

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

**“CÓDIGOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS EN *FACEBOOK* POR
ESTUDIANTES DEL PLAN DE AUTOFORMACIÓN A DISTANCIA DE LA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN”**

Trabajo de Tesis Presentado por:
ARELIS RENEE BOLAÑOS MANCIO

Previo a optar al título de:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor de tesis:
M.A. ELPIDIO GUILLÉN

GUATEMALA, MARZO DE 2012

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

CONSEJO DIRECTIVO

DIRECTOR

Lic. Julio Moreno Sebastián

REPRESENTANTES DOCENTES

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

REPRESENTANTES DE EGRESADOS

Pub. José Jonathan Girón

Pub. Aníbal De León

REPRESENTANTES ESTUDIANTILES

Lic. Michael González Bártres

SECRETARIA ADMINISTRATIVA

M.A. Claudia Molina

ASESOR DE TESIS

M.A. Elpidio Guillén

TRIBUNAL EXAMINADOR

M.A. Elpidio Guillén, presidente.

M.A. Wangner Díaz, revisor.

Lic. David Chacón, revisor.

Lic. Armando Sipac, examinador.

M.A. Aracelly Mérida, examinadora.

Lic. Gustavo Morán, suplente.



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

201-11

Guatemala, 29 de julio de 2011

Dictamen aprobación 109-11

Comisión de Tesis

Estudiante

Arelis Renee Bolaños Mancio

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante **Bolaños**:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.4 del punto 1 del acta 10-2011 de sesión celebrada el 29 de julio de 2011 que literalmente dice:


1.4 Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al (la) estudiante Arelis Renee Bolaños Mancio, carné 200713476, el proyecto de tesis: CÓDIGOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS EN LA RED SOCIAL FACEBOOK POR LOS Y LAS ESTUDIANTES DE 9NO. SEMESTRE DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DEL PLAN AUTOFORMACIÓN A DISTANCIA (PAD) DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA. B) Nombrar como asesor(a) a: M.A. Elpidio Guillén.

Asimismo, se le recomienda tomar en consideración el artículo número 5 del REGLAMENTO PARA LA REALIZACIÓN DE TESIS, que literalmente dice:

...“se perderá la asesoría y deberá iniciar un nuevo trámite, cuando el estudiante decida cambiar de tema o tenga un año de habersele aprobado el proyecto de tesis y no haya concluido con la investigación.” (lo subrayado es propio).

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copla: Comisión de Tesis
AM/Eunice S.

Edificio M:
Ciudad Universitaria, zona 1:
Teléfonos: (502) 2418-892
(502) 2443-9500 extensión 147
Telefax: (502) 2418-891
www.comunicacion.usac.edu.g



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 06 de octubre de 2011

Comité Revisor/ NR

Ref. CT-Akmg 81-2011

Estudiante

Arellis Renee Bolaños Mancio

Carné 200713476

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ciudad Universitaria, zona 12.

Estimado(a) estudiante **Bolaños**:

De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar acerca de su tesis: **CÓDIGOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS EN LA RED SOCIAL FACEBOOK POR LOS Y LAS ESTUDIANTES DE 9NO. SEMESTRE DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DEL PLAN AUTOFORMACIÓN A DISTANCIA (PAD) DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA.**

Dicho comité debe rendir su dictamen en un plazo no mayor de 15 días calendario a partir de la fecha de recepción y está integrado por los siguientes profesionales:

Lic. Elpidio Guillén, presidente(a).
M.A. Wangner Díaz, revisor(a).
M.A. David Chacón, revisor(a).

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS

M.A. Gustavo Bracamonte Carón
Director ECC



M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copias: comité revisor. Adjunto fotocopias del informe final de tesis y boleta de evaluación respectiva.

Larissa Melgar
archivo.

AM/GB/Eunice B.



Autorización Informe Final de Tesis por Terna Revisora



Guatemala, 17 de Octubre 2011


M.A.
Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio Bienestar Estudiantil 2do. Nivel
Ciudad Universitaria, zona 12

Distinguida M.A. Mérida:

Atentamente informamos a usted que la estudiante **Arelis Renee Bolaños Mancio**, carné **2007 13476**, ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS, cuyo título es *Códigos de comunicación utilizados en la red social Facebook por l@s estudiantes de 9no. semestre de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del Plan Autoformación a Distancia de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala*.

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

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.A. Wangner Díaz
Miembro comité revisor


M.A. David Chacón
Miembro comité revisor


M.A. Elpidio Guillen
Presidente comité revisor

**Escuela de Ciencias de la Comunicación**

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 15 de febrero de 2012
 Tribunal Examinador de Tesis/N.R.
 Ref. CT-Akmg- No. 30-2012

Estudiante

Arelis Renee Bolaños Mancio

Carné 200713476

Escuela de Ciencias de la Comunicación
 Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Bolaños**:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: **CÓDIGOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS EN LA RED SOCIAL FACEBOOK POR L@S ESTUDIANTES DE 9NO. SEMESTRE DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DEL PLAN AUTOFORMACIÓN A DISTANCIA DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**, siendo ellos:

M.A. Elpidio Guillén, presidente(a)
 M.A. Wainer Díaz, revisor(a).
 Lic. David Chacón, revisor(a)
 Lic. Armando Sipac, examinador(a).
 M.A. Aracelly Mérida, examinador(a).
 Lic. Gustavo Morán, suplente.

Por lo anterior, apreciaremos se presente a la Secretaría del Edificio M-2 para que se le informe de su fecha de examen privado.

Deseándole éxitos en esta fase de su formación académica, nos suscribimos.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS

Lic. Julio E. Moreno C.
 Director ECC

Copia: Larissa
 Archivo
 JEMCH/AM/Eunice S.

M.A. Aracelly Mérida
 Coordinadora Comisión de Tesis



Edificio M

Ciudad Universitaria, zona 1

Teléfonos: (502) 2418-892

(502) 2447-9500 extensión 147

Teléfax: (502) 2418-891

www.comunicacion.usac.edu.g



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

171-12

Guatemala, 27 de abril de 2012

Orden de Impresión/NR

Ref. CT-Akmg- No. 30-2012

Estudiante

Arelis Renee Bolaños Mancio

Carné 200713476

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Bolaños**:


Nos complace informarle que con base a la **autorización de informe final de tesis por asesor**, con el título **CÓDIGOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS EN FACEBOOK POR LOS ESTUDIANTES DEL PLAN DE AUTOFORMACIÓN A DISTANCIA DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**, se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que entregue dos tesis y un cd en formato PDF en la Biblioteca central de esta universidad, seis tesis y dos cd's en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y diez tesis en la Secretaría de esta unidad académica ubicada en el 2º nivel del Edificio M-2.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado(a) de esta Escuela, que cuenta con todas la calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


Lic. Julio E. Sebastián Ch.
Director ECC




M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: archivo
AM/JESCH/Eunice S.

**Para efectos legales, únicamente la autora es la responsable del contenido
de esta investigación.**

AGRADECIMIENTOS

A Dios por darme la oportunidad, sabiduría y fortaleza suficiente para que fuera posible alcanzar con esfuerzo este triunfo que tiene toda su bendición.

A mi familia, con mucho amor y eterno agradecimiento por mi existencia, porque sin escatimar esfuerzo alguno, han sacrificado gran parte de su vida para formarme y porque nunca podré pagar todos sus desvelos ni aún con las riquezas más grandes del mundo, por que mis ideales y esfuerzos son inspirados en cada uno de ustedes. Artífices de mi existencia.

A mi madre Clara Luz Mancio, no hay palabras para mostrarte mi agradecimiento, aprecio todo lo que has hecho por mí, abnegada madre eres el ser más maravilloso. Gracias por el apoyo moral, por permanecer despierta por las noches en vela cuando yo estaba estudiando, gracias por tu amor incondicional y comprensión, por guiar mi camino y estar junto a mi en todo momento. Todos mis logros han sido también tuyos e inspirados en ti, culminando así mi carrera profesional, que es para mi la mejor de las herencias.

A mi padre Elmer Bolaños Lam, quiero agradecer tu constante apoyo, el que me hayas brindado tu mano en las derrotas y logros de mi vida, gracias a por tus consejos y sabiduría que me ha permitido realizar la más grande de mis metas, la cual constituye la herencia más valiosa que pudiera recibir. Gracias por tu cariño y comprensión.

A mis hermanos Elmer y Eldyn Bolaños Mancio, han sido los amigos que Dios me ha regalado para compartir sueños y metas, gracias por estar ahí siempre para mí, Ustedes son los ángeles que me han dado aliento en momentos difíciles, y muchas alegrías en los momentos de triunfo. Estoy muy agradecida por su apoyo incondicional.

A James Munro, gracias por tu comprensión, paciencia y amor. Tu has estado allí para mí para ayudarme a reír y a llorar en los momentos de alegría y tristeza, cuando te necesito estás siempre para apoyarme incondicionalmente y consolarme con palabras de aliento y esperanza. Gracias ser mi ángel. Me has dado mucho más de lo que jamás hubiera soñado, y quiero decir, gracias por ser la maravillosa persona que eres. TE AMO.

“To James Munro, thank you for your understanding, patience and love. You've been there for me to help me laugh and cry in times of joy and sadness, when I need you to support me unconditionally and always comfort me with words of encouragement and hope. Thank you for begin my angel. You have given me much more than I ever dreamed, and I mean it, thanks for being the wonderful person you are. I LOVE YOU”.

A mi tío Ingeniero Eduardo Antonio García, por ser parte de mi vida, es la mejor prueba de cariño y agradecimiento, con admiración y respeto.

A mi tío Licenciado Jorge Ovidio De León, por darme cariño y ayuda incondicional, por tus comentarios, sugerencias y opiniones. además de ser un buen amigo

A mi tío Licenciado Carlos Mancio Betancourt, con admiración por su ejemplo de superación, por el cariño y apoyo moral que me brinda.

A la familia Cuevas Mancio, por estar junto a mi en los momentos importantes de mi vida.

A mi perrito Henry Thomas por ser mi compañero siempre en mis horas de desvelo.

A toda mi familia, abuela, tíos, primos y amigos que de una u otra forma se involucraron y me apoyaron, para la obtención de este logro.

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Institución que se encargó de mi formación y me albergó en mis años de estudio.

Licenciado Julio Moreno Sebastián

Por los momentos vividos desde el inicio de mis estudios, porque hoy veo llegar a su fin una de las metas de mi vida, le agradezco la orientación que siempre me ha otorgado, lo valoro y estimo mucho.

M.A. Aracelly Krisanda Mérida Gonzáles

Como una muestra de cariño, me alegra tener la oportunidad de agradecerle por su generosidad, sin profesionales como usted, muchos estudiantes serían incapaces de seguir la carrera de sus sueños. Gracias por ser la clase de persona que todo lo comprende y dan lo mejor de se mismos sin esperar nada a cambio... porque sabe escuchar y brindar ayuda cuando es necesario... porque se ha ganado el cariño, admiración y respeto de todo el que la conoce. Eternamente agradecida.

A mi asesor M.A. Elpidio Guillén:

Muchas Gracias por el gran trabajo que realizó conmigo y el enorme impacto que usted ha tenido en mi vida y en la de los jóvenes como catedrático y amigo. Usted es y seguirá siendo una gran influencia en mí, usted es el mejor mentor que he tenido, gracias a sus consejos y apoyo he llegado a realizar la más grande de mis metas. Con agradecimiento infinito.

M.A. Marco Julio Ochoa:

Por brindarme sus conocimientos, prepararme académicamente, por compartir sus experiencia, por su tiempo aún fuera del horario de trabajo, por su exigencia y sus consejos para poder enfrentarme al mundo que me espera. Muchas gracias.

Licenciado Marco Pineda

Por su gran apoyo y enseñanzas, mi gratitud por toda la invaluable ayuda que siempre me ha proporcionado.

Profesor Eduardo Hernández, por motivarme a seguir adelante y bríndame su apoyo y cooperación en todo momento.

A mis Catedráticos

Que me han dado instrumentos para unirme a la orquesta del mundo, han contribuido en mi formación académica en cada uno de sus cursos que sin lugar a dudas siempre tendrá un impacto duradero en mi vida.

A mis amigos y compañeros

Quienes formaron parte de mi vida estudiantil y siguen siendo parte de mi vida profesional.

Con profundo agradecimiento a quienes con su ayuda, apoyo y comprensión me alentaron a lograr esta hermosa realidad.

ÍNDICE

Resumen	i
Introducción	ii
Capítulo 1	
Marco Conceptual	
1.1 Título de la investigación	1
1.2 Antecedentes	1
1.3 Justificación	1
1.4 Planteamiento del problema	2
1.5 Alcances y límites	3
Capítulo 2	
Marco Teórico	
2.1 Lenguaje	4
2.1.1 Lenguaje oral	5
2.1.2 Lenguaje escrito	6
2.2 Lengua	6
2.3 Habla	7
2.4 Información	7
2.5 Comunicación	8
2.6 Formas de comunicación	10
2.6.1 Verbal	10
2.6.1.1 Verbal oral	10
2.6.1.2 Verbal escrita	10
2.6.2 La comunicación no verbal	11
2.6.2.1 El lenguaje corporal	11
2.6.2.2 El lenguaje icónico	12
2.7 Clases de comunicación	12
2.7.1 Comunicación intrapersonal	12
2.7.2 Comunicación interpersonal	13
2.7.3 Comunicación masiva	14
2.8 Signo	15

2.9	Proceso de comunicación	15
2.9.1	Emisor	16
2.9.2	Receptor	17
2.9.3	Mensaje	17
2.9.4	Canal	18
2.9.5	Contexto	18
2.9.6	Realimentación	18
2.9.7	Código	19
2.10	Clases de códigos	21
2.10.1	Códigos lingüísticos	21
2.10.1.1	Código lingüístico escrito	21
2.10.1.2	Código lingüístico oral	21
2.10.2	Códigos no lingüísticos	21
2.10.2.1	Códigos no lingüísticos visual	22
2.10.2.2	Códigos no lingüísticos gestual	22
2.10.2.3	Códigos no lingüísticos acústica o auditivo	22
2.10.3	Códigos paralingüísticos	22
2.10.4	Códigos extralingüísticos	23
2.10.4.1	Códigos sociales	23
2.10.4.2	Códigos estéticos	23
2.10.5	Códigos icónicos	24
2.10.6	Códigos hermenéuticos	24
2.10.7	Códigos proxémicos	24
2.10.8	Códigos kinésicos	25
2.10.9	Códigos prosódicos	25
2.10.10	Códigos cromáticos	25
2.11	Medios de comunicación social	25
2.12	Las nuevas tecnologías	27
2.13	Internet	27
2.14	Información en Internet	28
2.15	Red social	30
2.16	¿Que es <i>Facebook</i> ?	31
2.16.1	Historia de <i>Facebook</i>	31
2.16.2	Perfil de <i>Facebook</i>	31
2.16.3	Características de <i>Facebook</i>	33
2.16.4	La Comunicación en <i>Facebook</i>	35

2.16.5 El lenguaje SMS	37
2.16.5.1 SMS cortos	37
2.16.5.2 Normas de SMS	38
2.16.6 Emoticones	39
2.16.7 Anglicismos	42
2.16.8 Abreviaturas	42
2.16.9 Extranjerismos	43

Capítulo 3

Marco Metodológico

3.1 Método o tipo de investigación	44
3.2 Objetivos	45
3.2.1 Objetivo General	45
3.2.2 Objetivos Específicos	45
3.3. Técnica	45
3.4 Instrumento	45
3.5 Población	46
3.6 Muestra	46
3.8 Procedimiento	47

Capítulo 4

Análisis de Resultados	49
4.2 Conclusiones	63
4.3 Recomendaciones	66
4.4. Referencias bibliográficas	67
4.5 E-grafías	70

Anexos

Cuestionario	72
Los códigos de comunicación utilizados en <i>Facebook</i>	74
Fotografías del estudio piloto	83

Resumen

En el siguiente estudio se identificaron los códigos de comunicación utilizados en *Facebook* por los estudiantes del Plan Autoformación a Distancia de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, cuyos objetivos centrales fueron determinar si los códigos en mención modifican la estructura del idioma español, asimismo, establecer los motivos por los cuáles los estudiantes utilizan los códigos en *Facebook* (moda, ahorro de tiempo, estatus) finalmente, identificar si dichos códigos cumplen alguna función en el rendimiento académico del estudiante.

