facilita la comunicación interpersonal con personas cercanas y actualmente con la evolución de nuevas formas de comunicación de masas el ser humano ha roto la distancia y las fronteras.

Entre los medios de difusión masiva productos de la evolución es el **Internet**. Dicho medio es un punto de referencia en los debates políticos y académicos, dado a su veloz desarrollo y a las infinitas posibilidades de entrar en contacto con el universo entero, gracias a este invento muchas personas cuentan con otros servicios y pueden desde una computadora compartir sus experiencias y conocer nuevas realidades.

Según Samayoa, Ingrid (2006), en su tesis determina la importancia del correo electrónico como una herramienta valiosa para la comunicación interpersonal y en la vida del hombre moderno, el correo electrónico es, según la autora citada, uno de los servicios más útiles que brinda la **Internet**. Se puede interpretar de lo expuesto por Samayoa, que la **Internet** y su decisivo en la sociedad actual ha dado lugar a un nuevo modelo comunicativo, es decir, ha contribuido al cambio y revolución de los paradigmas tradicionales.

En otra investigación referida al campo del **Internet** Lemus (2005: 23) afirma que: “Las *conversaciones en tiempo real a través del **Internet-Chat**-multiplican las posibilidades de comunicación: conversación amigos lejanos, buscar ayuda y respuestas a casi todas las preguntas y conocer gente nueva de todo el mundo*”. Con esta afirmación se puede determinar que difícilmente se podría concebir la sociedad actual sin este poderoso canal de difusión masiva, que paulatinamente se ha ido convirtiendo en parte esencial de la vida de niños, jóvenes y adultos alrededor del planeta. Con el apareamiento de la **Internet** se establece una herramienta de uso constante de comunicación escrita en donde se pueden

**Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las
estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación
de la Universidad San Carlos de Guatemala**
-José Gustavo González Kish-

encontrar ajustes de idiomas dentro de los portales de comunicación; además se pueden utilizar signos dentro de la interacción con los demás usuarios. Con el **Internet** esta tendencia se ha desarrollado con el transcurrir del tiempo.

Las conversaciones electrónicas tienen la característica de ser interactivas e innovadoras, ya que cada portal ofrece diferentes maneras de comunicarse, ya sea con la escritura común o también con otros tipos de códigos de escritura.

Asimismo, Lemus (2005) comenta sobre el uso de los recursos gráficos que ofrecen los portales, como cambiar el color del texto, subrayar frases, introducir imágenes o sonidos lo cual hace la comunicación por medio del **Chat** mas dinámica.

Una de las peculiaridades de **Internet** es su enorme poder de penetración, puede ser utilizado por un público grande, heterogéneo y anónimo. En tal virtud, investigadores y especialistas se han preocupado y han puesto su interés en los cambios que presenta este medio, especialmente en cuanto al código de la escritura por medio de **Internet**, por ejemplo Bruno Córdova en su artículo sobre **la Internet**, define que el uso de imágenes o gráficos son elementos que dan emotividad a los mensajes ya que él piensa que la escritura común por Internet es inhumana porque no se perciben las emociones; por lo tanto, el uso de emoticones en la escritura cibernética le da mas humanidad haciendo una comunicación mas atractiva.

Por otro lado, en la página **Web** emoticonesanimados.com expone que *“el uso de emoticones u otros elementos gráficos o imágenes no son necesarios para transmitir los mensajes”*, asimismo, se expresa que al receptor no le interesa un mensaje con elementos estéticos si no que prefiere un mensaje que se pueda entender con claridad; por otra parte, también menciona que el uso de ellos es una actitud inmadura y lo denomina como lenguaje **Emo**. Esta definición se basa

Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala
-José Gustavo González Kish-

directamente a conversaciones escritas utilizando únicamente imágenes o iconos, ya para expresar variadas emociones y estados de ánimo, al emitir juicios de valor sobre algún aspecto de la vida, buscando asimismo, generar estas mismas emociones al receptor de los mensajes.

Por último, en el sitio **Web** fresno.cnice.mecd.es se presenta un estudio de la escritura de las nuevas tecnologías en donde propone que está surgiendo un nuevo código de escritura electrónica, ya que por diversos factores como la rapidez al enviar el mensaje, por moda y economía. Influye el uso de otros elementos que facilitan la escritura en los portales, por lo cual nos indica que esta surgiendo un código nuevo.

En el caso de esta investigación, se abarcó el uso de los códigos que utilizan los jóvenes estudiantes universitarios de la Universidad San Carlos de Guatemala, específicamente en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, en sus conversaciones por **Internet**



1.3. JUSTIFICACION:

En la actualidad el **Internet** como herramienta de comunicación escrita ha desarrollado distintas formas para enviar mensajes. En sus portales de mensajería se puede observar diversos signos icónicos para expresar ideas por medio de imágenes o códigos que sustituyen a las palabras. Los mencionados códigos facilitan la rapidez del envío de mensajes, aunque esto provoque una distorsión en la escritura común, hecho que ha sido juzgado por algunos críticos y usuarios como un elemento negativo para la escritura estándar correcta.

Este fenómeno en la actualidad forma parte de la cotidianidad de miles de seres humanos alrededor del mundo, en tal virtud, es importante conocer más de cerca sus alcances, funciones, críticas, entre otros, por medio de estudios que coadyuven a orientar a la población en torno de los códigos de comunicación escrita que utilizan los estudiantes de la universidad de San Carlos de Guatemala dentro del **Messenger**, específicamente, de los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la carrera de Publicidad Profesional de la jornada nocturna. La utilidad de esta investigación es proporcionar a los lectores, información sobre el uso que le dan los jóvenes a los diversos elementos de escritura que proporciona el **Messenger**.

También establecer una nueva fuente de información para estudios enfocados ha dicho problema y demostrar cuáles son estos códigos que en la actualidad utilizan los usuarios de Internet en el servicio de mensajería instantánea conocida como **Messenger**. La razón principal de esta investigación es aportar nuevos datos que permitan repensar algunas de las políticas en torno al **Internet** y sus efectos colaterales.

1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La escritura es una forma de comunicación que nace con esos seres primitivos, hombres en pleno proceso filogenético, armados de un cerebro que a fuerza de equivocarse fueron aprendiendo a dar significado a su existencia mediante la invención de signos y códigos. La escritura que hoy se utiliza tiene su génesis en los primeros homínidos que al salir de la caverna empezaron a imitar lo que veían a su alcance, utilizando palos o las partes de su cuerpo fueron creando las primeras huellas de lo que con el tiempo se denominaría escritura. De las primitivas señales de humo hasta los medios más sofisticados con el **Internet**, el ser humano está totalmente dominado por una serie de signos y códigos que lo han ido llevando por las vías de la evolución.

La **Internet** es un medio de comunicación e información que ofrece la facilidad de poder adquirir datos para diferentes fines: educativos, laborales, comerciales y entretenimiento. Y también poder interactuar con otras personas a larga distancia, por medio de páginas como por ejemplo: **Messenger**, **hi5**, **Sagastume.com**, **Yahoo**, **Gmail** y **Hotmail**.

Estos portales ofrecen a los usuarios una manera más fácil de comunicación escrita, en algunos casos dichos programas ofrecen el uso de iconos, animaciones, logos, sonidos y emoticones, éstos se combinan con el sistema de escritura que utilizan los usuarios con la opción de utilizar los elementos de escritura a discreción del mismo o escribir sus mensajes de manera que su grupo social logre interpretar la información que se envía.

**Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las
estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación
de la Universidad San Carlos de Guatemala**
-José Gustavo González Kish-

Luego de haber observado a los jóvenes universitarios que son los que tienen más acceso a **Internet** utilizando los diferentes portales de conversación electrónica, se puede determinar que éstos aparte de utilizar la escritura normal o de uso común también usan otros elementos en sus conversaciones por lo tanto es así como surge la siguiente pregunta : ¿Cuáles son los códigos de comunicación escrita que se utilizan en el **Messenger** por los y las estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala?.

1.5. ALCANCES Y LÍMITES

1.5.1. ALCANCES

El alcance de la investigación se fortalece al cuestionar a estudiantes universitarios de la carrera de Técnico en Publicidad que se imparte en las instalaciones de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Este Estudio que se llevó a cabo en los meses de junio y julio del 2008. Los resultados habrán de producir efectos entre los jóvenes informantes y en algunos otros sectores de similar idiosincrasia.

1.5.2. LÍMITES

Los principales límites de la investigación pueden comprenderse de la manera siguiente:
por falta de tiempo y financiamiento no pudo utilizarse una muestra más grande que permitiera obtener datos distintos a los que se obtuvieron.

Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala
-José Gustavo González Kish-

3.2 OBJETIVOS

GENERAL

- ④ Analizar los códigos escritos que utilizan los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala al utilizar el **Messenger**.

ESPECÍFICOS:

- ④ Identificar los códigos de comunicación escrita que se utilizan en el **Messenger** por los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la carrera Publicidad Profesional jornada nocturna de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- ④ Describir los códigos de escritura más utilizados en el **Messenger** por los y las estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la carrera técnica Publicidad Profesional, jornada nocturna, de la Universidad de San Carlos de Guatemala.





Marco Teórico



Una
hora



2. MARCO TEÓRICO

Cuando se habla de comunicación de masas sin importar el medio que se utilice ya sea, la radio, prensa, televisión o Internet, en este caso por medio del **Messenger**, se utilizan diferentes signos que en conjunto conforman un mensaje. El emisor como el receptor tiene que tener algún tipo de particularidad de manejar el mismo código, para entenderse mutuamente, por lo que es importante definir en primera instancia qué es un código. Los medios de comunicación de masas utilizan una tecnología avanzada lo cual les permite llegar a una gran cantidad de seres humanos con los mismos mensajes, lo que implica efectos sociales positivos y negativos. El receptor corre el riesgo de ser masificado, dicho de otro modo, asumido por los dueños de dichos canales no como persona consciente sino como un objeto al que se puede manipular. Los especialistas en el tema recomiendan tener cuidado con los mensajes que emanan de los canales de difusión masiva, ya que éstos utilizan una gran variedad de códigos que en muchas ocasiones tienden a homogenizar las prácticas culturales.

2.1 Código

Los códigos permiten la creación, la representación, la estructura y la organización de los signos, los cuales adquieren su significación en la acción social. Velásquez (2006:79) define el término *“código como un sistema de reglas que permite a los sujetos comunicarse entre sí”*, Se puede entender que por medio de un procedimiento de normas, los seres humanos facilitan los procesos de significación, entendimiento y evolución. Los códigos subyacen a la variedad de discursos que concurren en la vida humana.

Por otro lado, el mismo autor cita a Niño Rojas expresando que: *“los códigos son conjuntos organizados de signos, regidos por reglas para la emisión recepción de mensajes”*. Se puede decir que un signo por si solo no tiene sentido si éste no se establece en un código en el que, tanto el emisor como el receptor lo manejen y lo entiendan.

Tomando en cuenta la diversidad de culturas, idiomas, países, etc. no se puede hablar solamente de un código universal, ya que por estas diferencias cada conjunto de personas opta por establecer sus propios códigos para entenderse con la sociedad a la que pertenece. Las características demográficas también influyen en el uso de los códigos y en la interpretación que se le da a los signos. Cuando un ser humano se comunica con sus semejantes, utiliza simultáneamente una variedad de códigos, jamás emplea uno solo. Por ejemplo, en una conversación por el sistema de mensajería instantánea, entre un político y un campesino, los dos podrían utilizar el sistema de escritura del idioma español, pero no cabe duda que ambos utilizarían términos diferentes, acordes a su profesión y su contexto. Además ambos podrían utilizar imágenes, colores, mapas, etc. Una condición entre las dos personas del ejemplo citado, para que realmente se entiendan, deben manejar los mismos códigos. Sí el campesino solamente habla su lengua Materna, (Quiché, Guaraní, etc) no podría ser receptor de un mensaje escrito en español.

2.1.2 Clases de códigos

Como se menciona anteriormente, la interpretación de los signos y la definición que se les dé a ellos, determinarán distintos tipos de códigos, de los que se tomarán en cuenta los más importantes propuestos por Roland Barthes:

- Lingüístico
- Paralingüístico
- Extralingüístico

2.1.2.1 Lingüístico

Este código es el más importante para el ser humano, ya que por medio de éste, se expresan los pensamientos y pueden ser diferenciados, debido a que se aprenden dependiendo de los códigos que se utilizan en su entorno social, por aparte se pueden expresar las ideas por medio de las palabras; asimismo se caracterizan por tener una doble articulación que son la primera y la segunda articulación, la primera opera a través de los Morfemas, se refiere a la descomposición de las palabras en pequeñas unidades que tendrán significado y la segunda, por medio de Fonemas, pequeñas unidades sonoras distintivas que al combinarse entre sí dan origen a otras palabras.

Los códigos lingüísticos pueden ser utilizados de forma oral y escrita.

Sagastume al respecto expresa: (2000:24) los códigos lingüísticos “*son todos los mensajes verbales, escritos, y orales que encontramos en todo nuestro alrededor*” se puede comprender como el procedimiento que realizamos para comunicarnos de cualquier tipo de forma para poder expresar nuestros pensamientos y sentimientos. La posible incomunicación entre un emisor y un receptor muchas veces se debe a problemas en la utilización de los códigos.

2.1.2.2 Paralingüístico

El ser humano cuenta con un gran repertorio de códigos con los que puede enviar diferentes mensajes, cada uno tiene su propio repertorio de signos y sus respectivas normas de combinación. Por ejemplo el código de la música por medio de sonidos consonantes, el gestual por medio de gestos, el periodismo impreso, por medio de palabras e imágenes, etc.



Los paralingüísticos tienen la particularidad de integrarse con los códigos lingüísticos o ser auxiliares al momento de emitir un mensaje, ejemplo los gestos de la cara sirven para complementar lo que se expresa por medio de palabras, los ademanes en las conversaciones cotidianas afirman o niegan lo que se expone a través de otros códigos.