La técnica que se utilizó para recopilar información fue la del cuestionario auto-administrado, el cual estuvo integrado por 14 preguntas cerradas. Se administró a una muestra de 80 estudiantes, de una población total de 101. Las respuestas otorgadas por la muestra fueron tabuladas y presentadas en gráficas de barras.

Los resultados obtenidos son concluyentes, se pudo establecer que el 55% de estudiantes considera que los códigos más utilizados en orden de importancia son los mensajes escritos seguidos de las fotografías, emoticones y videos, los cuales han modificado el lenguaje y que éstos a su vez son utilizados por moda como medio para comunicarse con los demás y divertirse, los estudiante consideran que los códigos identificados no tienen ninguna función en el rendimiento académico del estudiante.

A modo de conclusión se puede señalar que el *Facebook* ha tenido aceptación, éxito y popularidad en 99% de la muestra, lo que permite inferir que el uso del mismo, ha modificado de alguna forma los códigos de comunicación de los usuarios encuestados; al utilizar la lengua de una manera diferente, es decir, combinando íconos con letras, abreviaturas, entre otros.

Introducción

A partir del desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación se creó un nuevo espacio social para las interrelaciones humanas, El espacio telemático, cuyo mejor exponente actual es la red o *internet*, no es presencial, sino representacional, no es proximal, sino distal, no es sincrónico, sino multicrónico, y no se basa en recintos espaciales con interior, frontera y exterior, sino que depende de redes electrónicas cuyos nodos de interacción pueden estar diseminados por diversos países).

El entorno para crear las TIC (Tecnologías de la información y la comunicación) conforma un nuevo espacio para la interacción social, el cual está siendo empleado de manera progresiva por las redes sociales. Desde esta perspectiva, la creación de un nuevo espacio para la comunicación puede ser vista como una nueva oportunidad para miles de seres humanos, que necesitan precisamente de la creación de un nuevo espacio que les permita estudiar desde su casa, capacitarse desde su lugar de trabajo o disfrutar de sus espacios de ocio.

Actualmente el *internet* es un medio por el cual miles de personas se comunican de forma rápida. Las nuevas herramientas y tecnologías ofrecen diversas formas de comunicación, es el caso de las redes sociales en línea, las cuales funcionan como comunidades en línea de usuarios de internet, permiten a las personas crear fácilmente su propia página en línea llamada “perfil”, donde se puede construir y mostrar una red de contactos en línea llamados “amigos” con los cuales puede comunicarse a través de su perfil.

La red social *Facebook* cuenta con millones de miembros registrados sus perfiles contienen información sobre el usuario, además de escribir, se tiene la posibilidad de intercambiar fotos, programas, música, juegos en línea y archivos de todo tipo; es un medio abundante en cuanto a materia de comunicación, por tal motivo se utiliza *Facebook* como contexto de investigación, con el fin de determinar los códigos de comunicación que se utilizan para transmitir mensajes entre los estudiantes del Plan de Autoformación a Distancia de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Capítulo 1

Marco Conceptual

1.1 Título de la investigación

Códigos de comunicación utilizados en *Facebook* por los estudiantes del Plan Autoformación a Distancia de la Escuela de Ciencias de la Comunicación

1.2 Antecedentes

Como antecedente encontrado a la fecha resalta, la tesis con el nombre de *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*, realizada por José Gustavo González Kish (2009).

1.3 Justificación

La comunicación es fundamental en la sociedad para su funcionamiento, ya que consiste en un intercambio de mensajes. A través del tiempo la sociedad evoluciona y con ella la comunicación, por lo cual aparecen nuevas formas de expresar los pensamientos, sentimientos y emociones, donde los códigos que utilizamos tienen un papel fundamental y de gran importancia, ya que permite al emisor elaborar el mensaje y al receptor poder interpretarlo.

Actualmente, la importancia que ha adquirido *internet*, como medio global de comunicación, ha desarrollado distintas maneras de enviar mensajes que permite una fácil interacción por medio de diferentes códigos, por esa razón, y a raíz de la gran aceptación de la red social *Facebook*, la comunicación se ha modificado, por tal motivo se utilizan nuevos códigos de comunicación interpersonal.

Una Red social es en términos generales, estructuras compuestas de grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como la amistad y el parentesco. Estas personas poseen intereses comunes o comparten conocimientos. Ahora bien, aclarada la definición ahora nos referirnos específicamente a la red social *Facebook*, plataforma formada por muchas redes sociales relacionadas, que la gente utiliza para mantenerse en contacto con las demás personas, es una página *web* (world wide web) de comunicación donde se puede compartir mucha información.

Por lo tanto, el estudio identifica los diferentes códigos de comunicación utilizados en este medio social, a través del portal de *chat* en donde, se analizarán las conversaciones, los mensajes privados (*inbox*), los comentarios públicos en perfiles, los grupos organizados, así como los nuevos códigos empleados en la comunicación interpersonal, tratando de conocer sus alcances y resultados dentro de los estudiantes del Plan de Autoformación a Distancia de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

1.4 Planteamiento del Problema

El uso de códigos es fundamental para comunicar el mensaje que se quiere transmitir, dichos códigos deben ser conocidos por las personas involucradas en el proceso comunicativo, porque de lo contrario es muy difícil en esas circunstancias, comunicar una idea eficazmente y la comunicación no se completa.

El ser humano cuenta con una gran variedad de códigos para comunicarse, dentro de los cuales se pueden mencionar: los códigos de forma oral; escrita; los gestuales como el movimiento de las manos, la boca, los ojos, los icónicos que se transmiten por medio de imágenes o dibujos; los musicales entre otros.

Los medios de comunicación están deformando el lenguaje convencional y las formas de comunicación se han ido modificando con el paso del tiempo, actualmente con el desarrollo de las nuevas tecnologías, las redes sociales ofrecen a las personas diversas formas de comunicarse a través de *internet*. Por tal motivo, en el presente estudio se trató de dar respuesta al problema central de la investigación, el que a la letra dice así: ¿Cuáles son los códigos de comunicación más utilizados en *Facebook* por los estudiantes del Plan Autoformación a Distancia de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala?

1.5 Alcances y límites

Ámbito geográfico

Ciudad de Guatemala

Ámbito temporal:

La investigación se realizó durante los meses de Febrero - Abril de 2011.

Ámbito poblacional:

Los estudiantes universitarios del Plan de Autoformación a Distancia (PAD) de la Carrera de Ciencias de la Comunicación.

Ámbito institucional

Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC)

Límites

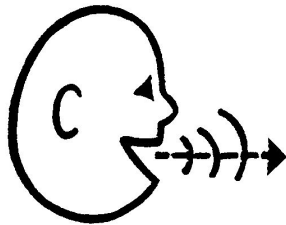
El estudio se realizó solamente en los estudiantes de 9no. Semestre de Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala, por lo que los resultados obtenidos no podrán generalizarse a otras jornadas.

Capítulo 2

Marco Teórico

2.1 Lenguaje

La necesidad de los ancestros para comunicarse con sus semejantes inició con gestos, luego se fueron combinando con sonidos, que realizaban con su cuerpo; con el tiempo le dieron sonido a cada objeto complementándolo con gestos o movimientos, que poco a poco fueron evolucionando, hasta llegar a un lenguaje estructurado que permite enviar y recibir infinidad de mensajes.



Fuente: <http://boolito.wordpress.com/actividades-escuela-de-lenguaje/>

Según Saussure (2000:p.34) *“Los seres humanos desde su origen buscaron el medio por excelencia para transmitir ideas, las ideas son los constituyentes del pensamiento”*. Por ello el lenguaje está en continua transformación. Las palabras, principales componentes del lenguaje, tienen dinamismo, así cuando en un escrito griego se habla de historia se refiere a una averiguación que ha llevado a un conocimiento.

El lenguaje es un reflejo de la realidad y por ende es el envoltorio del conocimiento. Es el código de comunicación por excelencia. Su doble articulación (la primera conformada a través de los morfemas y, la segunda, de los fonemas) permite armar una cantidad de mensajes que son la esencia del proceso comunicativo. Más tarde, la escritura cuneiforme incorporó elementos fonéticos, es decir, signos que representaban determinados sonidos. Los jeroglíficos egipcios pasaron por un proceso similar (de pictogramas a ideogramas) e incorporaron signos para las consonantes, aunque no llegaron nunca a constituir un verdadero alfabeto.

El alfabeto que conocemos hoy se originó en Oriente próximo y lo introdujeron los fenicios en Grecia, donde le añadieron los sonidos de las vocales. El alfabeto cirílico es una adaptación del griego. El alfabeto latino se desarrolló en los países más occidentales, donde dominaba la cultura romana.

El Lenguaje, según *Ferdinand de Saussure* (www.tiradecontacto.net/saussure.html), *“es el medio por excelencia para transmitir ideas, las ideas son los constituyentes del pensamiento. El lenguaje está en continua transformación. Las palabras son los principales componentes del lenguaje, tienen dinamismo. El lenguaje refleja al conocimiento y al mismo tiempo ayuda a difundirlo. Es la capacidad de poder entablar la comunicación mediante signos”*. Saussure (2000:p.34) indica que *“el lenguaje, tiene un lado individual y social, y no puede concebirse uno sin el otro”*.

2.1.1 Lenguaje oral

Es una forma de comunicación que está formado por sonidos y cuyas características principales son: emotividad, el vocabulario para hablar correctamente; además es un lenguaje innato e instintivo, no necesita ser enseñado, es inherente al ser humano y es lo que nos diferencia de los animales.

El lenguaje oral constituye la verdadera lengua, la escrita es una transcripción de la oral, por lo mismo, el lenguaje escrito es más elaborado y requiere del conocimiento de normas y reglas para su empleo. El lenguaje oral no necesita más que saber emitir y escuchar sonidos, se puede realizar incluso en la obscuridad, es natural y espontáneo.



Fuente: http://www.icfillustration.com/icfil_spn/d/d31.html

2.1.2 Lenguaje escrito

Es el lenguaje construido por letras. Entre sus principales características se pueden señalar: el dominio de un léxico, conocimientos de sintaxis, semántica, ortografía, entre otros. Se trata de un código arbitrario y convencional, los usuarios deben conocer las reglas y sus formas de combinación, de lo contrario no es posible codificar y decodificar mensajes.



Fuente: http://www.icfillustration.com/icfil_spn/d/d31.html

2.2 Lengua

La lengua es un sistema de comunicación y expresión que pertenece a una nación o pueblo y puede ser escrito o no escrito. Es un sistema lingüístico considerado en su estructura, La lengua, según Ávila (1978:p.49) *“es un código constituido por un sistema de signos que se utilizan para producir mensajes y un sistema de fonemas con los cuales se forman signos”*. Los signos son aprendidos por el hablante y conservados en su memoria, el hecho de que todos conozcan la lengua hace que puedan comunicarse entre sí.



Fuente: http://www.icfillustration.com/icfil_spn/d/d31.html

2.3 Habla

El habla es el acto por el cual una persona de manera individual y voluntaria plasma un mensaje utilizando las reglas necesarias. Según el diccionario de la Real Academia Española, define habla como “*el acto individual del ejercicio del lenguaje, producido al elegir determinados signos, entre los que ofrece la lengua, mediante su realización oral o escrita*”. El habla se caracteriza por su espontaneidad, libertad para utilizar. El habla también se conoce con el nombre de idiolecto.



Fuente: http://www.icfillustration.com/icfil_spn/d/d31.html

2.4 Información

La información se construye de datos específicos que se precisan para un fin determinado, con el objetivo de aumentar la comprensión. La información, según Velásquez (2006:p.15) “*es un proceso en el que dos sujetos comparten mensajes; sin embargo, es un proceso de una vía (emisor siempre es emisor y receptor siempre es receptor)*”. Para Niño Rojas la información es “*el proceso de recolección, acumulación y registro de datos provenientes del mundo, el proceso incluye un sujeto que se informa y un objeto sobre el cual se informa. Desde el punto de vista de la acción que ejerce el sujeto sobre el objeto, sin que este aporte una acción distinta a la de proporcionar datos empíricos necesarios, la información se considera de carácter unidireccional*”. (Velásquez:2006:p.17).



Fuente: http://www.icfillustration.com/icfil_spn/d/d31.html

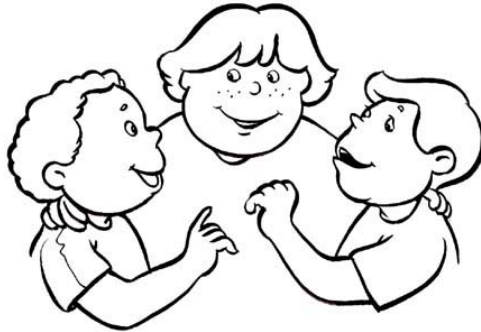
“La información es permanente. Los seres humanos se encuentran en todas las etapas de su vida inmersos en ella. Con o sin intención, el hombre siempre informa o se informa de algo. La naturaleza y todas las cosas siempre ofrecen alguna información a quien la quiere leer o interpretar: La persona que pasa a nuestro lado por la calle, sin proponérselo, nos informa, con sus gestos, sobre su estado de ánimo; con su forma de vestir nos “dice” algo acerca de su estado social, sus gustos, sus ideales. La naturaleza, los objetos siempre ofrecen valiosa información a todos los seres humanos. En conclusión, la información es un proceso de transmisión de datos de una vía: de emisor a receptor. (Velásquez:2006:p.17)”. La información son los conocimientos adquiridos a través del estudio y la experiencia.


2.5 Comunicación

La palabra comunicación proviene del latín “comunicare” que significa poner en común, compartir. La comunicación es el proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes, es un acto derivado del pensamiento y el lenguaje.

“La historia de la sociedad es la historia de la comunicación entre los seres humanos. La sociedad nace como tal en el momento en que el humano adquiere la capacidad de comunicarse. La evolución de la ciencia, del arte y, en general, de toda cultura, es posible solo gracias a la comunicación. La comunicación es vital para el desarrollo del humano. A través de ella se transmiten los patrones culturales que rigen nuestra conducta. Por ello durante toda la historia el hombre se ha preocupado por aumentar su capacidad comunicativa. Cada vez estamos con más y mejores medios de comunicación que nos permiten estar al tanto de lo que acontece del otro lado del planeta en el mismo momento en que se producen los hechos. La comunicación es algo tan común, tan cotidiano, que estamos todo el tiempo inmersos en ella y apenas nos percatamos. Toda nuestra vida social, todo nuestro desarrollo intelectual, depende y tiene su origen en los distintos procesos comunicativos que realizamos” (Velasquez:2006:p.16).

Según Velásquez (2006:p.15) comunicación *“es un proceso mediante el cual dos o más sujetos intercambian información en doble dirección y por medio de la cual pueden desarrollarse mutuamente. Es un acto fundamental que permite a las personas ser y crecer, por lo que es esencial para el desarrollo”*. La comunicación ayuda a comprender el desarrollo de la sociedad actual, porque sus habitantes obtienen información respecto a su entorno y lo comparten con el resto.



Fuente: http://www.icfillustration.com/icfil_spn/d/d31.html 

La comunicación puede ser utilizada para actuar sobre los demás, modificando la manera de percibir el mundo e influir en la manera de ser o de actuar de las personas. Greimas (1990:p.73), define comunicación, *“como las actividades humanas, en su conjunto, son generalmente consideradas como desarrollándose sobre dos ejes principales: el de la acción sobre las cosas, mediante la cual el hombre transforma la naturaleza, y el de la acción sobre otros hombres, creadora de las relaciones intersubjetivas que fundamentan la sociedad, éste es el eje de la comunicación”*.

Lo que hace posible la evolución de las sociedades en el tiempo es la comunicación, uno de los actos de más trascendencia, por naturaleza somos seres sociales y necesitamos la comunicación con nuestros semejantes. Habermas establece, según Velásquez (2006:p.21), *“todas las estructuras sociales se fundamentan en los actos comunicativos y que estos tienen una naturaleza social. Cuando la comunicación se asume como un acto individual, se utiliza para lograr fines personales y se desnaturaliza su esencia social y humana”*.

En conclusión: La

comunicación es un proceso por el cual se intercambia información en doble vía, se comparten conocimientos, deseos y pensamientos. Es una actividad absolutamente humana y parte de la relación de las personas en cualquier momento de la vida. La comunicación verbal o no, le permite a los individuos influir en las decisiones de los demás y también ser influido.

2.6 Formas de comunicación

La comunicación adopta múltiples formas, pero las más importantes son las siguientes:

2.6.1 La comunicación verbal:

La comunicación verbal puede realizarse de dos maneras:

2.6.1.1 La comunicación verbal oral

La forma más evolucionada de comunicación oral es el lenguaje articulado, el cual da lugar a las sílabas, palabras y oraciones. Se produce por medio de signos orales, estos pueden ser: los gritos, silbidos, llantos y risas, es una de las formas más primitivas de comunicación.



Fuente: http://es.lacomunicacion.wikia.com/wiki/Comunicaci%C3%B3n_verbal_y_no_verbal

2.6.1.2 La comunicación verbal escrita

Es la comunicación por medio de la representación gráfica de signos, es un tipo de comunicación muy variada y numerosa dentro de la cual se pueden encontrar: ideogramas, jeroglíficos, alfabetos, siglas, grafiti, logotipos, etc. Para interpretar correctamente los mensajes escritos es necesario que el emisor y el receptor conozcan el código que se utiliza.



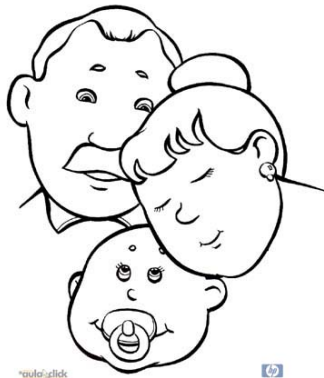
Fuente: <http://www.cubagenweb.org/e-bbs.htm>

2.6.2 La comunicación no verbal

La comunicación No verbal se realiza a través de una gran cantidad de signos, dentro de los cuales se pueden señalar: Las imágenes sensoriales (visuales, auditivas, olfativas), sonidos, gestos, movimientos corporales. Dentro de los sistemas No verbales tenemos:

2.6.2.1 El lenguaje corporal

Este código está formado por los gestos, movimientos, el tono de voz, ropa, así como el olor corporal. Con los elementos del código corporal también se pueden enviar variedad de mensajes de un emisor a un receptor. El código corporal es un auxiliar del código verbal (lengua oral) en ocasiones con un gesto se complementa un mensaje que con palabras puede resultar confuso para el receptor. El lenguaje corporal cumple la función de metalenguaje, ya que, como se mencionó sirve para aclarar y complementar un mensaje.



Fuente: http://www.icfillustration.com/icfil_spn/d/d31.html

2.6.2.2 El lenguaje icónico

La palabra ícono, deriva del griego Eikon que significa imagen, figura sombra. En la comunicación funciona como complemento o sustituto del lenguaje escrito. Un claro ejemplo de lo dicho, se puede apreciar en el Código Morse, códigos universales (las sirenas, braille, lenguaje de los sordomudos), códigos semiuniversales (el beso, luto, duelo), códigos particulares o secretos (señales de los árbitros deportivos).



Fuente: <http://epistemos.wordpress.com/2010/04/05/las-lenguas-de-signos/>

2.7 Clases de comunicación

Las clases de comunicación más relevantes son las siguientes:

2.7.1 Comunicación intrapersonal:

Es el acto de tener un diálogo interno, en otras palabras es hablar con uno mismo. Se produce cuando una persona envía y recibe mensajes internos, todo esto es el proceso de pensamiento y muchas veces hablamos en voz alta con nosotros mismos. Para poder entender la comunicación intrapersonal es preciso que el emisor se conozca a sí mismo. Todos los seres humanos tienen constantes diálogos internos ya sea de una manera consciente o inconsciente.

Las comunicaciones internas son muy importantes porque juegan un papel vital en la creación de la autoestima y autopercepción. La comunicación intrapersonal ayuda a crear su propia imagen y la conciencia de sí mismo, mejorando así su confianza y por lo tanto, su calidad de vida.



Fuente:<http://encuentrosenlaweb.wordpress.com/2011/02/11/comunicacion-en-otras-palabras/>

2.7.2 Comunicación interpersonal:

Es el proceso por el cual dos o más personas intercambian información, sentimientos, emociones y pensamientos. Este tipo de interacción propicia la interacción real y humana debido a que posibilita el contacto directo entre los interlocutores. Además, propicia la realimentación y la superación de los ruidos en los mensajes, ya que es bidireccional.



Fuente:<http://tucomunicacionhumana.files.wordpress.com/2010/10/conversacion.jpg>

Los mensajes que no pudieran estar comprendidos del todo se evalúan y realimentan. Los sujetos de la comunicación interpersonal realmente dialogan y hacen partícipe a su interlocutor de su ser, experiencia, conocimientos, etcétera.

La característica esencial en esta forma de comunicación es el hecho de que los interlocutores pueden hacerse perceptibles entre sí. De esta manera se enriquece la posibilidad de utilizar diferentes códigos. (Velásquez:2006:p.69)

2.7.3 Comunicación masiva

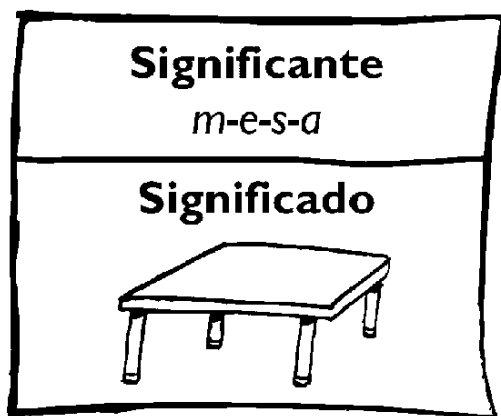
La comunicación masiva reviste especial importancia en el mundo actual. Precisamente el fenómeno de la globalización se debe en gran medida al rompimiento de las barreras espaciales y temporales de estos poderosos canales. A diferencia de la comunicación interpersonal la masiva, no ofrece la posibilidad real de interacción entre emisor y receptor. Tampoco surge de la interioridad humana sino de una estrategia externa.



Fuente:<http://abnerluna606nasri.blogspot.com/2011/01/practica-1-fenomeno-de-comunicacion.html>
Ninguna persona en la actualidad podría negar que jamás haya visto un programa de televisión, oído una canción por la radio, visto una película en el cine, leído un periódico o revista, navegado por *internet*, etc. Mas que la educación formal son los medios los que moldean la mentalidad de la ciudadanía y quienes realmente determinan la opinión pública. Estos poderosos canales han roto las barreras del tiempo y la distancia y se han convertido en parte esencial de la sociedad. En conclusión, la comunicación masiva es el proceso de transmitir un mensaje a un grupo grande de personas, esto requiere el uso de algún tipo de medio de comunicación, de los cuales podemos mencionar por ejemplo: los periódicos, la radio, la televisión e *internet*.

2.8 Signo

En cuanto al signo, Pierce (www.uca.edu.sv/deptos/letras/sitio.../clase4.pdf) lo concibe como *“general, triádico y pragmático. Es algo que, para alguien, representa o esta en lugar de algo, bajo algún aspecto o capacidad. Se dirige a alguien. Es lo que se representa, lo que esta en lugar de un objeto perceptible”*. Los signos han sido creados por el ser humano para simbolizar diferentes tipos de conceptos de diversas maneras. Por esa razón, el signo siempre hace referencia a otra identidad, el signo siempre es dependiente de otro elemento el cual esta simbolizando y su significado puede variar de manera infinita.



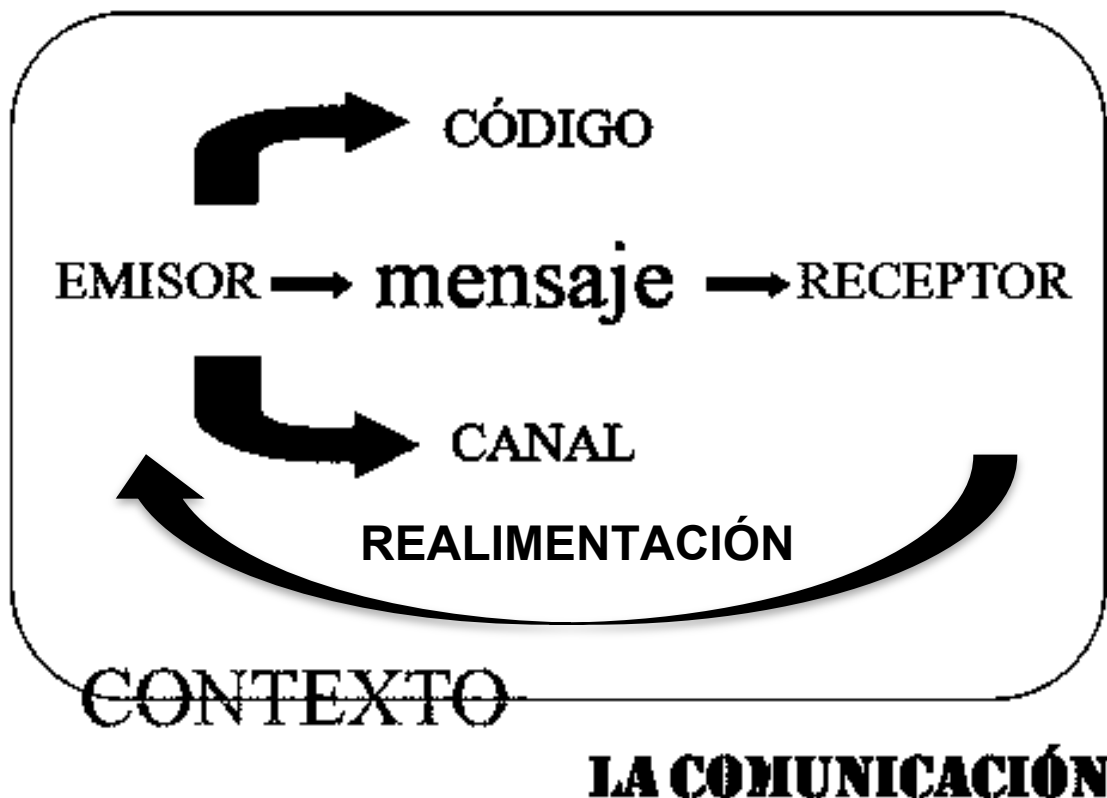
Fuente: <http://www.poemas-del-alma.com/blog/taller/el-signo-linguistico>

Algunos tipos de signos más reconocidos son los que se establecen en el lenguaje, cada letra o símbolo de un alfabeto es un signo, también lo son los signos de puntuación o los signos de comunicación establecidos para personas con discapacidad auditiva, los signos religiosos, los signos zodiacos, los signos de tráfico y tránsito que son utilizados para organizar el movimiento vehicular, los signos informáticos en alta difusión en la actualidad o los signos de información.

2.9 Proceso de comunicación

El Proceso de comunicación es la guía hacia la realización de una comunicación efectiva si se realiza correctamente, el proceso asegura que el mensaje sea entendido por el receptor.

Comprender el proceso de comunicación ayuda a mejorar la comunicación en el hogar, el trabajo y con los amigos, es de mucha utilidad en las empresas. Para que una comunicación sea efectiva es necesario que todos los factores que interviene en acto comunicativo funcionen perfectamente.



Fuente: <http://apuntesparaestudiar.com>

A continuación se desarrollan los factores necesarios en el proceso:

2.9.1 Emisor:

Es el que codifica y envía el mensaje. Según Velásquez (2006:p.28), emisor, “es el encargado de enviar el mensaje. Cuando se trata de una comunicación interpersonal intencionada, el emisor se encarga de codificar dicho mensaje; es decir, de ponerlo en un lenguaje (código) conocido tanto por él como por el receptor; de utilizar signos entendibles por su interlocutor”.

2.9.2 Receptor:

Es el que decodifica y recibe el mensaje. La página de internet <http://www.retoricas.com> cita *“receptor, es aquella persona a quien va dirigida la comunicación. El receptor realiza un proceso inverso al del emisor, ya que descifra e interpreta los signos utilizados por el emisor”* es decir, decodifica el mensaje que recibe el emisor. Según Interiano (2003:p.13), el *perceptor*, *“es también llamado “receptor” por los teóricos de la información. El perceptor puede ser individual o grupal. El perceptor capta, almacena, analiza, sintetiza y da una respuesta a los mensajes que recibe”*.