Vargas define *“el área de conocimiento que estudia la expresión de los mensajes no verbales producidos por la voz, se conoce como para lingüística, la que trata lo relacionado con el paralenguaje, que se refiere a ‘todo estímulo producido por la voz humana (con la excepción de las palabras) que puede ser oído por otro ser humano’*”. Citado por Sagastume (2000:30) Se entiende como algún tipo de enunciado que emerge del sonido del ser humano para que sea percibido por otro.

Asimismo estos códigos conducen a todo tipo de mímicas, gestos, etc. para que éstos puedan llegar a formarse en una conducta comunicativa, este tipo de códigos tiene como característica principal la particularidad de comunicar sin expresar ninguna palabra que pueda ser escuchada por las demás personas que ejecuta la interacción.

2.1.2.3 Extralingüísticos

Estos códigos se diferencian de los anteriores y no se relacionan con los códigos lingüísticos por lo cual no se valen de palabras para expresar una idea o utilizar algún signo auxiliar para reforzar el mensaje. Este tipo de código se puede observar por ejemplo, en iglesias, marchas, gimnasia, desfiles, y en otras construcciones que muestran códigos particulares sin necesidad de usar palabras.

Como en la página web www.virtual.unal.edu.co código extralingüístico se define de la manera siguiente “Su característica es la autonomía funcional con respecto al lenguaje y la falta de relaciones directas de recodificación sustitución o auxiliaridad con el mismo. Muchos códigos lingüísticos se emplean combinadamente con signos lingüísticos”.

Actualmente, el código que tiene mayor relevancia en los diversos medios de comunicación visual, es el icónico ya que por medio de imágenes se puede transmitir mensajes sin necesidad de escribirlo o hablarlo.

2.1.2.4 Icónicos

Dentro de los códigos no lingüísticos los que tienen mayor relevancia para esta investigación son los códigos icónicos ya que éstos son los que más ofrecen los portales de **Internet** y que pueden ser utilizados por cualquier emisor, la única condición es saber como funcionan en la producción del sentido del mensaje.

Sagastume (220:49) indica que los iconos “*son signos que hacen referencia a un objeto real, estos signos tienen características especiales que se utilizan para transmitir mensajes y para que a través de ellos los receptores interpreten de mejor manera los mismos*”. Se puede definir entonces, como a la forma que se le da a alguna expresión existente para expresar sentimientos o pensamientos de diferente manera a los que reciben la información.

Según la página wikipedia.org “*El **iconismo** es un sistema de representación tanto lingüístico como visual. Se habla de **iconismo** al tratar la representación de la realidad a través de las imágenes. Entendemos por «realidad» la «realidad visual», considerada en sus elementos más fácilmente apreciables: los colores, las formas, las texturas, etc.*”. Por lo tanto, el iconismo es la proyección de mensajes de una manera más amena de modo que se utilizan imágenes, en donde su expresión se resalta de una forma más entendible por medio de un gráfico.

**Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las
estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación
de la Universidad San Carlos de Guatemala**
-José Gustavo González Kish-

También se puede definir como el signo por medio de la imagen representando una situación de la realidad, dando una perspectiva al visualizador para comprender un mensaje entre más esté simulado el ícono con la realidad, mayor será su comprensión.

De esta manera, se puede concluir indicando que un código icónico puede ser una forma gráfica, fotográfica, o cualquier serie de imágenes que transmiten algún tipo de información estructurada de un emisor a un receptor.

2.1.2.5 Hermenéutico

Hermenéutica, proviene del griego *hermeneutiqué* que significa ciencia o técnica y que en latín es *interpretâri*, que se define como el "arte de interpretar los textos".

Los hermenéuticos se encargan de interpretar lo que se está observando siempre y cuando esté dentro de lo comprendido. Según Ricoeur en la página **Web** www.sincronia.cucsh.udg.mx define como hermenéutica "*Toda interpretación se funda en el comprender. Lo articulado en la interpretación en cuanto articulado en ella y lo diseñado como articulable en el comprender en general, es el sentido*".

En la página electrónica Wikipedia.org se amplía la definición, de hermenéutica expresa que: "*es la ciencia y arte de la interpretación, sobre todo de textos, para determinar el significado exacto de las palabras mediante las cuales se ha expresado un pensamiento*".

2.2 La Comunicación

El hombre, desde su origen, ha tenido la necesidad de poder expresar sus pensamientos, ideas, sentimientos, etc. Históricamente el ser humano ha buscado la manera de comunicarse, ya sea por medio de imágenes dibujadas en las piedras ya que daban a transmitir sucesos o ideas por medio de símbolos. En el año 9000 y 4000 años A.C., es cuando aparece el área, posteriormente surgió la escritura en donde las primeras transmisiones fueron avisos, luego surgió la imprenta escrita y el papel que sustituía al pergamino y así fueron surgiendo los medios de comunicación. A través de la comunicación el ser humano conforman sus valores, su identidad y su razón de ser en el universo. Según los teóricos de la comunicación ésta nace ante la necesidad que tenían los seres humanos de conformar su mundo material y espiritual.

Etimológicamente la palabra comunicación se deriva de latín **communicationis** que significa acción o el efecto comunicar.

Según la página www.auladeletras.net : *“La comunicación consiste en un acto mediante el cual un individuo (ser humano, animal u objeto). Establece con otro u otros un contacto que le permite transmitir una determinada información.*

La realización de un acto comunicativo puede responder a diversas finalidades: Transmisión de información, Intento de influir en los otros, manifestación de los propios estados o pensamientos”. La comunicación siempre conlleva implícito un componente de información. Pero no deben confundirse los términos, información es simplemente una transferencia de mensajes, entre tanto que comunicar significa que emisor y receptor compartan y experimenten cambios positivos para ambos.

Por lo tanto, se puede decir que comunicación es la forma con otras personas.

Escobar (2007:23) expresa: *“La comunicación es el fenómeno humano social por excelencia. Cuanta más rica son las experiencias, conocimientos y valoraciones que los seres humanos intercambian tanto mas llegan a realizarse y completarse. Los hombres no solo se comunican pensamientos, expectativas, formas y normas de conducta si no que también, experiencias místicas y religiosas”*. Por ende entre mas interacción existe entre los hombres se intercambian diversas costumbres que esto hace enriquecer el conocimiento de los seres humanos.

Por último, Samayoa (2006:9) concluye que la *“comunicación es un proceso que se vale de signos, códigos, palabras, imágenes, etc. Para la transmisión de ideas y emociones, con el fin de interactuar con otras personas”*. Esto quiere decir que para poder comunicarse con las demás personas, no existe un límite de signos y por ende de códigos para la elaboración y expresión de mensajes.

2.2.1 Proceso y elementos de la comunicación

Como la comunicación es una actividad que realiza el ser humano en su entorno social, en ella intervienen varios elementos que complementan la estructura de la elaboración, recepción y emisión del mensaje.

Escobar (2007:25) establece que *“se le llama proceso o circuito de la comunicación, a que todos los factores deben de ir unidos y ninguno puede actuar por sí solo”*. Es decir que la comunicación no puede darse si falta alguno de los elementos que conforman este proceso.

**Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las
estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación
de la Universidad San Carlos de Guatemala**
-José Gustavo González Kish-

De la misma manera, cuando se da un proceso comunicativo, se utilizan los siguientes elementos:

- Comunicador.
- Código
- Canal.
- Mensaje.
- Perceptor
- Retorno.
- Contexto.

Comunicador: es quien envía el mensaje; éste es el primer representante del proceso comunicativo. El comunicador inicia el proceso, al expresar sus ideas a un receptor o receptores entrega algo personal. El que comunica queda la descubierto y su mensaje puede ser ignorado, mal entendido o aprovechado para ser comunicado a otros. Según la página de la **Internet** virtual.unal.edu.co. En todo proceso de comunicación se lleva a cabo un proceso de intercambio de información, sentimientos, emociones, etc. entre personas o grupos.

Canal: En términos generales es el vehículo que permite la transmisión de un mensaje. Para que el canal sea efectivo, exige la participación y la conexión de todos los elementos que intervienen en un acto de comunicación. Los avances tecnológicos han permitido una gran proliferación de canales artificiales y éstos a su vez, han provocado grandes cambios a nivel político, social y cultural. El fenómeno conocido como Globalización es un claro ejemplo de la importancia que han adquirido los canales para enviar mensajes simultáneamente a todo el mundo. Para según Interiano (2003:16) *“es el medio a través del cual se transmiten los mensajes por esta razón puede llamarse también (Medio)”*.



**Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las
estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación
de la Universidad San Carlos de Guatemala**
-José Gustavo González Kish-

Receptor: es quien intercepta el mensaje enviado por el emisor. Al igual que el comunicador, el receptor no siempre es una sola persona, puede ser un grupo social. El verdadero proceso de comunicación se establece en el momento en el que el receptor se convierte en comunicador (emisor) y viceversa. La comunicación humana está fundamentada en esa posibilidad de intercambio de papeles. Cabe recordar que la vida es, antes que nada, relación, tanto a nivel físico como nivel psicológico y social.

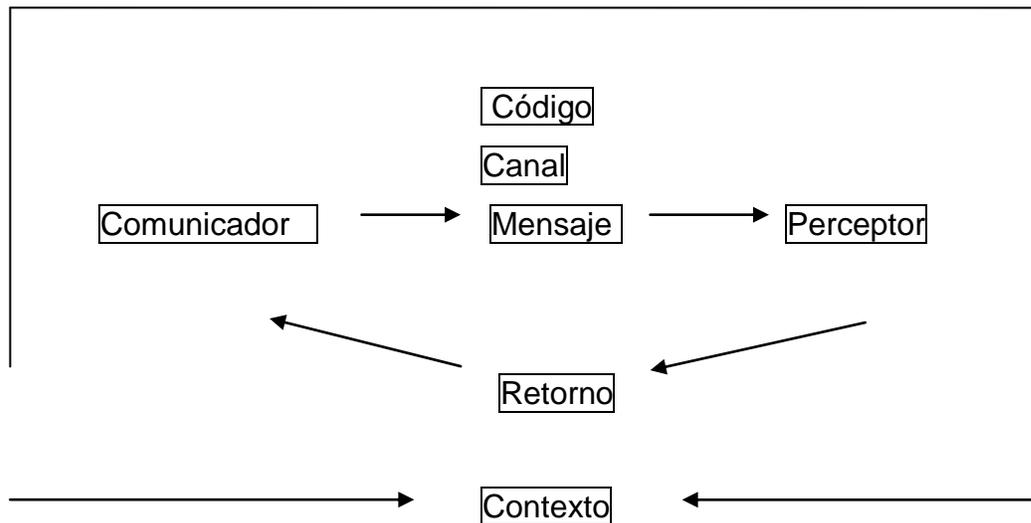
Mensaje: es lo que se habla, dice y escribe, por parte del emisor para que llegue al receptor. Interiano (2002:142) define el mensaje "es *el conjunto de ideas traducidas en símbolos o señales, destinadas a ser transportadas a través de un canal a un receptor*". Un mensaje es la información en sí, previamente organizada por el emisor. El mensaje es el elemento que mueve la comunicación. Expresar que cuatro por tres son doce es enunciar una verdad teórica que no influye en los niveles de la personalidad. El verdadero mensaje siempre será una manifestación de comunicación del yo, para buscar en el otro un cambio de actitud o alguna solución mutua a los problemas cotidianos.

Contexto: según Interiano (2003:19) "*es el marco socio-económico y cultural donde se difunden los mensajes en un determinado periodo histórico*". Todo mensaje es esclavo de un contexto, es decir, que el medio y las circunstancias son factores que condicionan el sentido real del mensaje.

A Continuación se presenta el modelo tradicional del proceso de la comunicación interpersonal.

Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala
-José Gustavo González Kish-

Acto de Comunicación Humana



Fuente: Interiano Carlos (2003:22).

2.2.2 Clases de comunicación

La comunicación es la forma de expresar sentimientos, emociones, ideas etc. Pero existen tres clases distintas, que se diferencian según la cantidad de personas que participan en el proceso de comunicación, son las siguientes:

- Comunicación Intrapersonal
- Comunicación Interpersonal
- Comunicación de masas

2.2.2.1 Comunicación Intrapersonal

Este tipo de comunicación es la que se realiza en el interior de cada ser humano, se puede experimentar internamente con el propio yo; también podría definirse como “el hablar con uno mismo”. Su plenitud y su profundidad

constituyen la experiencia más enriquecedora de comunión y también de creatividad y de felicidad.

En el libro Comunicación de Masas, el autor Burgelin (1974:135) expresa: *“podríamos restringir este concepto a la manipulación de señales que se producen en un individuo en audiencia de otras personas, aunque tal vez éstas se encuentren presentes simbólicamente en su imaginación”*.

La comunicación intrapersonal es el modo en que se es coherente con uno mismo es la manera de llevar una relación adecuada entre lo que piensa, se siente y se hace es, en otras palabras, ser congruente, tener el privilegio de expresar con palabras que se adecúen justamente a lo que se quiere decir sin dar oportunidad a interpretaciones ambiguas.

Para lograr una correcta comunicación intrapersonal es preciso aprender a conocerse a sí mismo, es la piedra angular de las relaciones humanas. El mundo interior es mucho más rico y variado que el exterior, pero mucho más difícil de comunicar. Se alcanza un nivel pleno de comunicación interpersonal cuando el ser humano se identifica, se acepta y se ama a si mismo.

2.2.2.2 Comunicación interpersonal

Es la forma de expresar sentimientos, ideas, emociones, pensamientos, etc. entre dos o cinco personas, que establecen relaciones de carácter social, donde hay un ir y venir de información entre los participantes que conforman el proceso de la comunicación.

Según Cantu (1999:136) la comunicación interpersonal se establece *“cuando dos o más personas transmiten un mensaje en forma directa (comunicación cara a cara en que se pueden usar todos los sentidos) y reciben una respuesta inmediata”*.