2.9.3 Mensaje:

Es el objeto de la comunicación, es la información que deseamos transmitir. Es cualquier palabra, oración o comunicación verbal o escrita, enviada desde una persona a otra. Según Interiano (2003:p.15) mensaje *“es la información que deseamos transmitir, el conjunto de ideas, pensamientos, sentimientos que el emisor o comunicador envía al perceptor. Los mensajes deben corresponder a una carga de referencialidad tal, que permita su fácil decodificación. Cuando se trata de emitir mensajes escritos, estos deben ser estructurados, siguiendo una forma de racionalidad, de tal forma que se establezca un campo común entre comunicadores y perceptores”*.

Sólo a través del mensaje el fenómeno comunicativo puede generarse, porque es el conjunto de elementos informativos que el emisor envía al receptor. Hoy en día existe una variedad de mensajes y estilos comunicativos los cuales hacen que el individuo pueda mantener contacto con otras personas de diversas maneras.

2.9.4 Canal:

Es el medio por el cual se transfiere el mensaje de una persona a otra. Es el elemento físico que establece la conexión entre el emisor y el receptor. Palma (2006:p.19), define el canal como el *“medio a través del cual se transmiten los mensajes y pueden ser auditivo, visual, táctil... entre otros”*.

2.9.5 Contexto

Son las circunstancias en las cuales se produce un mensaje, las cuales pueden ser de lugar, tiempo y cultura, mediante las cuales se produce su comprensión. En conclusión, el contexto es el conjunto de todas las circunstancias en las cuales se está produciendo la comunicación. Según Rojas (1998:p.50), *contexto*, *“es el entorno lingüístico del cual depende el sentido y el valor de una palabra, frase o fragmento considerados”*.

2.9.6 Realimentación

Es el paso que pone el mensaje de respuesta en el proceso de comunicación, como control para evitar malentendidos. La única forma en la cual podemos saber si la comunicación se logró efectivamente, es a través de la realimentación que nos dé el receptor, por medio de su reacción o respuesta.

La realimentación es la información de regreso, que permite la comprensión y el control de las comunicaciones, para prevenir la tergiversación o mal interpretación de aquello que se está comunicando. La realimentación es el único medio para saber lo que las personas piensan y sienten acerca de los demás o de las cosas. La realimentación juega un papel central en el proceso de la comunicación, sin él no existe garantía de que se haya logrado la comunicación. El poder observar la reacción del receptor al mensaje de la fuente, es un factor fundamental; a fin de conocer si el objetivo de la comunicación fue alcanzado o no.

El mayor obstáculo para la realimentación es la resistencia de la gente al recibirla. La función más importante de la realimentación es mejorar la transmisión de lo que se comunica junto a las personas involucradas en el acto comunicativo van verificando si están comunicando lo que desean comunicar y al mismo tiempo ayuda a reducir la distorsión o aumentar la precisión de lo que se comunica, a través de una constante verificación; en caso de existir errores.

2.9.7Código

El código permite al emisor elaborar el mensaje y al receptor interpretarlo. El emisor y el receptor deben utilizar el mismo código. Uno de los códigos más utilizados para establecer la comunicación entre los seres humanos es la lengua.

Según Roland Barthes (www.anuies.mx), código, “no es aquí una lista, un paradigma que haya que reconstruir a cada paso. El código es una perspectiva de citas, un espejismo de estructuras. No se conocen de él más que las salidas y los regresos. Las unidades que salen de ahí (las que se van inventariando) son ellas mismas siempre, las salidas del texto, son la marca, el jalón de una digresión virtual hacia el resto de un catálogo. Son como resplandores de alguna cosa que ya se vio, que ya se leyó. Cada código es una de las fuerzas que pueden apoderarse del texto (si consideramos el texto como una red). Cada código es una de las voces de las que está tejido el texto. Del concurso de estas voces, de estos códigos, se va formando la escritura del texto. Son como las avenidas de los sentidos del texto”.

El código es el conjunto de símbolos y signos los cuales deben ser compartidos para que los mensajes se transfieran de persona a persona. Permite la codificación y decodificación de la información que se transmite, de manera que pueda ser intercambiada en forma comprensible entre la fuente y el destino.

Según Lewandowski (1986:p.54), código, “es un sistema de señales; regla por la cual se coordinan combinaciones de señales distintas con un mensaje que se va a transmitir”.

Según Velásquez, (2006:p.33), Niño Rojas establece que los códigos son *“conjuntos organizados de signos, regidos por reglas para la emisión y recepción de mensajes”*. Además de los códigos verbales orales y escritos, existen otros como los gestos, los movimientos de la cara y el cuerpo, la forma y el color, por ejemplo: las señales de tránsito o la música en donde hay reglas que marcan una estructura. Los códigos no verbales, al igual que el lenguaje, varía de acuerdo a las diferentes culturas.

“Para que los mensajes sean percibidos por el receptor, han de tomar cuerpo a través de signos o señales que están codificados u ordenados y que son conocidos por ambos sujetos de la comunicación (emisor y receptor). Estos sistemas de signos son los códigos. Código es el lenguaje en el cual se transmite el mensaje. Cualquier señal, por primitiva y espontánea que parezca, responde a determinados convencionalismos o reglas de juego que comparten emisor y receptor. El lenguaje oral y escrito son los códigos mas efectivos con los que cuenta el ser humano ya que permiten comunicar todo tipo de ideas y situaciones con una enorme facilidad y economía. Sin embargo, no son los únicos que existen. El ser humano se vale de una gran variedad de códigos o formas para comunicarse, cada uno de los cuales tiene sus propias reglas: El código gestual (por medio de gestos), el icono (por dibujos o imágenes), la música, las señales, los ruidos, etcétera.” (<http://epistemos.wordpress.com/2010/04/05/las-lenguas-de-signos/>).

Según Interiano (2003:p.18), código *“es el conjunto estructurado de signos, con base a ciertas leyes propias, utilizado para la elaboración de mensajes”*. Esto significa que para la elaboración de mensajes se necesita tener un orden siguiendo las reglas establecidas para poder comunicarnos. Mientras tanto Umberto Eco establece que el código, *“viene a ser un sistema de posibilidades superpuesto a la igualdad de probabilidades del sistema en su origen, para facilitar su dominio comunicativo”*. Lo que significa que el código nos sirve para facilitar la comunicación.

2.10 Clases de códigos

Existen distintas clases de códigos, es decir, distintos conjuntos de signos que se utilizan para transmitir mensajes y poder comunicarnos, los cuales se describen a continuación:

2.10.1 Códigos lingüísticos

Es el conjunto de unidades de toda lengua que se combina con reglas y permite la elaboración de mensajes. Es un código que necesita del lenguaje, ya sea oral o escrito, los idiomas son los códigos lingüísticos más comunes. El emisor y el receptor deben utilizar el mismo código para que la comunicación sea posible. Saussure, establece que los códigos lingüísticos *“son todos los mensajes verbales, escritos y orales que encontramos alrededor del mundo”*. Los códigos lingüísticos presentan dos variantes y son las siguientes:

2.10.1.1 Código lingüístico escrito

Es cuando el código que utilizamos es lingüístico escrito. Es el código que se transmite a la vista pero para poder entender el mensaje hay que saber leer y conocer el idioma, por ejemplo un letrero que dice “Peligro, Construcción”.

2.10.1.2 Código lingüístico oral

Es cuando el código que utilizamos es lingüístico oral, ejemplo: una conversación.

2.10.2 Códigos no lingüísticos

Son aquellos códigos que no necesitan del lenguaje. No requieren de un idioma determinado para ser capaces de transmitir el mensaje. Ello se debe a que estos códigos, como no utilizan el lenguaje, no son escritos ni orales. Para que estos códigos sean útiles, tanto el emisor como el receptor deben saber sus significados, pero no tienen que saber leer ni escribir. Los códigos lingüísticos se dividen en:

2.10.2.1 Códigos no lingüísticos visual

Se utilizan para captar el mensaje, el receptor debe ver la señal que el emisor le envía. Es el código que se transmite a través de la vista, no debemos confundir leer con ver, un ejemplo son las señales de tránsito.

2.10.2.2 Códigos no lingüísticos gestual

Cuando el código empleado es no lingüístico gestual. Esta clase de código es donde el emisor transmite sus mensajes a través de gestos. Por ejemplo, los gestos que utilizamos a diario o el lenguaje de los sordomudos.

2.10.2.3 Códigos no lingüísticos: acústico o auditivo

Cuando el código empleado es no lingüístico acústico. Se puede transmitir a través del oído, es decir, el receptor debe escuchar la señal para recibir y entender el mensaje, esta clase de código es más universal, no incluye signos lingüísticos. Por ejemplo, la sirena de la ambulancia y las campanas de la iglesia.

2.10.3 Códigos paralingüísticos

La paralingüística es la rama de la lingüística que estudia los fenómenos que acompañan a las expresiones lingüísticas audibles y visibles, con función psicoexpresiva, representativa y apelativa, como por ejemplo mímica, gestos y todos los fenómenos del paralenguaje. Toda la conducta comunicativa humana observable tiene relación con las expresiones lingüísticas. Son los códigos paralingüísticos los que se caracterizan por el conjunto de signos no verbales que acompañan la comunicación lingüística y que complementan la comunicación, especialmente la interpersonal, como gestos del rostro y además corporales.

Es tipo de códigos son considerados el principal vehículo para la comunicación emocional, por ejemplo: el baile, los alfabetos significativos, el código morse. Son conjuntos de signos que aunque no se identifican con el lenguaje están próximos a él y lo apoyan, complementan o sustituyen en los procesos de comunicación.

2.10.4 Códigos extralingüísticos

Se refiere al conjunto organizado de signos, el cual mantienen autonomía funcional con respecto al lenguaje, a pesar de que se emplea combinatoriamente con los signos lingüísticos. Su característica es la autonomía funcional con respecto al lenguaje y la falta de relaciones directas de recodificación, sustitución o auxiliares con el mismo. Muchos códigos lingüísticos se emplean combinadamente con signos lingüísticos. Los códigos extralingüísticos pueden ser significantes tanto para el hablante como para el oyente, o sólo para uno de ellos. Y son los siguientes.

2.10.4.1 Códigos sociales

Los códigos sociales son una organización y significación de la sociedad, la vida social es un juego en el cual el individuo interpreta su propio papel, por medio de este tipo de códigos el individuo se define en relación al grupo social al que pertenecen y a la vez; el grupo en relación a la sociedad, manifestado el papel que cada uno asume. Dentro de los códigos sociales se encuentran: la moda, el protocolo, los ritos, las ceremonias, las fiestas, los juegos, etcétera.

2.10.4.2 Códigos estéticos

“Los códigos estéticos están íntimamente ligados a las artes. Son los códigos que se conocen a través de las obras de arte. Existen o aparecen en estructuras que manifiestan el sentimiento de un autor de una obra literaria, de un pintor o de un trovador. La música, la literatura, la pintura danza y todas las artes, al igual que toda la forma de comunicación necesita de un emisor y un receptor; en este caso el emisor será el autor y los receptores, los espectadores y contempladores de la obra de arte. En ella, el autor comunica su sentir a través de esa forma de expresión muy particular”. (Sagastume:2000:p.62)

Según Pedroni (1996:p.105), los códigos estéticos son *“una obra de arte, en tanto que constituye un sistema”*. *Cada una de las obras va elaborando su propio código en el proceso de la creación artística. Esto permite la pluralidad de interpretaciones.*

2.10.5 Códigos icónicos

Son los códigos que se leen en forma global, de un golpe a la vista. Según Tamayo (2003:p.37), 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. Los medios de comunicación audiovisual, fotografías, figuras e imágenes en general son una forma de comunicación icónica que existe”*.

2.10.6 Códigos hermenéuticos

La hermenéutica es la traducción o la interpretación que permite la comprensión de un texto, es la posibilidad de referir un signo a su designado para adquirir la comprensión. Nos sirve para la interpretación de textos clásicos, jurídicos e históricos. Según Gonzales (2009:p.17), los códigos hermenéuticos *“se encargan de interpretar lo que se está observando siempre y cuando esté dentro de lo comprendido”*. Es el arte de interpretar los textos.

2.10.7 Códigos proxémicos

Es el tipo de código que tiene que ver con el entorno. Existen distancias comunes determinadas según el contexto social. Según Sagastume (2000:p.45), *“la proxemia, está a cargo de esa relación espacial de proximidad o alejamiento de acuerdo de un contexto a otro. Estos códigos son los que utilizan el espacio entre el emisor y receptor”*.

2.10.8 Códigos kinésicos

Son los códigos que se transmiten a través de los gestos, por ejemplo la mímica, la postura corporal, la expresión facial, la mirada, la sonrisa. Según Sagastume (2000:p.41), en la actualidad los gestos *“son una de las tantas formas que existen para expresarnos. Este tipo de códigos pueden ser complemento de un mensaje o bien pueden reemplazar completamente lo verbal”*.

2.10.9 Códigos prosódicos

Son las variaciones en el tono de la voz, este tipo de códigos son utilizados en la radio para modular la voz dependiendo lo que el locutor quiera comunicarle al radioescucha.

2.10.10 Códigos cromáticos

Son los códigos que utilizan los colores para producir sensaciones y significados que influyen sobre las personas. Los colores pueden transmitir diferentes significados como alegría, enojo, tristeza, frío, calor.

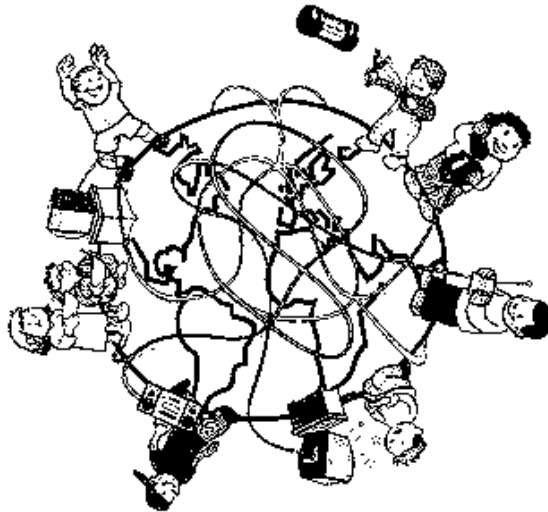
2.11 Medios de comunicación social

A medida que avanzaba la historia, el ser humano desarrolló el alfabeto; es así como se pudo conservar el conocimiento a través de símbolos y significados compartidos, lo cual resulta fundamental para el desarrollo del lenguaje escrito. Los primeros medios de comunicación que surgen fueron: la piedra, la madera y el papiro; en Egipto; incluso los mayas fabricaban un material similar. La aparición de estos medios permite la preservación de la cultura; aunque sólo una elite podría interpretar los significados. Sólo aquellos que pertenecían al ámbito administrativo, político o religioso. En este tipo de sociedad, la mayor parte de las personas no tenía acceso a los medios.

Después de la aparición de la imprenta, serían necesarios muchos años para que los mensajes impresos estuvieran al alcance de grandes cantidades de personas. La aparición de los Medios de Comunicación Social se va dando gradualmente. En primer lugar aparecen los libros, cuyo aporte se considera revolucionario si se compara con los manuscritos, ya que permitía la reproducción de un gran número de ediciones.

Más tarde surgieron los primeros antecedentes de los periódicos, cartas de noticias y otros panfletos informativos. Pero es finalmente en el siglo XVI cuando el periódico hizo su aparición formal. Hay que destacar, que desde la difusión de la imprenta, habían transcurrido 200 años. La televisión, es un medio muy reciente, aunque su difusión se da a un ritmo vertiginoso. Su desarrollo se inició en EEUU en los años 40, convirtiéndose posteriormente en un medio masivo, habiendo alcanzado su punto de saturación en los años 60.

En la actualidad existen nuevos medios, entre los cuales, *Internet* merece una especial mención ya que contiene la integración total de la información a través de una sola vía. Según De León (1986:p.28), "*los medios de comunicación, podrán encargarse de proporcionarnos la colaboración más importante para penetrar en los sentidos*". Este fenómeno representa una sociedad totalmente mediatizada.



Fuente:<http://somos.vicencianos.org/blog/2011/07/medios-de-comunicacion-social-mensaje-vicenciano-y-juventud-actual/>

Según Wolton (2000:p.11), la comunicación *“ha resultado cada vez más eficaz, hemos pasado del teléfono a la radio, de la televisión a la informática y, más recientemente, a los sistemas multimedia. De repente la comunicación ha sustituido a la dimensión humana y social, hasta el punto en que muchos ven en la sociedad del mañana una “sociedad de la comunicación” Los medios de comunicación social han cambiado considerablemente en un siglo, así como la relación entre la sociedad y la comunicación”*.

La Importancia de los medios de comunicación social es sencillamente fundamental. La sociedad humana no habría alcanzado su actual nivel de complejidad y desarrollo si no hubiese contado con las poderosas herramientas que transportan el discurso social, gracias a lo cual el mundo ha pasado de ser una suma de grupos humanos separados por la geografía y la cultura a una red integrada por las realidades nacionales de cada país, que coinciden y difieren mediante el alcance global de los medios masivos de comunicación.

2.12 Las Nuevas tecnologías

“El paradigma cibernético comprende una serie de fenómenos, las más modernas tecnologías de la información, que han hecho desaparecer los obstáculos y las distancias existentes en el proceso de la comunicación humana. Los ordenadores, la televisión por cable, los satélites de comunicación no son sino los primeros pasos de un acelerado proceso de tecnificación, completados por la telemática y los nuevos medios de comunicación”. (Wolton:2000:p.93)

2.13 Internet

Es una red de computadoras alrededor de todo el mundo, que comparten información unas con otras por medio de páginas o sitios. Con internet se puede obtener información de temas como salud, deportes, tiendas, moda, belleza, empleos, historia, cine, libros, restaurantes, y mucho más. Una página de internet contiene información de un tema en particular, estas páginas contienen, gráficas, fotos, videos, música, etcétera.



Fuente: <http://www.seti.cl/the-grid-el-increible-futuro-de-internet/>

“*Internet* agrupa un conjunto de servicios que están vinculados a protocolos técnicos de comunicación. Con el *internet* hemos entrado a lo que *Wolton* (2000:p35) establece como “*las sociedades interactivas*”. En palabras sencillas, *Internet* es un conjunto de computadoras conectadas entre sí, compartiendo una determinada cantidad de información.

2.14 Información en Internet

Internet es un archivo y una biblioteca universal en la que el usuario, tiene acceso inmediato a la mayor fuente de información que jamás ha existido. Internet se puede usar para difundir, buscar y recuperar información. El servicio más popular del Internet, y el más comentado, es la disponibilidad en *línea* de millones de páginas informativas sobre los más diversos tópicos y todos los idiomas que podamos pensar. Prácticamente, cada persona conectada a la red tiene la posibilidad de publicar información, con un universo de usuarios, esto nos da una idea de la cantidad infinita de información que podemos encontrar.

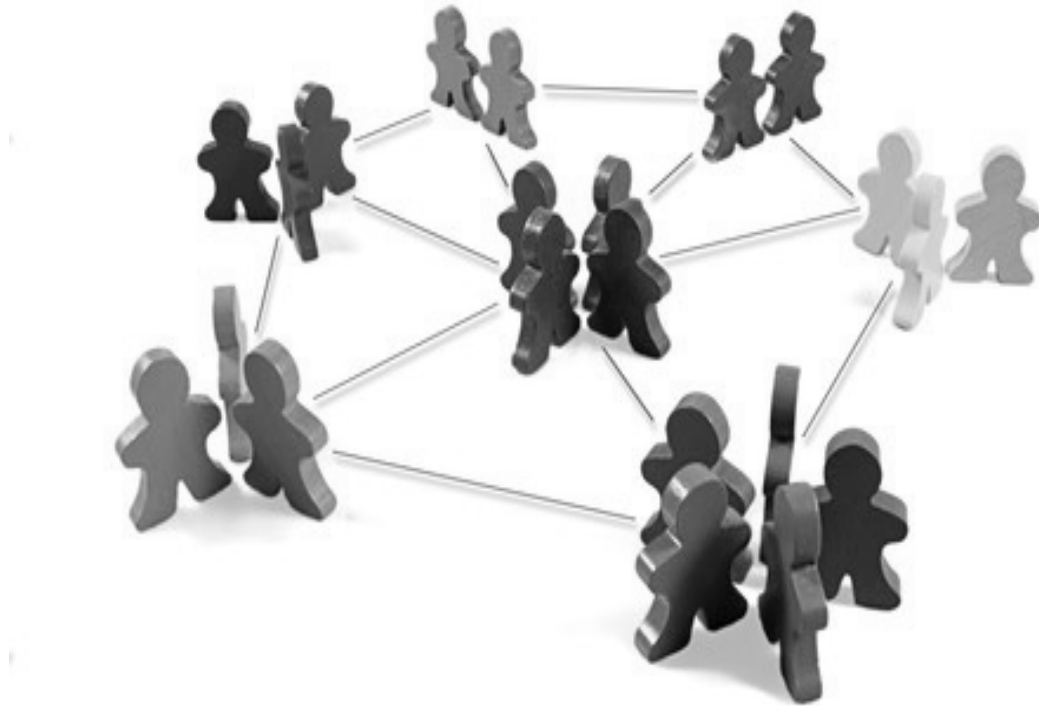
La información en internet permanece disponible siempre y cuando el *hosting* (hospedaje) y dominio de la pagina (nombre de la pagina) sea pagado de manera anual o mensual. En ciertas ocasiones se puede obtener sin ningún costo el dominio de la pagina por medio de *blogs* gratuitos, por lo tanto, toda la información que se encuentra en internet es clasificada de manera ascendente, dependiendo de factores como la popularidad reflejada en el numero de visitas y temas de interés que contenga la página, en definitiva si una página no contempla los factores antes mencionados, se vuelve difícil de encontrar en una red de información tan grande. La ventaja es que en muchos casos se encuentra información más reciente y actualizada que las que existe impresa.



Fuente:<http://compunoticias.com/2012/02/03/el-trafico-de-internet-desciende-tras-el-cierre-de-megaupload/>

2.15 Red social

Las Redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican con las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos



Fuente: <http://blog.botonrojo.com/2012/02/21/mi-primer-red-social/>

En las redes sociales de *Internet* existe la posibilidad de interactuar con otras personas, aunque no se conozcan entre sí; el sistema es abierto y se va construyendo obviamente con lo que cada miembro aporta a la red, cada nuevo miembro que ingresa transforma al grupo en otro nuevo. Las redes sociales se basan en ciertas estructuras que permiten a las personas expresar su individualidad y conocer gente con intereses similares.

2.16 ¿Qué es *Facebook*?

Facebook opera mundialmente como una red social en la cual las personas, luego de crearse un perfil y completar los datos que deseen, pueden realizar diferentes actividades como buscar y encontrar numerosos contactos en cualquier lugar del mundo (muchos de los cuales pertenecen a momentos pasados de la vida de cada uno), expresar sus opiniones y estados de ánimo, subir y comentar fotos, jugar, crear redes y grupos con diferentes objetivos, etc. Actualmente se le considera como el sitio de redes sociales número uno a nivel mundial.



Fuente: <http://www.electrocutado.com/como-crear-una-cuenta-en-facebook-video/>

Una de las características sobresalientes del Facebook es su constante actualización, y es debido a esto que uno puede en su perfil, observar instantáneamente las diferentes acciones, decisiones y actividades que realizan los contactos de su lista. Además, *Facebook* facilita que las personas entren en contacto entre sí al recomendar contactos y sugerir amistades con personas que tienen conocidos o amigos compartidos.

Actualmente políticos, estrellas del espectáculo, activistas sociales, marcas y empresas tienen su propio perfil en *Facebook*; debido a la gran recepción y popularidad que esta red social posee, lo cual permite entonces que el mensaje difundido llegue a miles de personas en minutos o segundos. De este modo, el efecto publicitario a lograr es mucho más efectivo y, en la mayoría de los casos, completamente gratuito.

Facebook ofrece una gama de opciones de privacidad para sus miembros. Un miembro puede hacer todas sus comunicaciones visibles para todos, y también puede bloquear las conexiones específicas, lo cual permite mantener todas sus comunicaciones privadas. Los miembros pueden decidir qué partes de su perfil son públicos, decidir que omitir en su suministro de noticias y determinar exactamente quién puede ver su perfil. Para aquellos miembros que desean utilizar Facebook para comunicarse de forma privada, hay una función de mensajes, similar al correo electrónico.

2.16.1 Historia de Facebook

Comenzó como un sitio web universitario de redes sociales, fundado en 2004 por el estudiante de *Harvard Mark Zuckerberg*. Era originalmente una red social para estudiantes de dicha Universidad, luego se convirtió en un éxito y se expandió a otras casas de estudio. En 2005, Facebook se abrió a las escuelas secundarias y en 2006, estaba abierto a todo el mundo. Desde entonces, ha experimentado un gran crecimiento, por encima de *MySpace* en términos de popularidad.

En 2007, *Facebook* lanzó la Plataforma, que permite a los desarrolladores crear aplicaciones en la red, en lugar de simplemente ser insignias para adornar la página, estas aplicaciones permiten interactuar con amigos, por ejemplo: dar regalos, jugar ajedrez, entre otros. En 2008, se lanzó *Facebook Connect*, que compitió con *OpenSocial* y *Google Friend Connect* como un servicio de autenticación de acceso universal.

2.16.2 Perfil de Facebook

Los perfiles contienen información básica, como lugar de residencia, edad y otros datos personales. Existen redes sociales dedicadas a un tema especial, como música, películas donde los miembros pueden opinar.



Fuente: http://jacarpc.quicksnake.es/_/Cambia-tu-aburrida-foto-de-perfil-en-Facebook-por-un-buen-video

2.16.3 Características de *Facebook*

Una vez registrado en la Red social Facebook se contará con un perfil propio, el cual contiene las siguientes características:

- Muro: (*wall*) es un espacio en cada perfil de usuario que permite que los amigos escriban mensajes para que el usuario los vea. Sólo es visible para usuarios registrados, se anexan enlaces, fotos y videos. Una mejora llamada supermuro permite incrustar animaciones flash.
- Información: Es toda la información básica del usuario
- Fotos: Permite subir fotos que se pueden compartir con amigos, donde los usuarios pueden subir álbumes que cuentan con tecnología de reconocimiento de cara, y permite escribir un comentario sobre las mismas. *Facebook* cuenta cientos de aplicaciones relacionadas con la fotografía y ofrece la posibilidad de crear galerías propias y subir fotos. Las imágenes subidas a *Facebook* cambian automáticamente de tamaño para ocupar poco espacio.

- Videos: Permite subir videos para compartir, donde los usuarios pueden "etiquetar" a sus amigos.
- Amigos: Permite agregar amigos al perfil. Es una forma de localizar amigos con quienes se perdió el contacto o agregar nuevos con quienes intercambiar fotos o mensajes. Permite mantener una lista de amigos y elegir la configuración de privacidad para tener control de lo que se verá en el perfil.
- Mensajes: Los usuarios pueden enviar mensajes privados (inbox), funciona como mail.
- Notificaciones: es la información que se recibe con los mensajes mas importantes.
- *Poke*: Sirve de "empujón" para atraer la atención de la otra persona.
- Actualización de estado: Es también llamado estado y permite al usuario enviar un mensaje de manera pública a todos sus amigos y a su vez los amigos pueden responder con sus propios comentarios.
- *Chat*: Contiene chat interactivo en línea, con el cual se puede intercambiar mensajes con amigos.
- Comentarios: Proporciona la posibilidad de hacer comentarios en otros muros (*Wall*) con el fin de mantener el contacto o simplemente saludar.
- Grupos: Es una de las utilidades de mayor desarrollo reciente. Se trata de reunir personas con intereses comunes. En los grupos se pueden añadir fotos, videos, mensajes.

- *Fan*: Permite que los miembros puedan ser seguidores de las páginas de su preferencia; permitiendo; que las empresas lo utilicen con eficacia. Es usado como vehículo para la comercialización de medios de comunicación social.
- Eventos: permite a los miembros dar a conocer un evento, tiene la opción de conocer quienes planean asistir.
- Mercado: permite a los miembros publicar, leer y responder los anuncios clasificados.
- Páginas: permite a los miembros crear y promover una página pública en torno a un tema específico.
- La tecnología de presencia: permite a los miembros ver los contactos que están en línea.
- Los regalos o *gift*: son pequeños íconos con un mensaje. Los regalos dados a un usuario aparecen en la pared con el mensaje del amigo, a menos que el amigo decida dar el regalo en privado, en cuyo caso el nombre y el mensaje del amigo no se exhibe a otros usuarios.
- Juegos: Se tiene la posibilidad de jugar en línea por medio de las aplicaciones instaladas en *Facebook*.