La página de Internet Plataforma.uchile.cl define como comunicación interpersonal de la manera siguiente: *“El tipo de comunicación bidireccional en el cual se lleva a cabo un proceso de intercambio de información, sentimientos, emociones, etc., entre personas o grupos”*. Se comprende, por lo tanto, bajo el concepto de comunicación interpersonal, el conjunto de procesos físicos y psicológicos, por los cuales dos o varias personas se hallan relacionadas con el fin de alcanzar objetivos comunes.

2.2.2.3 Comunicación de masas

También llamada comunicación masiva, es aquella en donde mediante el proceso de comunicación se realiza un mensaje a un público indeterminado, amorfo y anónimo.

En el Libro la comunicación de masas Burgelin (1974:7) define como comunicación de masas *“es el modo particular de la comunicación moderna, que permite al emisor de la comunicación dirigirse simultáneamente a un gran número de destinatarios”*.

La comunicación de masas va de la mano con el apareamiento y desarrollo de los medios de comunicación, en donde por medio de éstos se origina la difusión de diferentes tipos de mensajes, en búsqueda de proveer información y transmitirla a las personas. Los mensajes que se transmiten a través de la llamada comunicación de masas no siempre son claros. Muchas veces en mensajes que parecen claros se transmiten mensajes subliminales. Los expertos en el tema explican que un mensaje es subliminal cuando llegan a los receptores sin que éstos se den cuenta e influyen en su comportamiento psicológico, moral y físico. Los mensajes subliminales son perturbaciones que afectan la razón, la conducta y el accionar de los seres que se encuentran expuestos a los mismos.

2.2.3 Formas de comunicación

Históricamente, la primera forma de comunicación del hombre fue de carácter verbal por medio de sonidos, poco a poco se fue estableciendo como lenguaje. Seguidamente el hombre estructuró diversos signos para transformarlos en un sistema de escritura que daban a entender mensajes, que a diferencia de la comunicación oral que solamente se expresa el mensaje y se desaparece en el mismo momento en que fue emitido, en la comunicación escrita los mensajes quedan plasmados en la historia, como ejemplo: los jeroglíficos mayas y egipcios, manuscritos, estatuas, paredes de templos, etc. Para ampliar más el tema se definirán estas dos formas de comunicación.

2.2.3.1 Comunicación oral

La comunicación es un fenómeno social que engloba todos los actos a través de los cuales los hombres como seres vivos, se relacionan con su mundo exterior por medio de códigos orales, escritos, etc. La comunicación oral o hablada es toda aquella expresión que se ejecuta por medio del habla, por ejemplo: cuando se conversa con los amigos, cuando sostiene una conversación telefónica cuando canta o declama etc.

La página www.kalipedia.com/lengua-castellana al respecto expone: “La comunicación oral se desarrolla a través del diálogo. Este se caracteriza por la presencia e intervención de varios emisores, el uso de códigos y registros de lengua muy distintos, así como por la inclusión de diferentes tipos de discurso”.

2.2.3.2 Comunicación Escrita

No es posible entender al ser humano sino como parte importante de una realidad compleja, que es el grupo sociocultural. El hombre nace, crece, actúa y se desarrolla en un mundo de personas agrupadas y organizadas socialmente a través de códigos de comunicación. Gracias a su capacidad de crear formas de comunicación, el hombre se expresa, entra en comunión con su medios, con otros seres humanos y con las cosas, dialoga y vive en sociedad, explica sus ideas y apetencias, comprende la naturaleza y los seres que lo rodean, piensa inventa nuevas formas de convivencia y de perpetuar la cultura. La comunicación escrita es un claro ejemplo de su deseo de perpetuarse sobre la faz de la tierra. A través de los textos escritos el hombre ha dado cuenta de sus hazañas de mejora de la especie al permitir que otros conozcan las etapas de su desarrollo histórico y cultural.

Según la página **Web** es.wikipedia.org *“La comunicación escrita traspasa los límites del espacio y el tiempo, la interacción no es inmediata o no se produce nunca pues no está presente el receptor, las palabras están solas en el texto, pues el que escribe no sabe quienes van a leer el texto, su estructura sintáctica es compleja y posee mayor riqueza léxica y precisión”*. Por lo tanto, se puede concluir que la comunicación escrita tiene como característica, elaborar un mensaje que no tiene un receptor establecido, y tiene una particularidad que lo que se escribe, puede permanecer a través del tiempo, estas características lo diferencian de la comunicación oral.

Con base a las características propuestas por Cantu (1999:16) en su libro comunicación oral y escrita, se hará una síntesis de las características más importantes de la comunicación oral y escrita en la división contextual y textual de cada uno de ellos, en donde al mismo tiempo, se podrán entender las diferencias que existen entre ambos medios de comunicación:

Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala
-José Gustavo González Kish-

Verbal:

El mensaje se capta por medio del oído, se produce espontáneamente, y es posible rectificar pero no borrar lo dicho; asimismo, es rápido y se pueden percibir los mensajes durante el tiempo que se emiten los sonidos, se puede encontrar la falta del uso de códigos no verbales, aunque tiene una interacción entre el emisor y el receptor, de esta manera se apoya del contexto lingüístico, por lo tanto en las características textuales se pueden resaltar el manejo de temas generales, la estructura del texto que es abierta, utiliza pausas, cambio de ritmo, velocidad, variación de tonos, frases, que es de léxico informal y palabras o expresiones que se repiten, todo esto se produce en el momento de emitir los mensajes.

Escrita:

El receptor capta los mensajes por medio visual el texto se puede rehacer, por lo tanto es más lento, la información se conserva por mayor tiempo, además el texto es indispensable del contexto, en lo textual podemos referir que el manejo del tema es formal y el objetivo por otra parte selecciona y precisa la información, así como utiliza signos de puntuación, sinónimos, sintaxis, se tiene la opción de utilizar recursos de tipografía, negritas, cursivas, subrayado etc., y se opta por un léxico más formal.

2.3 Medios de comunicación:

Son todos aquellos canales artificiales o instrumentos por lo que se transmite información de diversa índole a grandes sectores de la sociedad.

Según Escobar del cid (2007:27) en su libro explica que los medios de comunicación *“son aquellos que nos permiten mantener una constante comunicación entre las personas, dentro de los medios de comunicación podemos mencionar: el cine, la televisión, la prensa, la radio”*. Por lo tanto cada medio de comunicación tendrá características propias con el fin de informar.

2.3.1 Características generales de los medios de comunicación

Dentro de las características más significativas se pueden mencionar:

- Son conservadores y carecen de un espíritu crítico
- Se manipula la información
- Se masifican a los receptores
- son canales de transmisión de ideas
- existe solamente una línea de comunicación exclusiva
- utiliza instrumentos simulados con alto costo por las nuevas tecnologías.
- La recepción es de forma pasiva.
- Los medios se involucran en las actividades económicas.

2.3.2 Clasificación de los medios de comunicación

Los medios de comunicación pueden ser sonoros, auditivos, impresos o escritos, audiovisuales, multimedia desde el punto de vista de la recepción del mensaje.

2.3.2.1 Sonoros o auditivos:

En este rubro se puede mencionar la radio, ésta tiene la característica de enviar la información por medio auditivo en donde las ondas sonoras llegan hasta el receptor, se puede escuchar de forma individual y colectiva, y los mensajes son menos perecederos, permite la participación del público, etc.

2.3.2.2 Impresos o escritos:

Dentro de los medios impresos se puede mencionar a la prensa, tiene la particularidad de ser un medio escrito en donde se origina el proceso de comunicación, de otra manera, su función consiste en dar información de diferentes ámbitos tanto sociales a nivel nacional como internacional, económicos, políticos, deportivos etc. así también se publica en este medio material publicitario ya que es un medio directo y editado diariamente.

También se puede mencionar al correo telegráfico, que tiene como característica palpar un mensaje por medio de la escritura que puede ser enviado a diferentes destinos, es de los más antiguos y últimamente no está siendo desplazado por el correo electrónico.

2.3.2.3 Audiovisuales:

Los medios visuales son en la actualidad muy apreciados por el receptor, sobresalen: el cine y a la televisión, se identifican por ser un sistema de transmisión de imágenes en movimiento, ambos tienen la característica de ser un medio completo, los mensajes son perecederos, y su capacidad de comunicación es formidable ya que se introducen imágenes, efectos de sonido, luces, entre otras.

2.3.2.4 Multimedia:

Las computadoras por medio del **Internet** que ha venido desarrollando una manera importante en las formas de comunicación, ya que encierra todas las características de los medios antes mencionados puede ser escrito, visual y auditivo, asimismo lo hace un medio en donde el usuario puede ser participe de una interacción.

Por lo tanto, el medio de comunicación de masas que ha cobrado más importancia en el mundo hoy por hoy, es la **Internet**.

Históricamente se ha venido originando un progreso en el tema de las tecnologías de la comunicación, que han ido restando importancia a medios de comunicación como el telégrafo y el correo tradicional, que en la antigüedad eran de uso indispensable para enviar mensajes.

En la actualidad estos medios son secundarios por el aparecimiento de la computadora, ésta ha generado una evolución en las formas de comunicación, asimismo, por medio del **Internet** y sus portales de comunicación escrita. Durante la época de los noventa el sistema de comunicación por **Internet** tuvo un desarrollo explosivo. El **Internet** ha dinamizado la vida humana y ha creado nuevas oportunidades de llegar progresivamente a un mayor número de personas en el mundo. Es en potencia una ventana abierta para hacer negocios, para buscar oportunidades de trabajo, es una herramienta importante para acceder a información. También es señalado por algunos investigadores de crear efectos negativos como la adicción, la sedentarización, el acceso a la pornografía, el comercio de bienes superfluos y otros.

2.3.1 ¿Qué es **Internet**?

La **Internet** es un conjunto de redes conectadas entre sí, hasta llegar a la computadora en donde se generan intercambios de información a nivel mundial y se recopilan dentro de la red.

en la página **Wikipedia.org** se puede encontrar la siguiente definición de **Internet** en el sentido tecnológico: *” es un método de interconexión descentralizada de redes de computadoras implementado en un conjunto de protocolos denominado **TCP/IP** y garantiza que redes físicas heterogéneas funcionen como una red lógica única, de alcance mundial”.*

Saenz cita a Carlos Interiano quien da una definición mas completa sobre **Internet** (2001:87) *” **Internet** es una red gigantesca, es un conjunto de redes, de ordenadores y equipos físicamente unidos mediante cables que conectan puntos de todo el mundo. Estos cables se representan de muchas formas: desde cables de local (varias maquinas conectadas en una oficina o campus) a cables telefónicos convencionales, digitales y canales de fibra óptica que forman carreteras principales”.*

Por otro lado la página civila.com define la **Internet**; *“en la actualidad es una enorme red que conecta redes y computadoras distribuidas por todo el mundo, permitiéndonos comunicarnos y buscar y transferir información sin grandes requerimientos tecnológicos ni económicos relativos para el individuo”.*

En si la **Internet** hace que las distancias geográficas, culturales y sociales se acorten, ya que accedando a la red se amplia el conocimiento en todo tipo de temas en virtud que es un canal de información a nivel global.

2.3.2 **Internet** como medio de comunicación:

Es el medio de comunicación más reciente que vino a evolucionar el campo de los medios de comunicación, ya que este puede convertirse en un canal para los medios comunes como la radio, prensa y televisión; asimismo, es un medio en el que se puede utilizar como información, así también se puede manejar como medio de comunicación tanto a corta como a larga distancia, por medio escrito de códigos escritos, visuales, auditivos, etc.

La **Internet** como medio de comunicación, se caracteriza por ser universal ya que no existen límites en cuanto a la búsqueda de información o a la emisión de mensajes, permite establecer una conexión de una a más personas y viceversa, por lo que es personalizable.

Por otra parte, tiene la particularidad de ser un canal bidireccional ya que permite una interacción dentro de la red, en cierto punto se convierte en una necesidad, de la misma manera es un medio masivo y auxiliar de otros medios de comunicación.

La **Internet** como medio escrito tiene la característica de poder recuperar información o recopilar información, hacer correcciones antes de enviar un mensaje o estructurar el mensaje, cuenta con información que se va actualizando constantemente, como otro uso importante es el acceso a diversos documentos. Además se pueden realizar actividades interactivas con los demás usuarios por medio de portales de comunicación.

2.3.3 Portales de Mensajería Instantánea en **Internet**

En primera instancia es importante definir que es un portal. Es la forma de referirse a una página **Web** o sitio **Web**, la cual es la iniciación para explorar dentro de la **Internet**. Dentro de estos portales, cabe mencionar, **Yahoo, Google, Excite, Netscape, Lycos, CNET, Microsoft Network, y América Online.**

Estos portales se caracterizan por brindar servicios de búsqueda de información, buzones de correo, mensajería instantánea, información de clima, directorios telefónicos, etc.

Existen una gran cantidad de programas diseñados para prestar el servicio de mensajería instantánea, dentro de **Internet** en todo el mundo aunque no todos tienen el mismo porcentaje de usuarios, a continuación se presenta un listado de estos programas que aparecen en la página **Web** de es.wikipedia se mencionaran a continuación:

- **MSN 0.97:** Esta es una versión muy similar a la del **Messenger** original, ya que contiene algunas características adicionales como alarmas de eventos y archivo de históricos.
- **Exodus 0.9.1** es un cliente **Jabber**.
- **Mercury 1.9:** este puede ser compatible con **MSN** y contiene ciertas características adicionales como múltiples identidades simultáneas, soporte de videocámaras, **plug-ins** para juegos, etc. el programa está en inglés, pero se puede descargar el archivo de traducción al español y por supuesto, en otros idiomas.

**Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las
estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación
de la Universidad San Carlos de Guatemala**
-José Gustavo González Kish-

- Miranda IM 0.7.5 **Windows** 9X Este programa es un cliente de mensajería instantánea que consume pocos recursos y que es compatible con las sus capacidades. Esta versión es para **Windows XP**.
- **Paidgin**

- 2.4.0 **Pidgin**
- **Pidgin** 2.4.1.

- **Tkabber** 0.10.0 rev 4

- **Trillian** 3.1.9.0 Basic

Dentro de los servicios de mensajería instantánea, se mencionan, los más utilizados:

- **Instant Messenger de AOL**
- **MSN Messenger de Microsoft**
- **Yahoo Messenger**
- **ICQ**

Según Gilberto Romero, que es un analista de **software** menciona en la página sitiosargentina.com.ar, que: “ *el programa con mayor porcentaje de demanda es el **Microsoft, MSN Messenger**, con más del 55% de la base instalada, seguido de **Yahoo** con 28%, **AOL Messenger** 7%, **ICQ** con 4% y el restante 6% se reparte en otro tipo de servicios.*” Por lo tanto con los resultados de estas estadísticas, se tomó como base para la presente investigación, al programa de mensajería Instantánea **Messenger**.

2.5. Messenger

En la **Web**, **Wikipedia** da la definición universal sobre **MSN Messenger o Windows Live Messenger** la cual se interpretó como aquel programa conocido de mensajería instantánea para sistemas **Windows**. Bajo esta denominación se engloban realmente tres programas diferentes:

MSN Messenger: Es un usuario de mensajería instantánea y su denominación se utiliza para determinar todos los programas de mensajería de **Microsoft**.

Windows Messenger: Se instala con **Windows XP** y se trata de un usuario de mensajería rápida básica que no tolera muchas características de éstos como los avatares, imágenes, etc. Sin embargo, es capaz de conectarse al Servicio de comunicaciones y **Exchange Instant Messaging** usados por algunas empresas esto es también conocido como versión para empresas) y permite controlar una máquina de forma remota de forma similar al **NetMeeting**. Permite dos métodos de conexión: **RVP** (antiguo protocolo usado en las versiones anteriores a la 2003 de **Exchange**) y **SIP/Simple**.

MSN Web Messenger: Versión vía **Web** del cliente aparecida en agosto de 2004. Proporciona características similares al **MSN Messenger** en un navegador conectado a **Internet**. Su utilidad reside en que se puede conectar con una cuenta de correo desde un ordenador que no tenga el programa instalado.

2.5.1. Versiones del Messenger

Este servicio de mensajería ha tenido una evolución en cuanto a sus versiones desde que se implemento en el Internet y se saco la primera versión, los cuales se mencionaran a continuación, analizando datos de la web Wikipedia que engloba antecedentes importantes de este programa:

MSN Messenger 1

Esta fue la primera versión del producto, lanzado el 22 de Julio de 1999 incluía solamente las características básicas como texto simple y una lista de contactos. Este programa inicio con una demanda demasiado baja para las características de la misma, al no ser popular se pretendía cambiar el diseño para uso de **intranet** pero el 15 de octubre se avecino una avalancha de usuarios que se saturó a 120% pero el resguardo fue fácil.

MSN Messenger 2

Esta versión fue introducida el 16 de noviembre de 1999, el cual incluía un **banner** y la habilidad de personalizar levemente la ventana de conversación. Venía como una opción de instalación de **Windows M**.

MSN Messenger 3

Esta tercera versión se lanzó el 29 de mayo del 2000, incluía la posibilidad de transferir archivos de **PC a PC** y **PC** a teléfono capacidades de audio.

MSN Messenger 4.6

Se incorporó el 23 de octubre del 2001, incluía mayores cambios a la interfaz del usuario, la habilidad de agrupar contactos y soporte para conversaciones con voz.

MSN Messenger 6.0

Esta versión se lanzó el 17 de julio de 2003, fue un gran logro para el programa, mejorando su texto básico con elementos como emoticones, imágenes (avatares) personalizados y fondos.

MSN Messenger 6.1

Asimismo el 23 de octubre de 2003, se proyectó esta versión enfatizaba en la ventana de conversación, lo que hizo posible a los usuarios esconder el marco de la ventana y la barra de menú contaba con la habilidad de cambiar el color de la pantalla.

MSN Messenger 6.2

Fue lanzada el 22 de abril del 2004, es la última versión de las series del **MSN Messenger** 6, y contaba con mayores cambios; más notables fueron los contactos con capacidad móvil (celulares) e incluyendo un grupo dedicado a tales contactos.

MSN Messenger 7.0

Se introdujo el 7 de abril del 2005, contaba con la opción de enviar guiños animados, y con imágenes animadas, fondo y emoticones.

MSN Messenger 7.5

Lanzada el 23 de agosto del 2005, esta versión introducía un nuevo sistema de credenciales de **Passport**. Contaba con nuevos elementos, los cuales fueron los fondos dinámicos, zumbidos (*nudges*) y mensajes de voz. Los mensajes de voz permitían grabar sonido con el micrófono por un determinado tiempo y luego enviarlo al recipiente. Esta versión funciona con **Windows XP** o mayor. Con el lanzamiento de la versión **MSN Messenger** se empezó a usar parches de **Windows** Installer para su programa de auto-actualización. Cuando un usuario selecciona "sí" a una ventana de actualización, la aplicación descargará un archivo específico para actualizar esa versión.

Esta versión se discontinuó, ya que cuando el usuario trataba de iniciar sesión, un mensaje lo forzaba a descargar **Windows Live Messenger** por consecuencia de un fallo de seguridad.

MSN Messenger 7.0 build

La siguiente versión fue lanzada el 12 de septiembre del 2007. La nueva versión fue el resultado de problemas de vulnerabilidad de seguridad descubiertos en las versiones anteriores a **WLM** 8.1. Esto originó a que una auto-actualización fuera lanzada para todas las antiguas versiones de **MSN Messenger**. Los usuarios de **MSN Messenger** 7.0 y versiones anteriores requerían actualizar dicha versión, y los usuarios del 7.5 requerían actualizarlo a **Windows Live Messenger** 8.1.



MSN Web Messenger

El **MSN Web Messenger** a manera de reseña según información recopilada de la página **web** de es.wikipedia es un programa que permite a los usuarios de **MSN** hablar con su lista de contactos desde computadoras que no tienen el programa instalado. Fue lanzado en 2004, y es conveniente para quienes utilizan **MSN** en ordenadores públicos o en aquellas que no son compatibles. Si bien oficialmente dice ser únicamente compatible con el sistema operativo **Windows**, en realidad es compatible con casi cualquier sistema operativo si se utiliza algún navegador compatible como **Firefox**, aunque aparezca dentro de la página de inicio una advertencia de incompatibilidad esto no es grave y permite su ejecución.

MSN Messenger 8.0

La versión más reciente a la fecha de **MSN Messenger** es la llamada **MSN Messenger 8.0**, aunque su nombre oficial es **Windows Live Messenger** y por ahora sólo es compatible con el sistema operativo **Microsoft Windows XP**. Esta versión incluye la posibilidad de realizar llamadas a móviles y teléfonos fijos mediante servicios de **V o IP**.

Estas versiones del **Messenger** han venido evolucionando, y tiene cada vez más opciones innovadoras dentro de su programa, en donde las características más importantes han llenado las necesidades de los usuarios.

2.5.2. Características del **Messenger**

El **MSN Messenger**, como medio de comunicación multimedia, de acuerdo con el investigador y la observación realizada hacia otros usuarios, así como también el uso personal, presenta las siguientes características generales más significativas:

Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala
-José Gustavo González Kish-

- Permite al usuario observar si sus contactos están conectados en el momento en que está haciendo uso de este programa.
- Tiene la capacidad de enviar mensajes instantáneos.
- Se puede compartir con otros usuarios imágenes y otro tipo de documentos.
- Se logra tener una conversación con uno o varios usuarios al mismo tiempo.
- Tiene la opción de poder utilizar el micrófono para poder simular una conversación telefónica.
- Con el uso de cámara **Web** se puede establecer una comunicación por video.
- Se modifica totalmente la forma de sus ventanas de **Messenger**, con fondos fácilmente instalables.
- Se puede tener las conversaciones agrupadas en una sola ventana. Las pestañas son completamente configurables, con diferentes ubicaciones y opciones.
- Tiene la facilidad de elegir cualquier color que se quiera utilizar para la fuente y el fondo, además de agregar diferentes formatos como negritas, cursivas, subrayado y tachado. También permite controlar casi por completo el **Messenger** mediante atajos de texto.
- Además cuenta con la opción de sonidos personalizados que permite enviar sonidos propios durante una conversación. Los sonidos son reproducidos instantáneamente y son transferidos transparentemente cuando es necesario.
- Se puede crear estados personalizados con una etiqueta especial para el nombre, mensaje personal o incluso un mensaje de respuesta automático.

Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala
-José Gustavo González Kish-

- Cuenta con un historial de eventos como cuando tus contactos inician o finalizan sesión, cambios de estado, de nombre y mensaje personal.
- Tiene la opción de revisar estadísticas de todos tus contactos fácilmente (último inicio de sesión, cuando fue que hablaste con él por última vez, si aún te tiene en su lista de contactos, etc.) y limpia tu lista con esta información.
- Es un servicio gratuito por lo que nunca se puede hacer uso de todas las opciones incluidas en el programa.

2.5.3. Los emoticones:

Este conjunto de signos es un verdadero alfabeto visual. Por medio de este repertorio sígnico se han enviado miles de mensajes, se ha ido modificando con el paso de los años, pero la esencia se mantiene. En la página de la **internet** emotiplanet.com la palabra Emotición se desglosan dos palabras: emotion e icon, que en este caso están escritas en inglés; en español sería “emoción” e “icono” respectivamente, es decir, un emoticon es la forma de presentar una emoción por medio de un icono, un emoticon en español es también llamado smiley o sonrisa es una forma de interpretar una expresión humana facial por medio de signos hechos por el teclado o imágenes.

El uso de los emoticones dentro de las conversaciones escritas por parte de las personas dentro del **Messenger**, cada vez se ha vuelto una práctica más recurrente, tal es el caso, que muchas personas solamente se comunican por medio de éstos. Por otra parte el programa **Messenger** contiene opciones en las cuales facilitan aplicar diversos códigos que han ido evolucionando, ya que al principio los emoticones se habían creado con el objetivo de expresar algunas emociones como lo indica la página de la **Internet**: mssimplex.com que describe

**Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las
estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación
de la Universidad San Carlos de Guatemala**
-José Gustavo González Kish-

una breve historia sobre el origen de los emoticones: *“hace poco tiempo en la Universidad Carnegie Mellon fue descubierto el origen de los emoticones gracias a la ayuda de un científico del Centro de Investigaciones Thomas J. Watson de IBM, lograron resurgir el mensaje original en que se propuso esta secuencia de caracteres fue propuesto por el creador Scott E. Fahlman sugirió reconocer este símbolo -- :-)— para indicar que lo que acaba de decir iba en broma, en esta época en el **Internet** surgían problemas en donde no se entendían cuando una persona estaba queriendo decir algo en forma de broma o en ironía. Esto desato el tema de querer definir algún tipo de símbolo para darle significado a todo tipo de chistes, Algunos propusieron el signo &, insistiendo que era el más cómico del teclado. Otro respondió proponiendo el asterisco -- * -- para los chistes graciosos, el signo de por ciento -- % -- para los malos, y los dos combinados -- *% -- para los chistes que son tan malos que dan risa.*

Falhman dijo” Léanlo de lado. Aunque, de hecho, tomando en cuenta las tendencias actuales, quizás sea más económico sólo marcar las cosas que NO son chistes. Para esto”, úsese:” :- (“

Otro de los precursores de los emoticones es Harvey Ball quien en 1963 creó la cara alegre para una corporación de seguros como campaña para acrecentar la moral de su personal.”

Los primeros emoticones utilizados surgieron por medio de los signos de puntuación, en donde se les daba la semejanza de un gesto facial expresando emociones o sentimientos, ya sea de felicidad o tristeza, entre otros, aunque la forma de poder reconocer estos emoticones consistía en girar la cabeza un poco hacia la izquierda para poder observar la imagen ya que como estaban creados con los signos estos se colocaban de manera horizontal, esta situación llevaba consigo el que se pudiera dar otro significado a los signos. A continuación un grupo de las primeras imágenes que se escribían por medio de los signos y su respectivo significado.

Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala
-José Gustavo González Kish-

Algunos de los primero emoticones utilizados son los siguientes:

:) o :-) feliz o sonrisa

:(o :-(triste

:-) realmente feliz

:* beso

:-D o :D sonrisa feliz

;-^ lengua en la mejilla

:*) sonrojado (o también usado como borracho)

:^o mentiroso

:-* upss

\-o aburrido

8-| **nerd**

xD o XD risa

Los emoticones también son utilizados usualmente dentro de las conversaciones virtuales dentro de **Internet** (la red) para finalizar frases como por ejemplo:

Estas totalmente equivocado :-) (Ironía)

Tengo que irme ya :-((Tristeza)

No tengo la menor idea ;-) (Complicidad)

Eso ya lo sabía :-D (Risa franca)

Nos vemos :-* (Beso)

2.5.3.1. Clases de emoticones

• Emoticones Gráficos: Son aquellos que se representan por medio de una imagen en vez de caracteres. Muchos programas reemplazan automáticamente la secuencia de caracteres que forman el emoticon por una imagen preestablecida para ese emoticon.



Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala
-José Gustavo González Kish-

- **Emoticones con Movimiento:** Este tipo de emoticones se caracterizan por mostrar por medio de una imagen movimiento tipos de expresiones, emociones, o sentimientos.



Emoticones con movimiento y sonido: son aquellos que al igual que los demás emoticones interpretan expresiones, emociones o sentimientos por medio de movimientos pero a diferencia del anterior estos cuentan con sonido por el cual el mensaje llega de una manera visual y auditiva y esta forma hace que se puede interpretar de mejor manera.



- **Emoticones amorosos:** Los emoticones de amor son utilizados para mandar mensajes expresando ese humano sentimiento, ya sea por medio de abrazos, besos, corazones y gestos sentimentales etc.



Emoticones de antropomórficos: estos emoticones son bastante utilizados ya que se sale de lo común y en vez de ser las imágenes normales de caritas amarillas estos interpretan emociones por medio de un animal



Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala
-José Gustavo González Kish-

Emoticones con banderas: estos emoticones se utilizan para transmitir aficiones en cuanto a equipos deportivos o países de origen.