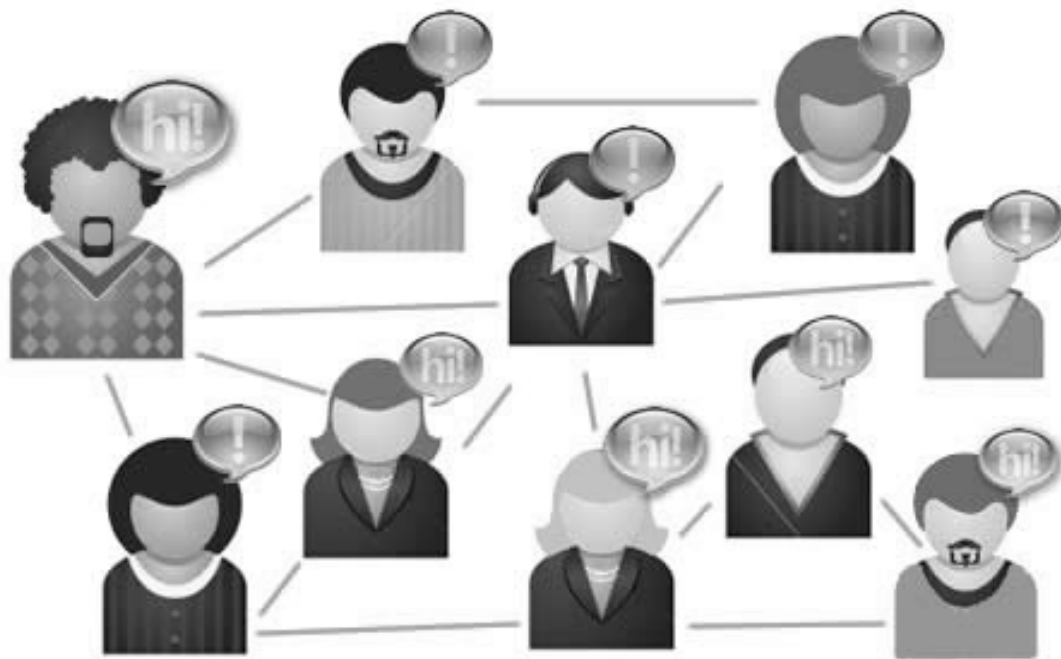
2.16.4 La Comunicación en *Facebook*

La comunicación en Facebook depende de su contenido, ya sea texto, audio o vídeo. La comunicación también puede ser considerada en dos segmentos principales:

- **De distribución:** La comunicación puede ser de uno a uno, de uno a muchos.
- **Intención.** La comunicación puede ser privada (sólo para los destinatarios, específico) o puede ser pública (cualquier persona)

Facebook ofrece una completa gama de canales de comunicación, que permite la distribución variable de información privado al público:

- *El chat* es una aplicación para conversar; de usuario a usuario, las conversaciones son privadas.
- Los mensajes se envían a las personas seleccionadas
- Los grupos tienen diferentes controles de pertenencia, inclinándose hacia la difusión pública
- La pared son mensajes públicos.
- Las actualizaciones de estado son mensajes públicos en su mayoría.



Fuente: <http://www.pillateunlinux.com/redes-sociales-libres-alternativas-a-facebook-y-twitter/>

2.16.5 El Lenguaje SMS

Es el lenguaje sintético y práctico, cada vez más, extendido por los adolescentes adeptos a las nuevas tecnologías. la Real Academia de la Lengua o RAE, establece una nueva gramática, el diccionario de la Red brinda respuesta a todas las personas que escriben y utilizan los SMS para comunicarse. Este sistema presenta una tabla de abreviaturas para la creación de mensajes y, en combinación con Microsoft habilitan un corrector. (<http://www.actitud50.com/es/relaciones/sms-el-lenguaje-del-siglo-xxi-y-sus-abreviaturas-20110704.html>)



Fuente:<http://www.actitud50.com/es/relaciones/sms-el-lenguaje-del-siglo-xxi-y-sus-abreviaturas-20110704.html>

2.16.5.1 SMS cortos

Las nuevas tecnologías de la información y comunicación son el medio más potente de la sociedad actual y los medios que utilizan internet, el ordenador, el teléfono móvil han provocado cambios en el lenguaje escrito para comunicarse. Los SMS son expresiones cortas y abreviadas del lenguaje que se han incorporado al utilizar estos medios (chats, emails, foros...), debido a su reducida pantalla normalmente limitada por 160 caracteres donde se transmite información de un usuario a otro. (<http://www.actitud50.com/es/relaciones/sms-el-lenguaje-del-siglo-xxi-y-sus-abreviaturas-20110704.html>)



Fuente:<http://www.actitud50.com/es/relaciones/sms-el-lenguaje-del-siglo-xxi-y-sus-abreviaturas-20110704.html>

2.16.5.2 Normas de SMS

Los mensajes cortos se regulan por la economía del lenguaje utilizando lenguaje abreviado, números, símbolos, expresiones onomatopéyicas y emoticonos sin ninguna norma de puntuación.



Fuente:<http://www.actitud50.com/es/relaciones/sms-el-lenguaje-del-siglo-xxi-y-sus-abreviaturas-20110704.html>

- Se utilizan los signos de interrogación y exclamación, posiblemente influenciados del inglés, en posición final.
- La repetición marca el énfasis cómo: *“no!!!!!!”* destacando el ánimo del emisor.
- Los guiones bajos_, la almohadilla # o el signo de igualdad = se utilizan como grafías del lenguaje para construir frases como *“stoy # pq stoy kansa2”* por *“estoy callado porque estoy cansado”*.
- Las vocales desaparecen reduciéndose al contexto de las palabras: *“Kdms mñm?”* por *“¿Quedamos mañana?”*.
- Los fonemas “ch” y “ll” se transcriben a sonidos *“mxo”*, *“mucho”* para teclear menos caracteres. Y para “qu” o “c” se escriben “k” como *“tkro”* por *“te quiero”* o *“ksa”* por *“casa”*.

- La “h” desaparece y la “g” se convierte en “w” como en “wpa” por “guapa”.
- Los números adquieren un valor fonético, es decir “s/2” por “saludos”.
- Para reducir espacio una frase se convierte en una palabra como: “ktp?” por “¿Qué te pasa?”
- Para sintetizar se puede remplazar una sola letra o quitarla como: “tb” por “también”. Usando su sonido más parecido.

(<http://www.actitud50.com/es/relaciones/sms-el-lenguaje-del-siglo-xxi-y-sus-abreviaturas-20110704.html>)

2.16.6 Emoticones

Son pequeños iconos que se pueden reproducir al escribir el código de acceso directo en el chat de *Facebook*. Los emoticones son personajes ocultos; y solo son visibles al escribirse el código especial. Hasta el momento Facebook cuenta con 26 emoticones y caras sonrientes; son una parte vital de la comunicación en *Internet*.



Fuente: <http://www.actitud50.com/es/relaciones/sms-el-lenguaje-del-siglo-xxi-y-sus-abreviaturas-20110704.html>













Es difícil imaginar conversaciones en línea sin ellos, son caras que aportan gestos para expresar sentimientos con una entonación o expresión facial que no suelen expresarse con el lenguaje escrito; como: la ironía, la tristeza, complicidad, alegría. Los Emoticones en *Facebook* se han integrado con facilidad a este popular sitio de redes sociales no se puede prescindir de ellos, porque permiten agregarle la cuestión emocional a los mensajes y también ayudan aclarando las intenciones del emisor. Los emoticones en *Facebook* sirven para enviar mensajes complementarios con sentimientos emociones y sensaciones, se pueden aplicar en el *chat*, en los mensajes privados, muro, etc.

Emoticones utilizados en *Facebook*

	Sonrisa / Feliz		:)	:)	:]	=)		
	Fruncir el ceño / Triste		:(:(:[=(
	Lengua		:-P	:P	:-P	:P	=P	
	Sonrisa		:-D	:D	=D			
	Grito		:-O	:O	:-O	:O		
	Guiño		;-)	;))				
	Gruñón		>:(>:(
	Seguro		:-/	:/	:-\	:\		
	Llorar		:'(
	Beso		:-*	:*				
	Kiki		^_^					
	Estrabismo		^-^					
	Confundir		oO	Oo				

Fuente: <http://ziflo.net/tag/emoticones-facebook/>

Emoticones Utilizados en Facebook

	Malestar	> :- O	>: O	> -: O	>: O				
	Pacman	: V							
	Al igual que lindo gato	: 3							
	Gafas	8-)	8)	B-)	B)				
	Gafas de sol	8-	8	B-	B				
	Angel	O :-)	O:)						
	Diablo	3 :-)	3:)						
	Corazón	<3							
	Robot	:]							
	Chris Putnam	: Putnam:							
	Tiburón	(^^)							
	Pingüino	<(")							

Fuente: <http://ziflo.net/tag/emoticones-facebook/>

2.16.7 Anglicismos

Palabras de origen inglés que se integran a nuestro idioma y que no necesitan traducción para ser comprendidas. A continuación se presenta una tabla con los anglicismos más comunes.

Hello: Hola
Cool: interesante
Nice: agradable
Day: día
Chat: charla
Party: fiesta
Dance: bailar
Happy: feliz
Good Night: Buenas noches
Baby: bebe
Kiss: beso
Bye: adiós
I love you: te amo
I miss you: te extraño
Thank you: gracias

2.16.8 Abreviaturas

El término abreviatura proviene del latín abreviatura. Se trata de un tipo de abreviación que supone la reducción de una palabra a través de la supresión de letras finales o centrales, y que, por lo general, finaliza con un punto. Por ejemplo: Atte. (Por “*atentamente*”), Sr. (por “*señor*”), Dra. (Por “*doctora*”).



Fuente: <http://lclcarmen1.wordpress.com/2011/06/06/lexico-abreviaturas-y-siglas/>

“Aunque las mencionadas abreviaturas (y muchas otras) tienen un uso masivo y han adquirido una forma convencional, cualquier persona que escribe puede crear una abreviatura para su uso personal. Cuando un escritor hace esto, suele incluir un glosario al principio o al final de su obra donde explica las abreviaturas particulares que utilizó”. (<http://www.actitud50.com/es/relaciones/sms-el-lenguaje-del-siglo-xxi-y-sus-abreviaturas-20110704.html>)

2.16.9 Extranjerismos

Se llama así a las palabras extranjeras que se usan en una lengua, en algunas ocasiones se mantiene su misma escritura, como por ejemplo la palabra “*ballet*”, también existe el caso de que las palabras se castellanizan; como por ejemplo la palabra “*escáner*”. Los extranjerismos solo se deben utilizar cuando no exista en nuestro idioma una palabra equivalente

Affiche: Cartel
All right: De acuerdo
Arrivederci: Hasta la vista
Au revoir: Hasta la vista
Baby: Niño
Ballet: Baile artístico
Barman: Camarero
Beige: Crema
Best-seller: Éxito de venta
Biscuit: Bizcocho
Block: Libreta
Boom: Explosión
Boutique: Tienda de ropa
Boy-scout: Chico explorador
Bridge: Juego de cartas
Broadcasting: Radiodifusión
Bull-dog: Perro de presa
Bungalow: Casa de campo
Bunker: Fortaleza
Bureau: Escritorio
Bye: Adiós
Cachet: Estilo
Camping: Acampada
Christmas: Navidad
Clip: Pinza

Capítulo 3

Marco Metodológico

3.1 Método o tipo de investigación

La investigación que se realizó es de carácter descriptivo. Y los fundamentos de este tipo de investigación se encauzan al conocimiento de las situaciones, costumbres y actitudes predominantes por medio de la descripción de las actividades, procesos y personas. Según Chávez Zepeda (1994:p.28), *“la Investigación descriptiva, aborda situaciones recientes o actuales, que el investigador obtiene de testigos, documentos o fuentes directas, cuya veracidad es posible comprobar dentro de ciertos límites. Explora la realidad actual, para describirla o recoger datos que le permitan predecir acontecimientos a corto, mediano o largo plazo. No plantea hipótesis, más bien se establecen objetivos. Las relaciones entre las variables están dadas y solo trata de detectar el grado de relación, para dar base a una interpretación o a una proyección estadística. Su utilidad está en la posibilidad de elaborar diagnósticos, pronósticos, o generar conocimientos”*.

Para Rojas Soriano (1998:p.42), la investigación descriptiva, tiene como objetivo central *“obtener un panorama más preciso de la magnitud del problema o situación, jerarquizar los problemas, derivar elementos de juicio para estructurar políticas o estrategias operativas, conocer las variables que se asocian y señalar los lineamientos para la prueba de hipótesis”*.

Mientras que Tamayo (1985:p.35), expresa que la investigación descriptiva, *“comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente”*.

3.2 Objetivos

3.2.1 Objetivo General

- Identificar los códigos de *Facebook* utilizados por los estudiantes del Plan de Autoformación a Distancia de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

3.2.2 Objetivo Específico

- Establecer los motivos por los cuáles los estudiantes utilizan los códigos en la red social *Facebook* (moda, ahorro de tiempo, diversión, estatus, como medio para comunicarse con los demás).
- Identificar si dichos códigos cumplen alguna función en el rendimiento académico del estudiante.
- Determinar sí el uso de los códigos en mención contribuyen a que el estudiante modifique algunas estructuras del idioma español.

3.2 Técnica

La técnica que se utiliza es el cuestionario auto-administrado, el cual se proporciona directamente a los encuestados, quienes respondieron de manera libre. En esta modalidad no existieron intermediarios y las respuestas las marcaron los sujetos, objeto de estudio. Cabe mencionar que los encuestados colaboraron de manera voluntaria.

3.3 Instrumento

El instrumento utilizado en la investigación fue el Cuestionario, el cual está integrado por 14 preguntas cerradas.

3.4 Población:

La población es de 101 estudiantes del 9º Semestre del Plan de Autoformación a Distancia de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, donde 59 estudiantes son mujeres y 42 son hombres.

3.5 Muestra

Se utilizó el Muestreo Aleatorio Estratificado, con la población de estudiantes de 9º Semestre de la Escuela de Ciencias de la Comunicación del Plan de Autoformación a Distancia (PAD) de la Universidad de San Carlos de Guatemala. La muestra tomada de la población fue dividida en estratos genéricos, todos los participantes fueron elegidos al azar. A continuación se muestra el procedimiento utilizado para conocer la muestra que se utilizó:

La fórmula que fue utilizada es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 p q N}{NE^2 + Z^2 p q}$$

n = muestra

Z = es el nivel de confianza

p = es la variabilidad positiva

q = es la variabilidad negativa

N = es el tamaño de la población

E = es la precisión o el error

Se realiza la sustitución de datos y se obtiene:

$Z = 1.96$

$p = 0.5$

$q = 0.5$

$N = 101$

$E = 0.05$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (101)}{(101) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{(3.8416) (0.5) (0.5) (101)}{(101) (0.0025) + (3.8416)(0.5) (0.5)} =$$

$$n = \frac{(3.8416) (0.5) (0.5) (101)}{(0.2525) + (0.9604)} =$$

$$n = \frac{97.0004}{1.2129} = 79.97 = 80$$

Por lo tanto la muestra total es de 80 estudiantes, de los cuales 47 son de mujeres y 33 son hombres.

3.6 Procedimiento

La totalidad de estudiantes del 9° Semestre de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala es de 101 personas, integrado por 58% mujeres y 42% hombres. Después de realizar el procedimiento para determinar la muestra el resultado fue de 80 estudiantes de los cuales 47 son mujeres y 33 son hombres.

La técnica que se utilizó para recopilar información fue la del cuestionario auto-administrado integrado por 14 preguntas cerradas, el cual responde a los objetivos planteados en la investigación. Antes de recopilar la información con la muestra se realizó un estudio piloto del cuestionario integrado por 8 estudiantes del 9° Semestre Jornada Nocturna Salón 201 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, de los cuales 4 fueron mujeres y 4 hombres.

Según Chávez Zepeda (2010:p.132), *el proyecto piloto, consiste en: “hacer una simulación de todo el proceso para calcular tiempos, validar instrumentos, comprobar la pertinencia del análisis seleccionado y probar la eficiencia de los programas de cómputo, así como los cuadros de salida. Este proyecto no necesariamente se realizara con muestras representativas, ya que lo que interesa no son los resultados, sino el control del proceso; por eso, es aconsejable tomar una población con características semejantes a la seleccionada en el proyecto”*. De esta manera al aplicar la teoría el estudio piloto fue realizado con éxito.