Emoticones de caras reales: se utilizan para expresar las mismas emociones que con los emoticones pero con expresiones de rostros reales.



Emoticones de deportes: se utilizan para expresar diversos gustos en cuanto a los distintos deportes.



Emoticones de personajes y caricaturas: estos son utilizados para expresar emociones por medio de dibujos animados.



Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala
-José Gustavo González Kish-

Emoticones de letras: estas se utilizan en vez de las letras normales para darle un toque de animación al texto, así como dinamismo ya que estos tienen movimiento y color.



Emoticones de marcas: estas son utilizadas para transmitir gustos en cuanto a marca ya sea de automóviles, restaurantes y otros.



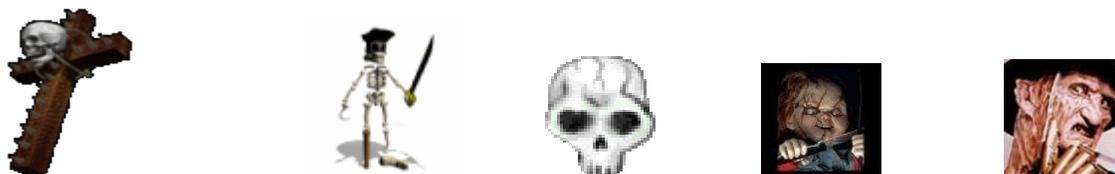
Emoticones de naturaleza: estos son más usados para expresar el clima, estaciones, etc.



Emoticones de películas: son utilizados para transmitir comparaciones del personaje hacia una persona.



Emoticones de terror: son comúnmente usados para expresar miedo o querer aterrorizar al receptor del mensaje.



2.5.4. Otros códigos de escritura que se utilizan en el **Messenger**

El surgimiento del **Internet** y su uso por medio de programas como el **Messenger** para comunicarse de manera escrita, ha venido a ocasionar el uso frecuente de códigos de comunicación que pueden ser utilizados dentro de las conversaciones.

Las **abreviaturas como** lo define la pagina Web culturitalia.uibk.ac.at “es la representación gráfica reducida de una palabra o grupo de palabras, obtenida por eliminación de algunas de las letras o sílabas finales o centrales de su escritura completa, y que siempre se cierra con un punto. En principio, cualquier palabra puede ser abreviada (salvo, claro está, las que tienen ya una forma propia reducida)”. Como abreviatura se puede comprender como la contracción de palabras representadas con un número menor de letras a la de la palabra en sí.

Es así que nos encontramos con simplificaciones como "**dme x q te vas a ir x alla**"

(dime por qué te vas a ir por allá) o "**tas x ahí?**" (¿estás por ahí?) que son usuales en el chat y correo electrónico pero cabe remarcar que el uso de estos códigos o formas de escritura es informal y es de uso propio ya que no todas las personas lo manejan de una manera constante.

Entre las abreviaturas sobresalen las siguientes:

Astrol. Astrología
Astron. Astronomía
atte. atentamente
Automov. Automovilismo
Av./Avda. Avenida

**Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las
estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación
de la Universidad San Carlos de Guatemala**
-José Gustavo González Kish-

Los **Anglicismos**, son de uso muy frecuente en las conversaciones virtuales. Se entiende por anglicismo el modo de hablar propio de la lengua inglesa que se implementa en otra lengua en este caso en Guatemala los estudiantes lo utilizan dentro de su escritura por medio del **Messenger** estos códigos se empezaron a popularizarse en revistas para mujeres en donde se utilizaban palabras como kiss, short, jeans etc., con el fin de darle una mayor presencia al contenido, asimismo en términos de deporte como goal, soccer, corner etc. Ejemplos de anglicismo utilizados dentro de la red son:

Ok--- bueno
Baby-bebe
Yes—si
Day—día
Bye—adiós
Hello—hola
Love—Amor
Kiss—beso
Dance-bailar
Party—fiesta
Stop--parar

Por otra parte, los **extranjerismos** es la aplicación desmedida a las costumbres o palabras extranjeras; es la frase o giro que se usa de un idioma en otro, Se llama extranjerismos a las expresiones, frases y demás palabras que proceden de voces extranjeras, su origen se da porque no existe lengua alguna que tenga un vocabulario tan profundo y perfecto que pueda cubrir todas las necesidades expresivas de sus hablantes. Estos códigos pueden interpretarse de buena manera pero no tienen el uso correcto aunque en su determinado país si lo tenga, ya que al decir un extranjerismo se puede interpretar algo y se puede

Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala
-José Gustavo González Kish-

entender pero no justifica que la palabra sea la correcta o propia del país para expresarse, como por ejemplo se enlistan los siguientes:

INCORRECTO	CORRECTO
Asumir	Suponer
Atender	Participar o asistir
Hall	Vestíbulo
Amateur	aficionado

2.5.5. Uso de los códigos de escritura en el **Messenger** por los Estudiantes de publicidad profesional segundo semestre sección “A”, cuarto semestre sección “B” y sexto semestre de la jornada nocturna

El **Messenger** es un medio de comunicación, el cual facilita la interacción de las personas por medio de este programa el cual tiene la característica de ser un canal de comunicación rápido que acorta distancias en cuanto al enviar mensajes así como tiempo, asimismo el **Messenger** tiene las ventajas de ofrecer a los usuarios una gran variedad de opciones para poder enviar los mensajes ya sea por medio de emoticones o por otros códigos de escritura.

Por lo tanto siendo **Messenger** el fuente que marca el uso de los códigos de escritura para los jóvenes, en esta investigación, se describe el o los usos y los códigos del **Messenger** que utilizan los estudiantes de publicidad del segundo semestre sección “A”, cuarto semestre sección”B” y, sexto semestre de la jornada nocturna de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Los tres grupos analizados utilizan los emoticones, recurren a los anglicismos y a extranjerismos A manera de ejemplo se transcribe parte de algunos mensajes y sus respectivos códigos.

Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala
-José Gustavo González Kish-

Los estudiantes regularmente utilizan los emoticones en sus conversaciones por el **Messenger** para iniciar el proceso de comunicación y los diálogos ya sea para abrir la conversación o cerrarla; asimismo, lo hacen para expresar sentimientos o emociones que en ese momento están sintiendo y por ende incluyen los gráficos para enunciarlos de una manera mas armoniosa ya que estos simulan el gesto que se quiere dar a echar de ver, por eso cabe recalcar que el uso de los emoticones por parte de los estudiantes es con el objetivo de dar a expresar emociones tales como enojo, burla, tristeza, felicidad, miedo etc.



= hola, con este emoticon se esta abriendo la conversación



= adiós, este emoticon cierra la conversación.



Estoy = enojado



Me estoy = burlando



Estoy = triste



Me siento

= feliz



Tengo =miedo



Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las
estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación
de la Universidad San Carlos de Guatemala
-José Gustavo González Kish-

Conversación:

%%carlos%%00089 says:



como estas

^^^Gaby^^^ says:



y tú

%%carlos%%00089 says:

Ahí mira 

^^^Gaby^^^ says:



%%carlos%%00089 says:

Por q no tengo 

^^^Gaby^^^ says:



no te preocupes ya va a salir algo

%%carlos%%00089 says:



ojala

%%carlos%%00089 says:

Y tu q tal

^^^Gaby^^^ says:



Aki un poco  de gripe

%%carlos%%00089 says:
Mmm entonces no vas a poder ir a la party de mi hermano

^^^Gaby^^^ says:
 no creo me siento muy mal

%%carlos%%00089 says:
Bueno entonces que sigas , ya me voy a comprar el 

^^^Gaby^^^ says:
 Bye 

A continuación se presentara una conversación de dos estudiantes, por medio del **Messenger** en donde se utilizan los códigos de escritura en este caso abreviaturas.

conversación

\\julio\\ says:
q onda

((andrea)) says:
hola cmo sta

\\julio\\ says:
bien y ust, q sta haciendo?

((andrea)) says:
stoy sperando al lic.

\\julio\\ says:
mmm y para q?

((andrea)) says:
xq me tiene q dar una nota



Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala
-José Gustavo González Kish-

\\julio\\ says:

d q

((andrea)) says:

d la clase d publi

\\julio\\ says:

sta bien ,spero q le vaya bien

((andrea)) says:

y ust dnd sta

\\julio\\ says:

stoy en mi ksa

\\julio\\ says:

por q?

((andrea)) says:

sq dice la jenny si va a venir a la u

\\julio\\ says:

digale q nose cndo voy a ir por q no tngo cmo irme

\\julio\\ says:

spero podr ir la otra semana

((andrea)) says:

ps si viene me manda un sms

\\julio\\ says:

Bueno me tngo q ir adios

((andrea)) says:

se cuida bss



**Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las
estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación
de la Universidad San Carlos de Guatemala**
-José Gustavo González Kish-

A continuación se presentara una conversación de dos estudiantes, que recurren a los anglicismos.

Conversacion

\$\$erick\$\$ says:

Hello

---paola--- says:

hi

\$\$erick\$\$ says

como sta

---paola--- says:

aki **happy**

\$\$erick\$\$ says:

ah ok y por q

---paola--- says:

xq me fui a una **party** y estuvo **cool**

\$\$erick\$\$ says:

ah y se hecho el dance?

---paola--- says:

yes, habia buena **music**

\$\$erick\$\$ says:

con razon no me constaba su phone



Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala
-José Gustavo González Kish-

---paola--- says:

sorry no escuche cuando sono

\$\$erick\$\$ says:

Ok

\$\$erick\$\$ says:

mire ahi le hablo por q hoy me voy a ir de shopping

---paola--- says:

que buena honda me2

\$\$erick\$\$ says:

va pues bye ahi me call

---paola--- says:

great bye

A continuación se presentaran ejemplos de oraciones con extranjerismos que se utilizan dentro de las conversaciones del **Messenger**:

- Tengo que llevar a mi hermano al **kindergarten**, palabra de origen alemán.
- Tenes que presentar tu **carnet**, término de origen Frances.
- Mañana talvez iremos al **casino**, vocablo de origen italiano.
- Creo que hoy iré de **Shopping**, procedente del inglés.
- **Ándale**, es un típico mexicanismo.



4.5.6. Factores que inclinan al uso de los Emoticones u otros códigos de escritura en el **Messenger**

El uso de los códigos de escritura por parte de los estudiantes se ha venido incrementando dentro de las conversaciones por medio del **Messenger**, este tema en cierta parte ha venido a facilitar la conversación vía **Internet** ya que ofrece distintas opciones para su uso, aunque si bien es cierto, el empleo de los códigos tiende a dañar la escritura común, es también un beneficio para los usuarios, ya que por medio de ese sistema se pueden realizar conversaciones a todo nivel de manera diferente y fuera de lo común, que al mismo tiempo se hace de una forma amena, pero también el uso desmedido de estos códigos de escritura, con el tiempo darán origen a un código estandarizado.

Los factores que inclinan a la utilización de los diversos códigos de escritura dentro del **Messenger**, de acuerdo con los hechos observados, previo a la elaboración del estudio de campo son:

Rapidez al escribir y enviar el mensaje y que al mismo tiempo se entienda por medio de los emoticones o los otros códigos de escritura, por otra parte las personas los usan para el ahorro de tiempo ya sea por el hecho de estar trabajando, estudiando o por economía etc.

Economía el uso de estos códigos genera una comunicación más rápida. en casos que usuario no cuente con un servicio personal del sistema de **Internet**, tendrá que alquilar el servicio en cafés, esta situación obliga al usuario a utilizar un alfabeto más funcional, como el caso de los emoticones.

Moda este es otro factor por el cual los jóvenes estudiantes de publicidad hacen uso de este moderno medio de masas. Tener **Internet** y manejar con propiedad



Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala
-José Gustavo González Kish-

sus códigos es signo de prestigio entre la juventud y por ende, ser un vanguardista de la moda que ese sistema ha impuesto.

Imitación es la razón por la que muchos de los jóvenes empiezan a utilizar los códigos de escritura que al final se convierte en costumbre, ya que empezaron observando como alguien cercano lo utilizaba y les pareció atractivo entonces luego, ellos empiezan a usarlo constantemente hasta que se vuelve parte de sus conversaciones escritas por Internet.

Estética se puede explicar que la utilización de los códigos escritos hace ver la conversación de una manera agradable y con imágenes que le dan color por lo tanto una percepción mas interesante a la conversación.

Amenizar la conversación es un factor significativo por el cual los jóvenes estudiantes observados utilizan los códigos dentro de la escritura, ya que según ellos, convierte la conversación de una forma aburrida a una conversación amena y al mismo tiempo divertida, por otra parte indican que la conversación resulta ser original y no tan monótona.



3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Metodología y plan de trabajo

Pérez Gómez y Sola Fernández (2004) distinguen dos grandes paradigmas de investigación: positivista y descriptivo. Desde el primero se entiende la realidad como algo exterior al sujeto-investigador y aprehensible a través de leyes; el objeto prioritario es encontrar aspectos comunes que permitan elaborar generalizaciones -esto es, conocimiento nomotético-, creyendo que es posible medir lo observable, fragmentarlo en variables aisladas y llegar a controlar éstas. En el paradigma descriptivo, por el que se optó para la investigación, la realidad tiene un carácter de construcción social e histórica, y no puede hablarse tanto de “realidad” como de múltiples realidades; desde esta perspectiva, no existe separación entre el investigador y su contexto, es más, necesita familiarizarse con él para comprender todo su significado.

El trabajo de campo se desarrolló en dos ámbitos:

- En el contexto educativo: Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Lugar donde se desarrolló la observación y las encuestas.

Centro de computación ubicado en el edificio donde funciona la E.C.C.



3.3 TECNICAS

Dentro de las técnicas utilizadas cabe mencionar: un cuestionario piloto a personas ajenas a la muestra, en este caso a un grupo de familiares de un total de 10 personas jóvenes hombres y mujeres. Con base en los resultados del cuestionario piloto se procedió a mejorar la redacción de las preguntas del cuestionario final.

Luego de la prueba piloto se procedió a aplicar el método de la manera siguiente:

a. La primera fase consistió en aplicar el método de la observación no participante. Los sujetos fueron observados en el escenario social donde utilizan el servicio de **Internet**, siendo los laboratorios **SEP** y **.COMunicacion**.

b. Seguidamente, se procedió a pasar la encuesta a los sujetos seleccionados en los edificios M2 y en Bienestar Estudiantil. Los estudiantes encuestados son de la carrera Técnico en Publicidad, horario nocturno.

3.4 INSTRUMENTO

Conforme las técnicas anteriormente descritas, el instrumento que se utilizó fue un cuestionario de preguntas mixtas el cual contenía preguntas abiertas y cerradas, este último se trabajó con los estudiantes que forman la muestra de investigación. Seguidamente, se elaboró otro cuestionario con base en los datos obtenidos del cuestionario anterior, para determinar los códigos de escritura que se utilizan dentro de las conversaciones por **Messenger**.



3.5. Población y Muestra

La población de este trabajo de campo, estuvo conformado por los y las Estudiantes de la carrera Técnico en Publicidad, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala.

De la población descrita se tomó como muestra a los estudiantes de la carrera técnica de Publicidad Profesional de los semestres siguientes: Segundo Sección "A", Cuarto, "B" y, sexto semestre, de la jornada nocturna. Tal elección se hizo por dos motivos importantes: a. Por la disponibilidad del recurso humano y b. Por la disposición y el interés que mostraron los estudiantes de publicidad cuando se les solicitó su colaboración.

El criterio muestral utilizado fue el de encuestar solamente a un 50% de los estudiantes por cada semestre. La muestra quedó conformada así: 18 estudiantes del segundo semestre, 16 estudiantes del cuarto y del sexto semestre conformaron un total de 50 estudiantes.

3.6. Análisis estadístico.

Los datos obtenidos por las técnicas e instrumentos de investigación, fueron tabulados y presentados por medio de gráficas con la debida interpretación.





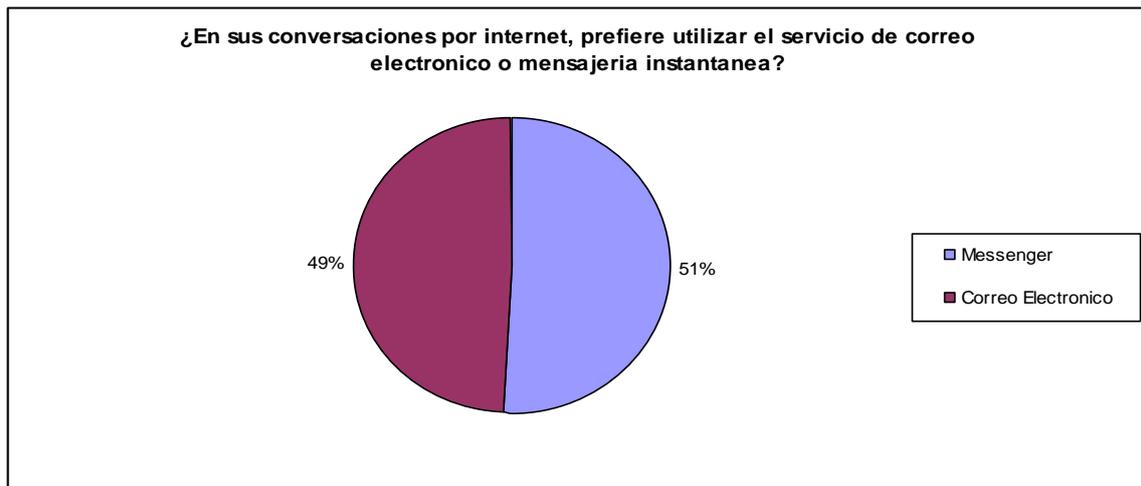
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 Diagramática

4.1.1. Análisis de datos de la primera encuesta

Para realizar una descripción fidedigna de los datos obtenidos en el estudio de campo, se realizó una gráfica por pregunta, seguidamente se presenta la interpretación respectiva.

Pregunta 1.



El **Messenger** y el correo electrónico hoy en día son parte fundamental para la comunicación virtual, siendo el primero el que tiene mayor utilización ya que permite enviar mensajes al instante y de manera instantánea, abriendo así el canal de comunicación entre emisor y receptor que en este servicio se genera constantemente. En este estudio se tomó como muestra el 50% de los alumnos de los semestres 2, 4 y 6 de la carrera de publicidad profesional jornada nocturna de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. El 51% de los encuestados respondieron que prefieren utilizar el servicio de Mensajería instantánea, más que el sistema del correo electrónico.

Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala
-José Gustavo González Kish-

Pregunta 2.

¿Qué ventajas considera usted que ofrece el **Messenger** en la comunicación escrita por **Internet**?

El 100% de los estudiantes encuestados respondieron que la ventaja principal que ofrece este sistema es la rapidez al enviar los mensajes. Le sigue, el hecho de que es personalizado y gratuito son las ventajas que ofrece el Programa **Messenger** en la comunicación escrita por **Internet**.

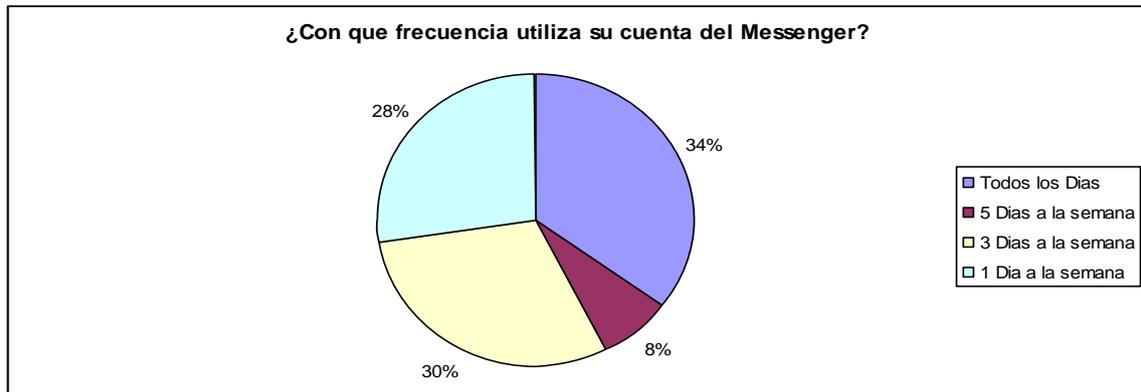
Pregunta 3.



El 83% de los encuestados respondieron que poseen una cuenta de mensajería instantánea del programa **Messenger**, únicamente el 17% respondió que no. Lo anterior permite afirmar que los alumnos poseen y se comunican más por el programa del Messenger que por el correo electrónico.

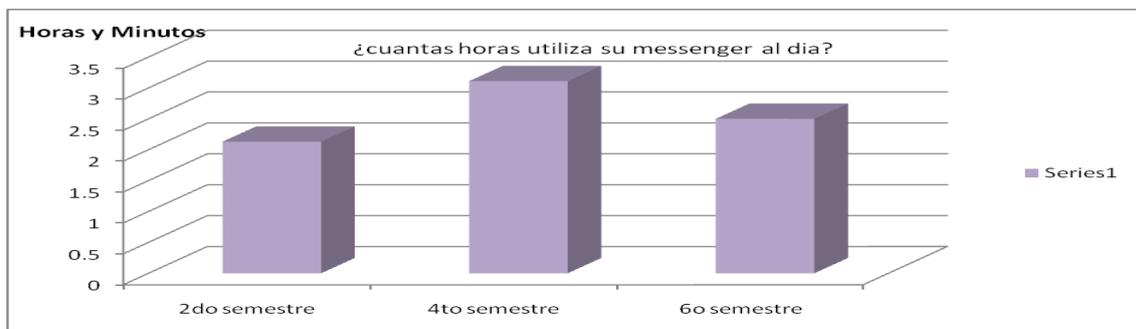
Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala
-José Gustavo González Kish-

Pregunta 4.



El 34% de los encuestados respondió que diariamente hace uso del **Messenger** para comunicarse, el 30% señaló que lo usa 3 días a la semana, el 28% lo utiliza una vez por semana y por último un 8%, indicó utilizarlo 5 días a la semana. Por lo que se puede determinar que los sujetos de la muestra tienen formado el hábito de uso del **Messenger** .

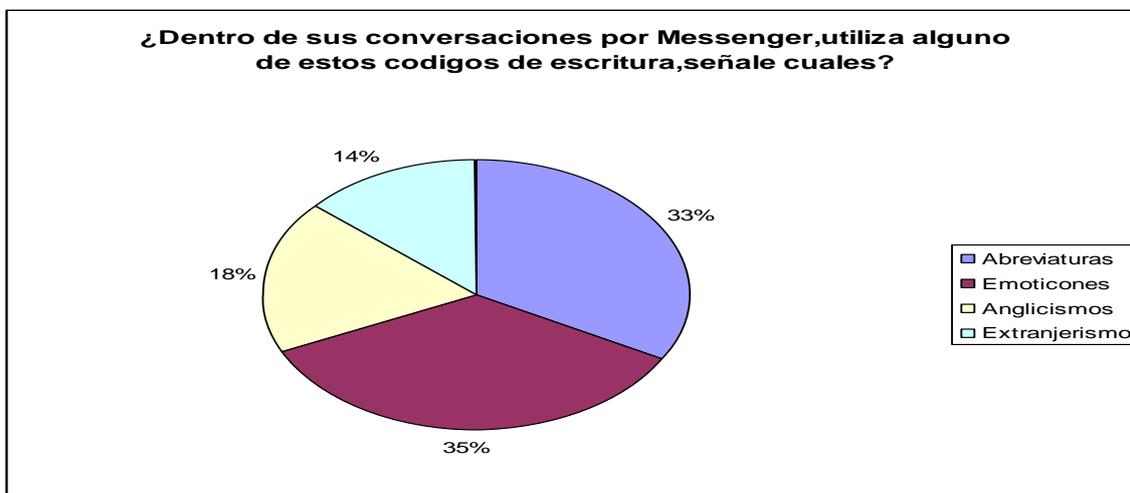
Pregunta 5.



En la pregunta 5, se quería conocer el tiempo el cual empleaban los alumnos para comunicarse por medio del Messenger el cual dio como resultado que el siguiente: los estudiantes del segundo semestre de publicidad sección "A" de 2 horas con 10 minutos al día, el cuarto semestre de publicidad se conecta en promedio un 3 horas al día y, por último el sexto semestre de publicidad lo hace por 2 horas con 45 minutos, lo que en promedio aproximado de los tres semestres es de 3 horas al día .

Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala
-José Gustavo González Kish-

Pregunta 6.



Un 35% de los encuestados indicó que utiliza los emoticones, el 33% respondió que utiliza las abreviaturas, el 18% respondió que utiliza los anglicismos, y el 14% respondió que utiliza los extranjerismos.

Esta pregunta revela que los encuestados utilizan más los emoticones y las abreviaturas en sus conversaciones escritas por medio del **Messenger**, por lo que indica que estos dos códigos son los de uso más frecuente entre los sujetos objeto de estudio.

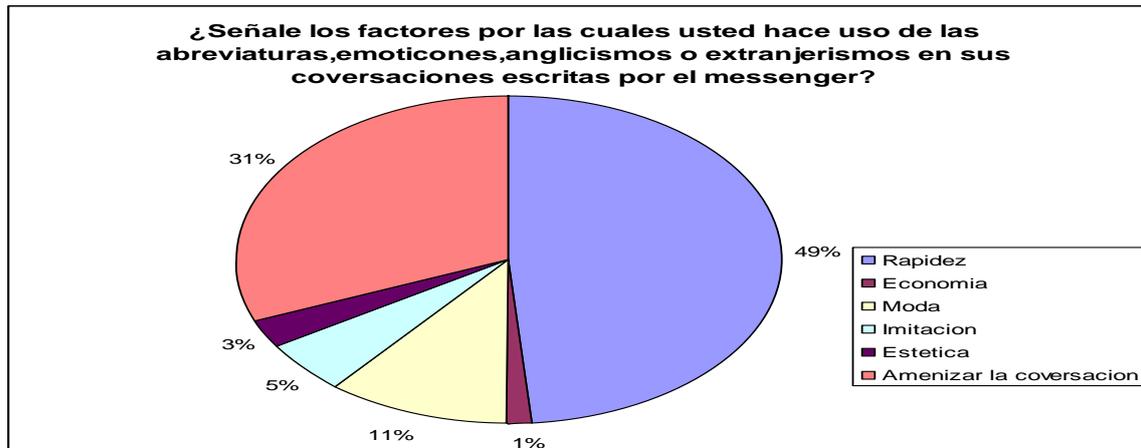
Pregunta 7.

¿De los códigos de escritura que señaló en la pregunta 6, indique cuál es el que más utiliza dentro de sus conversaciones por el **Messenger**. Por favor escriba unos ejemplos?

La mayoría de respuestas que se observaron en esta pregunta concluían en que los alumnos utilizan más el código de los emoticones, los cuales consistían en caras animadas para tratar de transmitir a sus receptores emociones y estados de ánimo. También indicaron que utilizan abreviaturas como q, x, tqm, pro,+ y anglicismos como ok, bye, please, sorry.

Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala
-José Gustavo González Kish-

Pregunta 8



El 49% de los encuestados indicaron que la rapidez es el factor por el cual hacen uso de las abreviaturas, emoticones, anglicismos o extranjerismos, mientras que el 31% señaló que los utilizan para amenizar la conversación, el 11% respondió que por moda, un 5% por imitación, el 3% por estética y un 1% por economía.

Los resultados de la gráfica permiten interpretar que los alumnos de publicidad profesional 2,4 y 6 utilizan los códigos de escritura por el factor rapidez y el hecho de amenizar la conversación. Estos últimos fueron los que tuvieron un mayor porcentaje en el momento de realizar el análisis de los resultados de la encuesta.