Se realizó la recopilación de datos por medio de un muestreo aleatorio estratificado a los estudiantes del 9º Semestre del Plan de Autoformación a Distancia de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala. Todas las respuestas obtenidas son cuantitativas, de manera que fueron tabuladas y presentadas en gráficas de barras para obtener un panorama preciso de las respuestas obtenidas.

Capítulo 4
Análisis de resultados
Análisis, descripción y discusión de resultados

TOTALIDAD DE DATOS

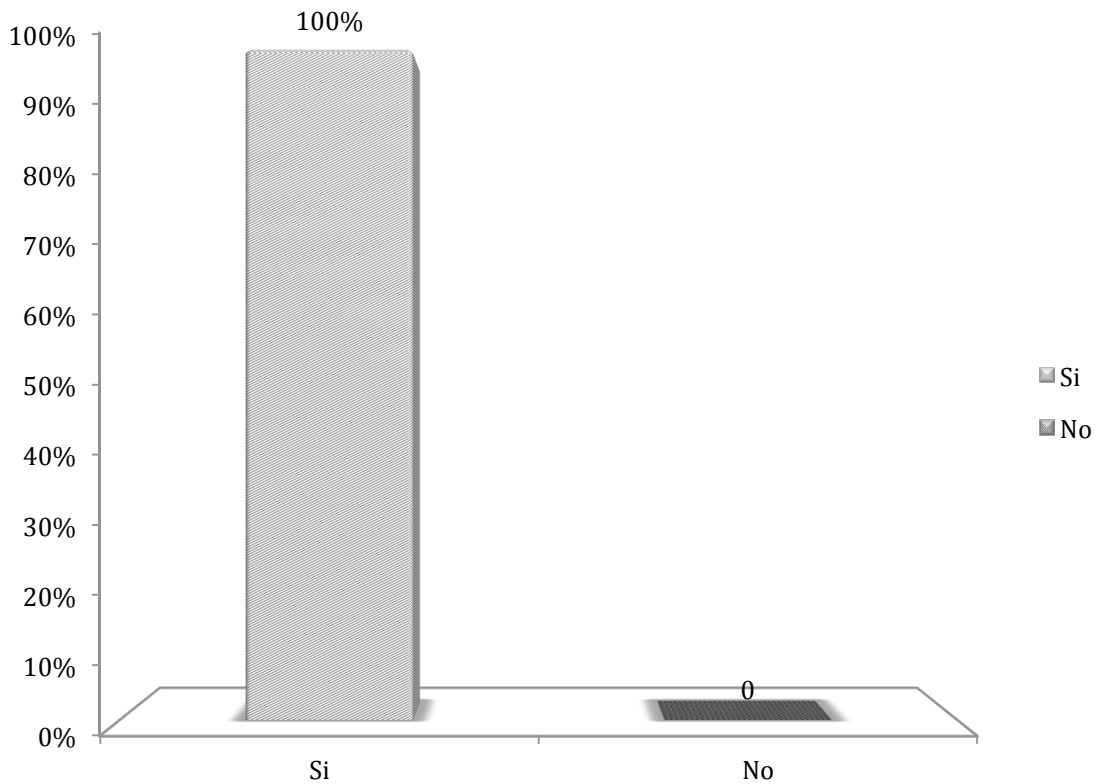
Muestra: 80 estudiantes.

CUESTIONARIO

1. ¿Conoce la red social *Facebook*?

	Si	No
Estudiantes	100%	0

Estudiantes

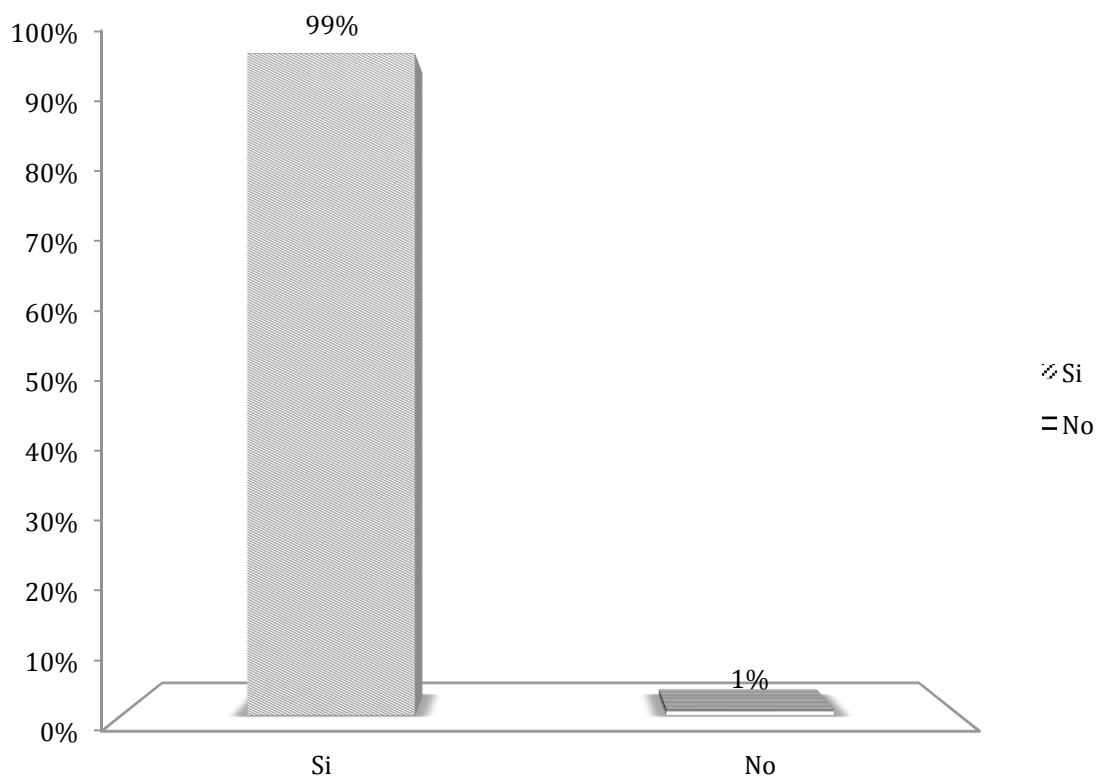


Esta gráfica muestra la totalidad de los estudiantes, es decir el 100% conoce la red social *Facebook*, confirmando que es una de las páginas más populares en la actualidad.

2. ¿Actualmente está registrado en la red social *Facebook*?

	Si	No
Estudiantes	99%	1%

Estudiantes

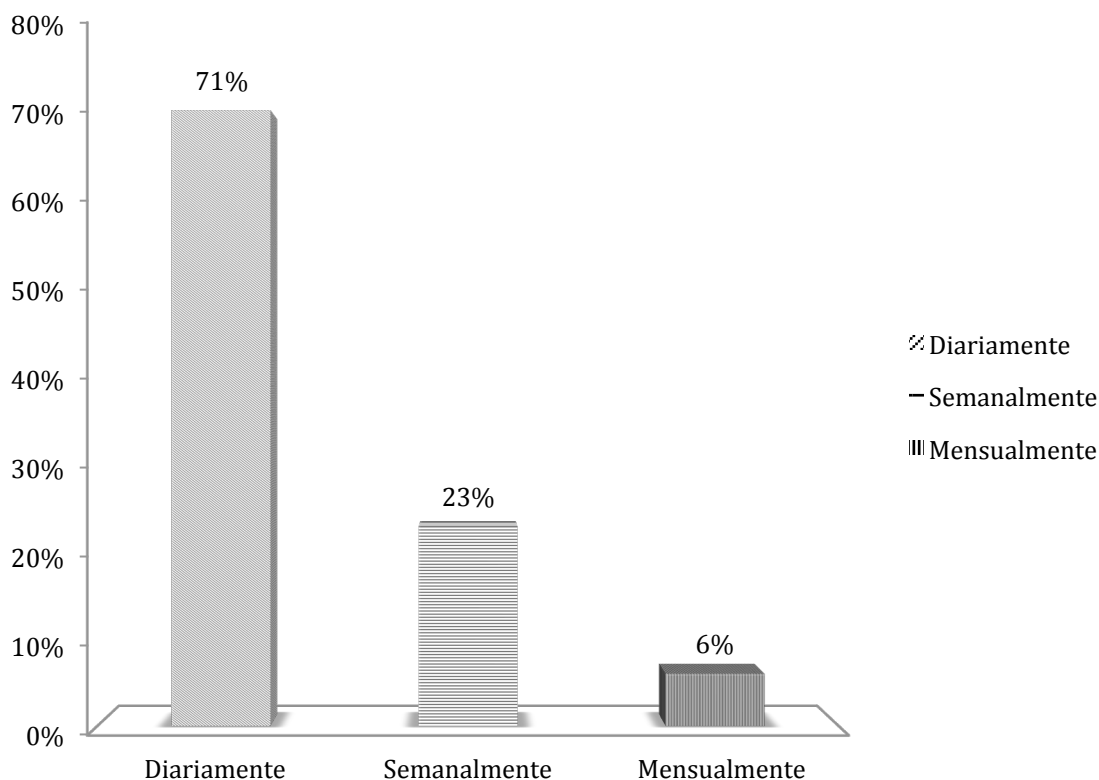


Desde la creación de *Facebook* por Mark Zuckerberg en el año 2004, la red social se ha expandido rápidamente. En el caso de los estudiantes objeto de estudio, el 99% de ellos se ha registrado en dicho sistema, confirmando la popularidad y la aceptación de la red social *Facebook*.

3. ¿Utiliza Facebook?

	Diariamente	Semanalmente	Mensualmente
Estudiantes	71%	23%	6%

Estudiantes

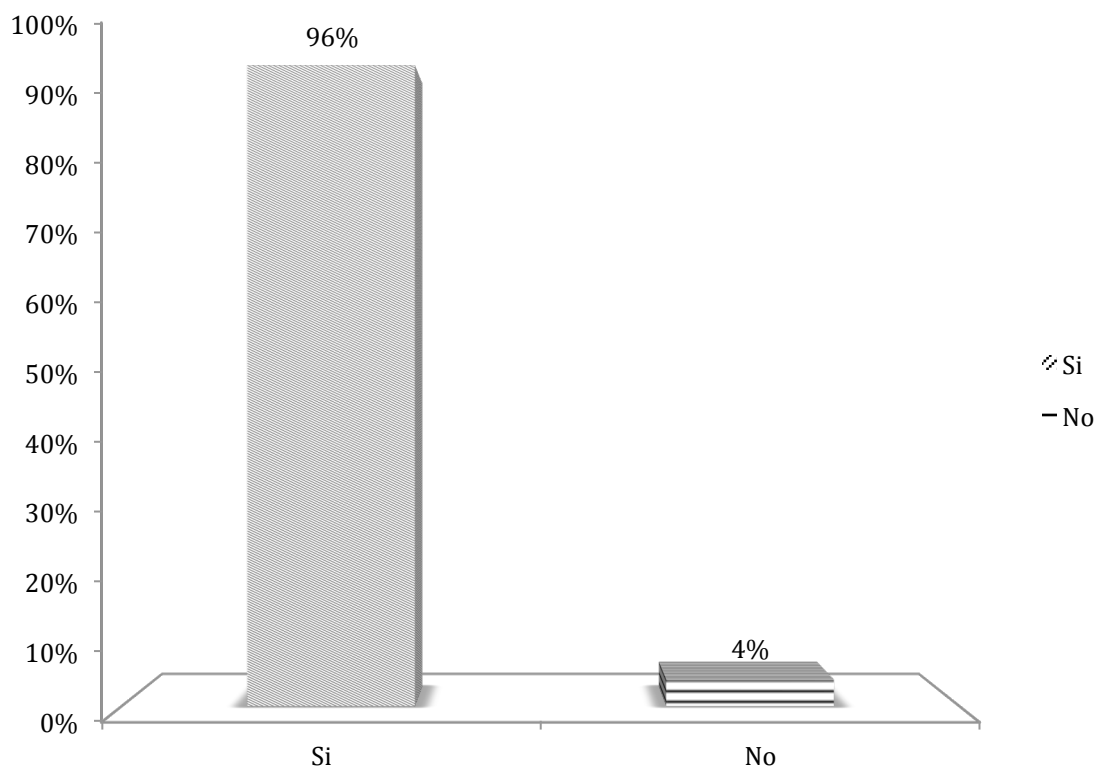


Como se puede observar en los datos de la gráfica anterior, el 71% de los estudiantes en su mayoría utilizan *Facebook* diariamente, lo que indica la aceptación que tiene en la actualidad, su uso abarca un sinnúmero de aplicaciones sociales, como crear vínculos, compartir información, fotos y videos con amigos, lo que indica que la red social es parte de su vida cotidiana. Otro dato revelador es que el 23% de estudiantes indica que lo utiliza semanalmente, y solo el 6% de ellos lo usa mensualmente.

4. ¿Utiliza la red social *Facebook* para comunicarse con sus amigos?

	Si	No
Estudiantes	96%	4%

Estudiantes

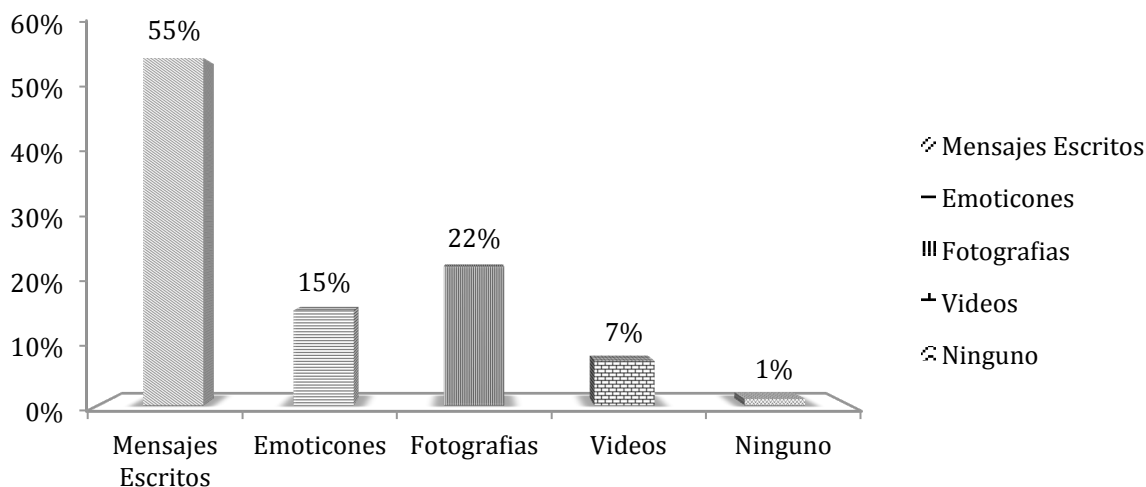


Para explicar lo que dice Wolton se puede decir que los jóvenes viven en la era de las sociedades interactivas, donde los fenómenos tecnológicos cambian con rapidez asombrosa, repercutiendo en el desarrollo de la sociedad humana, por lo tanto, en la investigación se comprobó que el 96% de los estudiantes utilizan la red social *Facebook* para comunicarse con los demás, únicamente un 4% de los estudiantes no lo utilizan para dichos fines, obteniendo como validas las afirmaciones de Wolton.