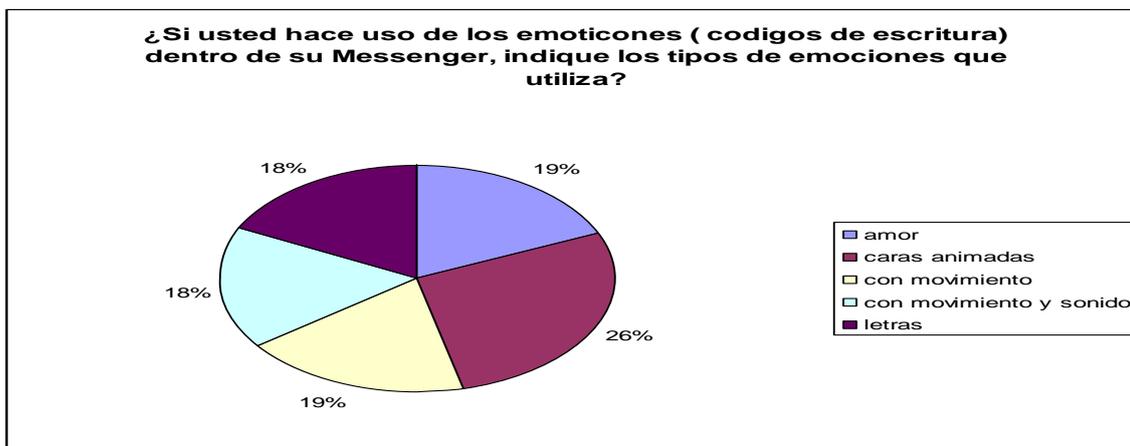
Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala
-José Gustavo González Kish-

Pregunta 9.

¿Cuántas horas a la semana utiliza para comunicarse por el Messenger?

Las respuestas de esta pregunta se promediaron en la suma de horas establecidas que señaló cada estudiante, dividiéndola por el número de respuestas que se encontraron, lo cual dio como resultado un promedio de uso del **Messenger** por parte de los alumnos de 9 horas semanales diarias, de igual forma la misma ejecución se efectuó en todos los semestres de la carrera de publicidad siendo estos segundo semestre sección "A", cuarto semestre sección "B" y sexto semestre, de la jornada nocturna todos obteniendo el mismo promedio antes establecido.

Pregunta 10.



El 25% de los encuestados indicaron que son las caras animadas que utilizan en sus conversaciones por el **Messenger**, 19% indicó que los emoticones con movimiento, asimismo el 19% respondió que usa los emoticones con movimiento y sonido en sus conversaciones virtuales, un 18 % respondió que utiliza emoticones de amor y otro 18% usa emoticones de letras. Con base en los resultados se puede reflejar que la mayoría de los alumnos de publicidad utilizan las caras animadas y los emoticones con movimiento en sus conversaciones escritas dentro del **Messenger**.

Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala
-José Gustavo González Kish-

Pregunta 11.



Las respuestas de pregunta 11 confirman la inclinación que tienen los alumnos de publicidad de la jornada nocturna, respecto de la pregunta 10, en utilizar con más frecuencia las caras animadas y los emoticones con movimiento dentro de sus conversaciones escritas por medio del **Messenger**, ya que el 59 % de los encuestados señaló que usan las caras animadas y el 41%, los emoticones con movimiento.

Con base en los resultados obtenidos en la primera encuesta, en especial en los datos obtenidos de las preguntas 5 y 11, se pudo elaborar la segunda encuesta. El objetivo de la misma, fue identificar los códigos de escritura preferidos y utilizados por las y los jóvenes de la carrera de publicidad jornada nocturna.

Dentro de la gran variedad de emoticones los cuales fueron propuestos en la pregunta 10, la mayoría respondieron que utilizan las caras animadas y los emoticones que tienen movimiento, asimismo de acuerdo a las respuestas de la pregunta 11 se reitera el resultado anterior.

De esos dos grupo de emoticones se colocaron 2 tablas con una cantidad de opciones que se cree que son los más utilizados, establecidos por medio de la técnica de observación y por la opinión de los encuestados, de manera que los estudiantes señalaron los que más utilizan dentro de sus conversaciones escritas por el **Messenger**. A continuación se presentan los cinco más utilizados

4.1.2. Análisis de datos de la segunda encuesta

Caras animadas más utilizadas



= Este tipo de cara animada sin movimiento es muy utilizado por los jóvenes estudiantes de la carrera de publicidad el cual le dan un significado de: bromista, travieso, pícaro dentro de sus conversaciones en el **Messenger**.



= Este emoticon también es muy peculiar encontrarlo dentro las conversaciones del **Messenger** de los estudiantes de publicidad el cual le dan un significado de: contento, gracioso, relajado, inocente, gracias.



= A este emoticon los estudiantes de la carrera de publicidad le dan el significado de: súper, gracias, éxitos, buena onda, excelente, está bien.



= Emotición interpretado por los alumnos de publicidad dentro sus conversaciones en el **Messenger** como: feliz, alegría, bueno.



= A este emoticón los alumnos de publicidad lo interpretan dentro se sus conversaciones como: causa de risa, alegría, felicidad.



Caras con movimiento más utilizadas



= A este tipo de emoticon los alumnos de la carrera de publicidad en su mayoría cuando lo utilizan en sus conversaciones escritas por el **Messenger** le dan un significado de burla hacia el receptor así como también lo usan con el fin de molestar.



= A este tipo de emoticon los alumnos usuarios del **Messenger** de la carrera de publicidad al utilizarlo en sus conversaciones escritas le dan un significado de que gracioso, mucha risa, mucha alegría, muerto de risa, que divertido.



= Este emoticon expresa sentimientos el cual los alumnos le dan un significado de llanto, de tristeza y de depresión.



= Los emoticones en forma de animales también son utilizados por los estudiantes en sus conversaciones escritas, a este emoticon los alumnos le dan el significado de: aprobación hacia algo, de acuerdo, está bien, bueno, perdón.



= Los emoticones también expresan estados de animo como en este caso a esta imagen los alumnos le dan un significado de: enfermo, enfermedad, malo o aburrido.

Por otra parte, además de los emoticones que son utilizados dentro de las conversaciones por el **Messenger** por los estudiantes de publicidad también prefieren hacer uso de abreviaturas y anglicismos según el resultado de la pregunta 5 de la primera encuesta. De la misma manera también se les presentó un cuadro con varios ejemplos que se establecieron por medio de la técnica de observación realizada en los café Internet de la ECC, para que los estudiantes indicaran las abreviaturas y anglicismos más utilizados, según los resultados de la encuesta 2. A continuación se presentan los más utilizados dentro de las conversaciones por el **Messenger**:

Abreviaturas más utilizadas

x---por
q---que
xq---por que
t---te
tqm--- te quiero mucho

Las abreviaturas constituyen una herramienta de la escritura que permite acortar palabras de todo tipo en donde se puede mencionar palabras de uso profesional o informal, así como de entidades o instituciones. En esta investigación los resultados que se obtuvieron por medio de los cuestionarios, las cuales proporcionaron las abreviaturas (códigos de escritura) más utilizadas por los alumnos, así como también el factor por la cual lo manejan en su escritura dentro del **Messenger** en donde se pueden resaltar situaciones como el hecho de querer acortar las palabras para enviar los mensajes de manera mas rápida y así ahorrarse tiempo, el ocupar menos espacio en los textos también es otro factor que indicaron los estudiantes. Por otra parte, la moda, estar actualizados tecnológicamente se van convirtiendo en una costumbre entre los usuarios encuestados.

Anglicismos más utilizados

Ok= bueno
bye= adiós
hi o hello= hola
yes =si
sorry= perdón

Los anglicismos son palabras que se utilizan en el vocablo de la lengua inglesa que es utilizada en otra, asimismo este tipo de palabras se esta convirtiendo en una forma de escritura muy particular en las sociedades hispanohablantes en este caso los alumnos de publicidad jornada nocturna de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, por medio de los cuestionarios señalaron los factores por los cuales utilizaban los anglicismos y así como las palabras (códigos de escritura) que mas utilizan dentro de sus conversaciones virtuales en el programa del **Messenger** siendo estos los siguientes: según ellos este tipo de palabras permiten un acuerdo entre el emisor y receptor, así como también les da una estética y armonía a la conversación, por otro lado, lo utilizan por que la escritura se hace mas fácil, también por gusto de escribir de esa forma, indican que se sale de la conversación común convirtiéndose en amena.



Balance General:

El panorama descrito en torno a los códigos de escritura utilizados por los estudiantes objeto de la muestra, resulta relevante. El sistema de Mensajería instantánea se convierte en la plataforma que exige un nuevo sistema de alfabetización, se trata de una red multifacética, de creciente complejidad e interconexión. La base de esta estructura es **Internet**, transformada en la principal tecnología del nuevo paradigma.

Este medio de comunicación ha modificado de manera sustancial la forma de comunicación tradicional. Ha surgido un sistema de comunicación muy diverso, con códigos que responden a las características de este nuevo espacio de intercambio. A su vez, los usuarios han adquirido nuevas destrezas en el manejo de otras formas de escritura que pueden llegar a trascender de las lenguas o idiomas convencionales.

El sistema de Mensajería Instantánea no tiene límites, en la esfera del mundo virtual, es un código abierto. Es precisamente su carácter abierto su principal fortaleza y su principal peligro, ya que de esta forma los usuarios son los que deciden el tiempo y el tipo de usuario con el que desean intercambiar ideas, modos de vida, etc.

Cabe mencionar que el sistema de Mensajería Instantánea, por muy abierto, no es accesible a todos los habitantes del planeta. Este sistema como muchos otros es sólo accesible a una parte muy pequeña de los habitantes del mundo, especialmente en los países en vía de desarrollo. Aunque **Internet** llegue a un gran número de personas, no significa que se este comunicado con todos los que tienen acceso a él. La comunicación verdadera requiere una voluntad expresa, una cultura y códigos comunes. Como afirma Dominique Woltón . “La comunicación no es como respirar. Comunicar no es fácil ni natural, sino que exige un esfuerzo, una apertura hacia los demás”.

La Mensajería Instantánea, ocupa un rol muy importante en la vida de los niños y jóvenes de hoy, negarlo sería como exponerse al escarnio y la exclusión. La pregunta de reflexión final de esta tesis sería ¿qué papel desempeña la educación universitaria en la plataforma de la mensajería instantánea?

Una respuesta aventurada, sería la siguiente: La educación superior ocupa un lugar determinante en el uso y manejo de las nuevas tecnologías. Por lo mismo, sus planes de estudio deben responder a ese reto, orientar a la juventud en torno de los beneficios de ese sistema y de los peligros que conlleva en sus entrañas. El mundo de la tecnología demanda una educación superior de calidad, demanda personas capaces de aprender, de innovar, de informarse. La misión fundamental de las universidades será entonces a aprender de por vida, utilizando los nuevos códigos de comunicación para una comprensión humana y humanizante del ser humano.

El rápido desarrollo de las tecnologías de la información y la creciente concentración y monopolización de los conglomerados que rigen las telecomunicaciones y la industria cultural, representan un serio desafío para los países en desarrollo. Pero es indudable que sus ciudadanos podrán participar más plenamente de la vida cultural, económica y política si acceden a las nuevas tecnologías y a las fuentes de información.

Es particularmente importante, en consecuencia investigar y proponer nuevos proyectos que den a la sociedad civil, a las universidades, a los grupos humanos y a lo propios medios de comunicación social de los países pobres ese acceso. En teoría, los medios de manejar información son cada vez más manejables y democráticos: pero una verdad incuestionable en este momento, es que más de 40 millones de personas en 168 países tienen conexión con **INTERNET**. Pero, en la práctica hay el peligro de que su uso no sea el más indicado.

4.2. CONCLUSIONES

Luego de analizar los datos del estudio de campo y de cotejarlos con los resultados del estudio documental y los objetivos planteados, se postulan las siguientes conclusiones

- Los códigos de escritura del **Messenger**, que utilizan los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, que sirvieron como informantes en la presente investigación, en su orden son los siguientes: en primer lugar, aparecen los emoticones, con un 35% comprobado por medio de la encuesta; en segundo lugar utilizan las abreviaturas con un 33% y en tercer lugar, los anglicismos con un 18%.

Cabe informar que de los dos grupos de emoticones las expresiones que más sobresalieron se encuentran: alegre, pícaro, risa, gracias, inocente, enfermo, bromista, carcajada, llorando y aprobación. Dentro de las abreviaturas más utilizadas por los estudiantes en sus conversaciones por el **Messenger** se puede mencionar: x (por), q (que), xq (por que), t (te) y tqm (te quiero mucho). Y dentro de los anglicismos más usados están: ok, bye, yes, sorry, hi y hello.

- Los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la jornada nocturna de la carrera de Publicidad Profesional, de la Universidad San Carlos de Guatemala, utilizan el sistema de **Internet** para poder comunicarse con otras personas de manera escrita, prefieren en un 51% utilizar el servicio de mensajería instantánea **Messenger**,

Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala
-José Gustavo González Kish-

- Se pudo identificar que los factores por los cuales los estudiantes hacen uso de los códigos de escritura antes mencionados, dentro sus conversaciones escritas por el **Messenger**, se deben principalmente al hecho de enviar y recibir mensajes de forma rápida y a bajo costo. Otro punto importante que influye al uso de los códigos de escritura, se debe a que las conversaciones se hacen de una forma más amena y armoniosa, ya que el texto que se observa durante las conversaciones virtuales se perciben de una manera llamativa, lo cual hace que esta se salga de lo común y no la vuelve tan tediosa, opinión que comparte el 31% de los estudiantes encuestados. Por último, pero no menos importante, la moda en un 11% resulta ser un factor que incide al uso de los códigos de escritura en la mensajería instantánea.
- La Internet contiene una cantidad inimaginable de información que se mantiene en constante aumento. Esto se debe, principalmente, al auge que ha tenido uno de sus tantos servicios en los últimos años: la *Web*. La cantidad de información que circula por la red no sólo es fuente de enriquecimiento y desarrollo, sino que puede provocar aturdimiento individual y colectivo.
- El Sistema de mensajería no es un fenómeno nuevo. La historia registra innumerables episodios que hablan de intercambio de mensajes entre tribus, grupos sociales, políticos y culturales por medio de distintos canales y códigos de escritura. En la actualidad el tema ha tomado especial fuerza e importancia debido al desarrollo de las tecnologías de información y comunicación que han cambiado el proceso transformándolo en una herramienta digital e instantánea.



**Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las
estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación
de la Universidad San Carlos de Guatemala**
-José Gustavo González Kish-

- El acto de la mensajería instantánea, en gran medida se basa en el intercambio de información que los usuarios estructuran a través de redes de códigos virtuales, los cuales permiten que la relación entre emisor y receptor tenga una apariencia de real. Ese juego a través de la pantalla del computador sumerge a los usuarios en un mundo con la apariencia de verdadero. Es importante observar como los jóvenes viven y disfrutan la aventura del intercambio utilizando colores, emoticones, anglicismos sin poder captar la línea divisoria entre la fantasía y la realidad. En el sistema de mensajería instantánea cobra un gran sentido el código de una similitud interactiva.

- Los códigos de escritura que utilizan los jóvenes en la mensajería instantánea no tienen un valor equivalente para todos los usuarios, sino que está determinado por el uso que se les dé. Para que se produzca una conversación se requiere que el que emite la información tenga una sintonía, es decir, maneje los mismos signos y códigos de escritura, con el que la recibe.

- En el sistema de mensajería instantánea se ha convertido en un espacio de interacción social que adquiere creciente importancia entre la juventud. Gracias a este procedimiento la comunicación se ha transformado en un hecho instantáneo, sin importar la distancia. El **Messenger** permite la comunicación en tiempo real, permitiendo a sus usuarios no sólo sean receptores, sino emisores y viceversa lo cual permite que fluyan distintos tipos de mensajes en forma de juego divertido. Situaciones que favorecen la dependencia y la pasividad.



4.3. RECOMENDACIONES

- A los estudiantes, cuidar que el uso de los códigos de escritura no se incluya dentro del uso general de la escritura común, así como también este no se vuelva una costumbre y se cometan faltas de ortografía en cuestiones de índole académico o profesional.
- A los estudiantes, hacer uso de los emoticones con personas que se sabe que pueden interpretar dichos códigos de escritura en donde tanto el emisor como el receptor tengan un común acuerdo de la interpretación de estos.
- Se sugiere a los estudiantes respetar la gramática del Idioma Español dentro de la comunicación virtual, para evitar deformaciones en la escritura o repercusiones en la pérdida de identidad del guatemalteco por el uso inadecuado de anglicismos, abreviaturas y extranjerismos.
- A los estudiantes, agregar sólo a personas conocidas, asimismo tener cuidado a que personas se agregan al **Messenger** ya que muchas veces hay personas que escriben direcciones que las vieron en algún lugar e invitan a que los acepten y no se sabe con qué intenciones.
- Se sugiere a los estudiantes visitar esta dirección www.emoticonesmania.com para bajar cualquier tipo de emoticones y utilizarlos dentro de las conversaciones escritas por medio del **Messenger**.

4.3 Referencias Bibliográficas.

1. Belteton Carrillo de Gálvez, Nidia Zulema. (1997)
Internet como medio de Comunicación, tesis Licenciada en Ciencias de
la Comunicación
Guatemala USAC, 91P
2. Cantu Ortiz, Ludivina (1999)
Comunicación oral y escrita
México
3. Duran, Jaques (1985)
Las formas de la comunicación
Editorial MITRE, España
4. Escobar del Cid, Esther (2007)
Ciclo 3 Idioma Español
Editexa Guatemala
5. Frutiger, Adriana (2000)
Signos, Símbolos, Marcas y Señales
España, Editorial Pili.
6. Interiano, Carlos(2003)
Semiología y comunicación
Editorial fénix, 8 edición.
7. Interiano, Carlos (2002)
Elementos de Persuasión
Editorial Fénix, Guatemala



Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala
-José Gustavo González Kish-

8. Lemus Castro, Sandra Isabel(2005)
La conversación electrónica Chat por Internet y su uso por los estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala, tesis Licenciada en Ciencias de la Comunicación
Guatemala: USAC,ECC. 56 P.

9. Malmberg, Bertil (1997)
Teoría de los signos, introducción a la problemática de los signos y los símbolos.
México XXI

10. Olivier, Burgelin (1974)
La comunicación de masas
Editions Planete y A.T.E. España

11. Pedroni Chautemps, Ana María (1997)
Un acercamiento didáctico a la semiología
Guatemala USAC. 185P

12. Ramonet, Ignacio (1998)
Internet, el mundo que llega. Los nuevos cambios en la comunicación
España alianza, 303p

13. Sagastume Fajardo, Doris Judith (2000)
Los Códigos semiológicos, Licenciada en Ciencias de la Comunicación
Guatemala USAC.ECC 70P.

14. Samayoa Soria,Ingrid Siomara (2006)
Comunicación interpersonal por el correo electrónico, tesis Licenciada en Ciencias de la Comunicación
Guatemala USAC,ECC 89P



**Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las
estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación
de la Universidad San Carlos de Guatemala
-José Gustavo González Kish-**

15. Saenz, Ana Renee (2001)

Transculturación a través de los códigos idiomáticos de Internet.

Tesis Licenciada en Ciencias de la Comunicación

16. Sola Fernando y Pérez A.(2003)

Métodos de Investigación Social.

Trillas México.

17. Velásquez Rodríguez, Carlos A. (2006)

Teoría de la Mentira, una introducción a la semiótica

Guatemala Ecco Ediciones

Referencias Electrónicas

18. www.educared.com

19. [es.wikipedia.org/wiki/Escritura_\(ling%C3%BC%C3%ADstica\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Escritura_(ling%C3%BC%C3%ADstica))

20. www.diccionariosms.com

21. www.noslang.com/dictionary/a

22. www.saferssufers.org/chat_room_internet.

23. www3.unileon.es/dp/dfh/jmr/simbo/0000.htm

24. www.emoticonesanimados.com.ar/

25. www.diegolevis.com.ar

26. www.auladeletras.net/material/comunica.



**Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las
estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación
de la Universidad San Carlos de Guatemala**
-José Gustavo González Kish-

27. www.portal-peru.com/recursos-para-messenger/

28. www.fresno.cnice.mecd.es/avaler3/?id=la-escritura-en-las-nuevas-tecnologias

29. www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010014/Contenidos/Capitulo3/Pages/3.4/34Elementos_comunicacion.htm

30. www.docencia.udea.edu.co/LenguaMaterna/Documentos/UNIDAD%206.doc

31. es.wikipedia.org

32. [/www.rppnet.com.ar/hiscomunicacion.htm](http://www.rppnet.com.ar/hiscomunicacion.htm)

33. [/www.estudiosimbiosis.com.ar/comunicacion/historia.html](http://www.estudiosimbiosis.com.ar/comunicacion/historia.html)

34. Interpersonal http://www.plataforma.uchile.cl/fg/semestre1/_2003/joven/modulo3/clase1/temas/tema01.htm

35. www.radiosurco.cu/Salud.asp?newsid=2155&A=T&offset=0

36. www.civila.com/desenredada/que-es.html

37. www.argo.es/medios/ponencia.html

38. es.geocities.com/requetecotton/msn/ques.htm

39. www.del messenger.com/windows-messenger/

40. www.msgpluslive.es/features



**Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las
estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación
de la Universidad San Carlos de Guatemala**
-José Gustavo González Kish-

41. www.sitiosargentina.com

42. www.emotiplanet.com/historial-emoticones-1.php

43. culturitalia.uibk.ac.at/hispanoteca/Gram%C3%A1ticas/Gram%C3%A1tica%20espa%C3%B1ola/Abreviaturas%20y%20abreviaciones.htm

0 1 2 3 4 5 6

Anexos



0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

123
456



7 8

Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala
-José Gustavo González Kish-



UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



Encuesta

Instrucciones: A continuación lea el siguiente cuestionario y responda cada una de las preguntas.

Edad: _____ Semestre: _____

1. ¿En sus conversaciones escritas por internet (la red), prefiere utilizar el servicio de correo electrónico o mensajería instantánea?

2. ¿Qué ventajas considera usted que ofrece el Messenger en la comunicación escrita por internet?

3. ¿Posee usted una cuenta de mensajería instantánea del programa Messenger?

Si no

4. ¿Con que frecuencia utiliza su cuenta de Messenger?

Todos los días 3 días a la semana
5 días a la semana 1 vez a la semana

5. ¿Cuántas horas al día utiliza su cuenta de Messenger?

6. ¿Dentro de sus conversaciones por Messenger , utiliza alguno de estos códigos de escritura, señale cuales?

Abreviaturas Anglicismos (palabras en inglés)
Emoticones Extranjerismos (palabras de otro país)

7. ¿De los códigos de escritura que señaló en la pregunta número 6, indique cual es el que más utiliza dentro de sus conversaciones por el Messenger y escriba unos ejemplos?

8. ¿Cuántas horas a la semana utiliza para comunicarse por el Messenger?

9. ¿Señale los factores por los cuáles usted hace uso de las abreviaturas, emoticones, anglicismos o extranjerismos en sus conversaciones escritas por el Messenger?

Rapidez Imitación
Economía Estética
Moda Amenizar la conversación

10. ¿Si usted hace uso de los emoticones(códigos de escritura) dentro de su Messenger, indique los tipos de emociones que utiliza?

<input type="checkbox"/> Amor	<input type="checkbox"/> Deportes
<input type="checkbox"/> Animales	<input type="checkbox"/> Personajes de caricaturas
<input type="checkbox"/> Banderas	<input type="checkbox"/> Letras
<input type="checkbox"/> Caras animadas	<input type="checkbox"/> Marcas
<input type="checkbox"/> Caras reales	<input type="checkbox"/> naturaleza
<input type="checkbox"/> Con movimiento	<input type="checkbox"/> Películas
<input type="checkbox"/> Con movimiento y sonido	<input type="checkbox"/> Terror

11. ¿Indique cuál de los tipos de emoticones señalados en la pregunta número 10, es el que más utiliza en sus conversaciones por Messenger?

Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala

-José Gustavo González Kish-



UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ENCUESTA DE SELECCIÓN

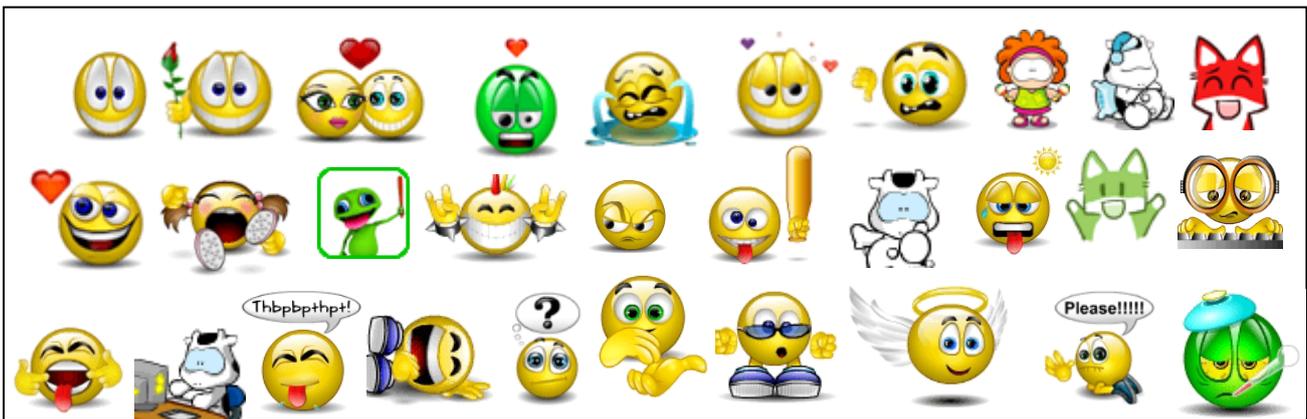
Instrucciones: Observe detenidamente en cada recuadro los siguientes emoticones (códigos de escritura), abreviaturas y anglicismos (palabras en inglés) **seleccione solo 5 elementos marcándolos con una "X"**, que sean los que usted utiliza más dentro de sus conversaciones por el Messenger.

Caras animadas: **seleccione 5**



Indique el significado que usted le da a los emoticones que ha seleccionado y el factor por el cual los utiliza, en sus conversaciones por el Messenger.

Emoticones con movimiento: **seleccione 5**



Indique el significado que usted le da a los emoticones que ha seleccionado y el factor por el cual los utiliza en sus conversaciones por Messenger.

Abreviaturas: **seleccione 5**

X --- Por	Tkm --- Te quiero	Kt --- Que te	dc---dice
Q --- Que	mucho	Sk --- Es que	spero--- espero
Xk --- Porque	Bss --- Besos	D --- De	con q--- con que
Aki --- Aquí	Mff --- Metete	Kda---cada	cndo--- cuando
Sms --- Mensaje	Sk --- Es que	lq--- lo quiero(a)	dnd--- donde
Kfl --- Que tal	xq---porque	ps--- pues	dq--- de que
Sts --- Estas	tc ---te cuidas	ksa---casa	t--- te
Ktapsa --- Que te pasa	Gns --- Ganas	weva---hueva	
	Cmo --- Como	bb---bebe	

Indique el factor por el cual utiliza las abreviaturas que ha seleccionado, dentro de sus conversaciones por el Messenger.

Anglicismos: **seleccione 5**

ok	fuck	kiss	dance	
bye	great	house	music	lunch
hi	fun	computer	copy	stop
hello	yes	day	u2	
xoxo	phone	cash	me2	
sweet	sorry	party	shopping	
baby	love		break	

Indique el factor por el cual utiliza las abreviaturas que ha seleccionado, dentro de sus conversaciones por el Messenger.

**Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las
estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación
de la Universidad San Carlos de Guatemala**
-José Gustavo González Kish-