5. ¿Qué tipo de códigos de comunicación utiliza para transmitir mensajes a sus amigos en *Facebook*?

	Mensajes Escritos	Emoticones	Fotografias	Videos	Ninguno
Estudiantes	55%	15%	22%	7%	1%

Estudiantes

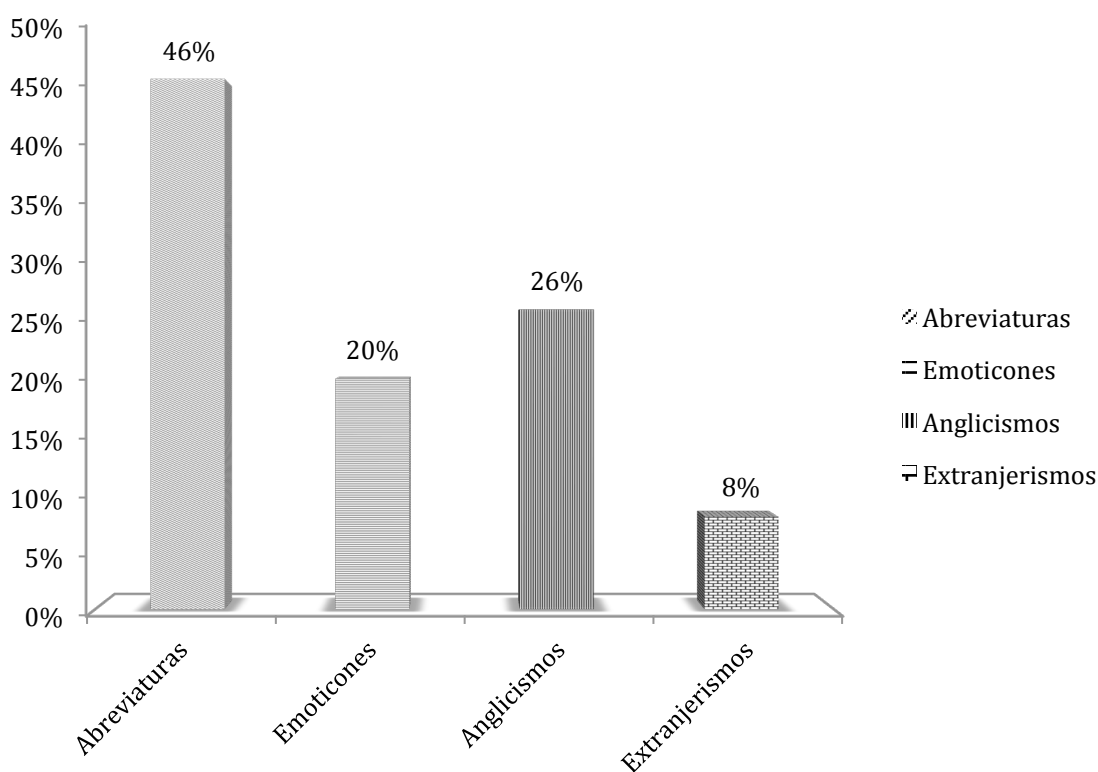


Los códigos son un conjunto organizado de signos sujetos a reglas propias que se utilizan para codificar mensajes. Con base en los datos del estudio de campo se puede señalar que el 55% de los estudiantes establecen que los mensajes escritos (Códigos lingüísticos escritos) son los más utilizados para la transmisión de ideas entre un emisor y un receptor, lo que permite comprobar y reiterar que el código es por excelencia el lenguaje escrito incluyendo sus diferentes componentes (letras, abreviaturas, entre otras). Además de códigos escritos, existen otros códigos que los estudiantes señalan como secundarios para la transmisión de mensajes, como las fotografías (códigos icónicos); con un 22% son el tipo de códigos que se lee en forma global de un golpe a la vista y hacen referencia a un objeto real. Los emoticones (Códigos no lingüísticos gestuales) son pequeños iconos que muestran gestos que se pueden producir al escribir un código especial y son considerados por el 15% de los estudiantes como los más utilizados; mientras que el 7% de la población, utiliza los videos (códigos icónicos) para la transmisión de mensajes; y el 1% de los estudiantes no utiliza *Facebook*.

6. ¿Dentro de sus mensajes o conversaciones por *Facebook*, utiliza alguno de estos códigos de escritura, indique cuales?

	Abreviaturas	Emoticones	Anglicismos	Extranjerismos
Estudiantes	46%	20%	26%	8%

Estudiantes

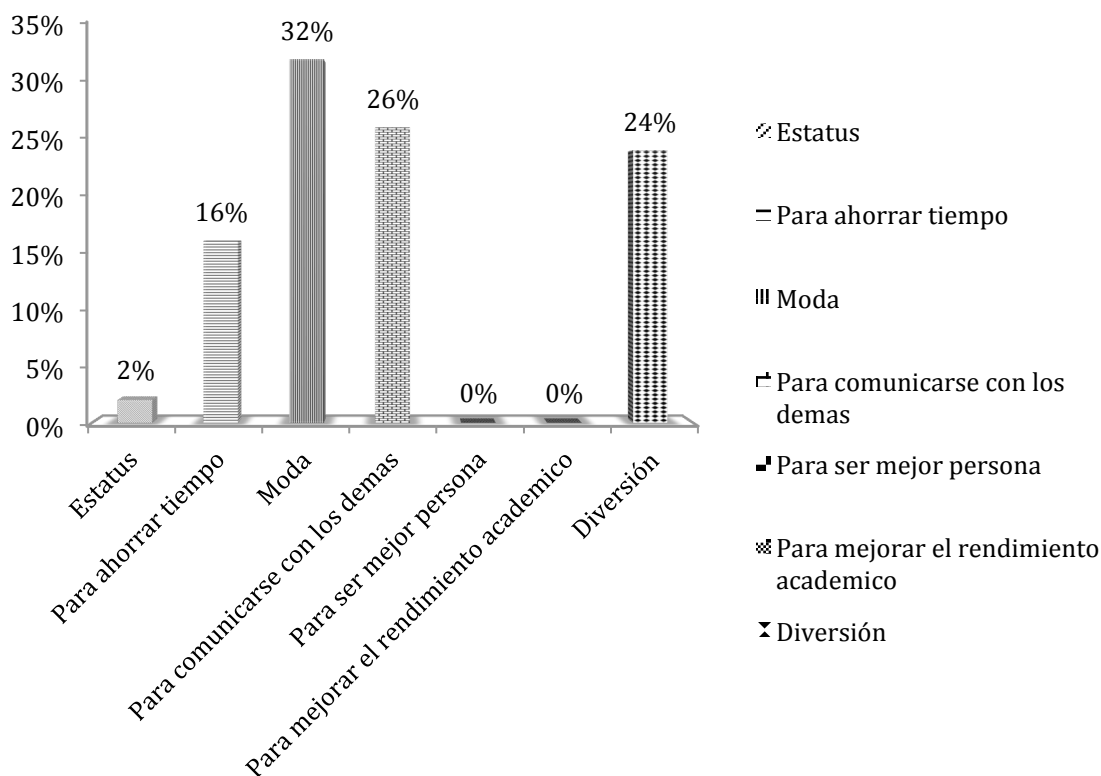


El 46% de los estudiantes utilizan las abreviaturas dentro de sus mensajes o conversaciones en *Facebook* para reducir las palabras a través de la supresión de letras. El 26% de los estudiantes utiliza los anglicismos que son palabras en inglés que se integran en nuestro idioma; mientras que el 20% de los encuestados, estableció que usa los emoticones, gestos que indican sentimientos y emociones en los mensajes o conversaciones dentro de la red social; y solo el 8% hace uso de los extranjerismos, palabras extranjeras utilizadas en nuestra lengua.

7. ¿De los códigos mencionados anteriormente, cuál cree que es la razón por la cuál las personas los utilizan en la red social *Facebook*?

	Estatus	Para ahorrar tiempo	Moda	Para comunicarse con los demas	Para ser mejor persona	Para mejorar el rendimiento academico	Diversión
Estudiantes	2%	16%	32%	26%	0%	0%	24%

Estudiantes

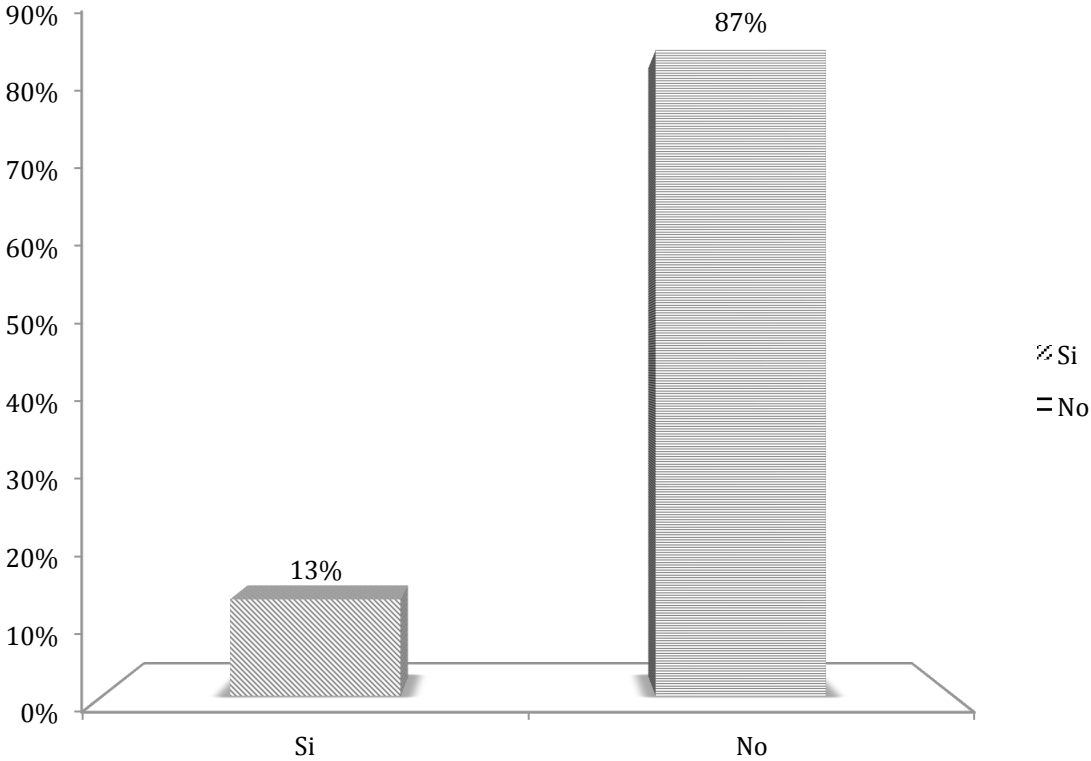


Según el 32% de los estudiantes, consideran que la principal razón es la moda, estableciéndolo como un gusto masivo actual, una costumbre que está marcando la época. El 26% utilizan los códigos como medio para comunicarse con los demás; mientras que el 24% lo usa por diversión; el 16% para ahorrar tiempo y el 2% los usa por estatus. Los estudiantes expresaron que los códigos no ayudan a mejorar el rendimiento académico; y tampoco mejoran la conducta, concluyendo así que los estudiantes utilizan los códigos en *Facebook* por moda.

8. ¿Considera que la utilización de los códigos anteriores son de utilidad para la mejora de sus estudios?

	Si	No
Estudiantes	13%	87%

Estudiantes

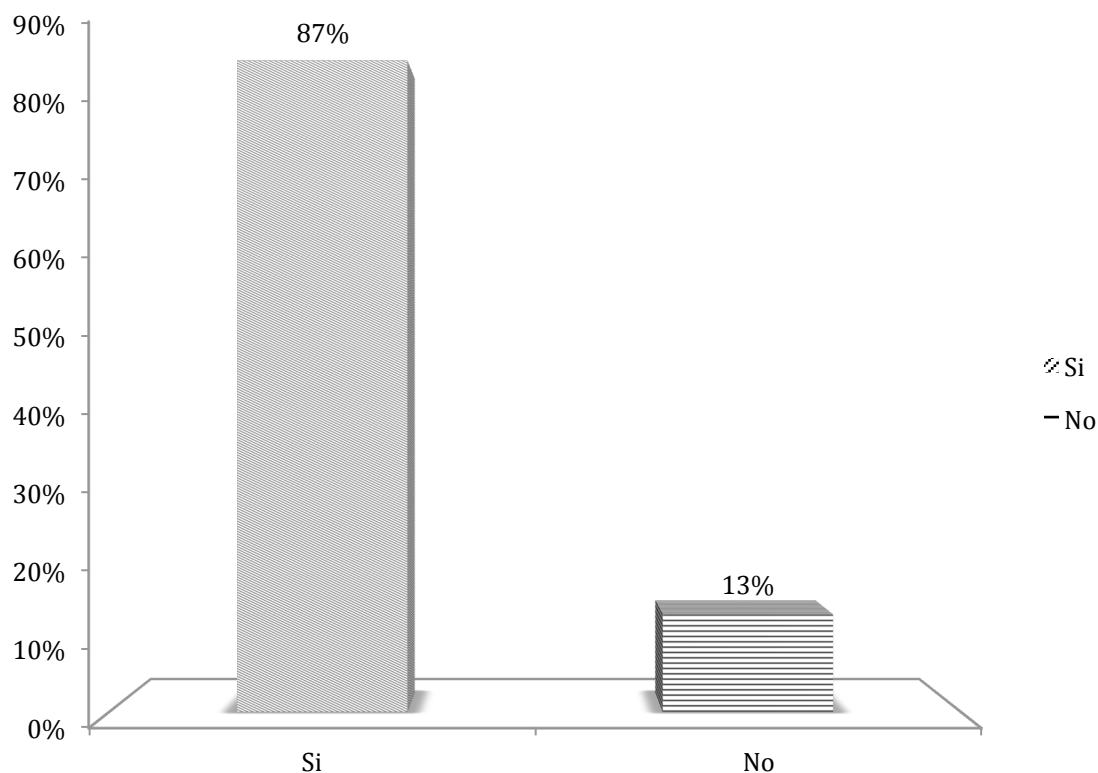


El 87% de los estudiantes consideran que la utilización de los códigos no son de utilidad en el rendimiento académico, llegando a la conclusión que no tienen ninguna función dentro de ese ámbito. Por el contrario el 13% indica que dichos códigos si son de utilidad para la mejora de sus estudios.

9. ¿Comparte fotografías con sus amigos en Facebook?

	Si	No
Estudiantes	87%	13%

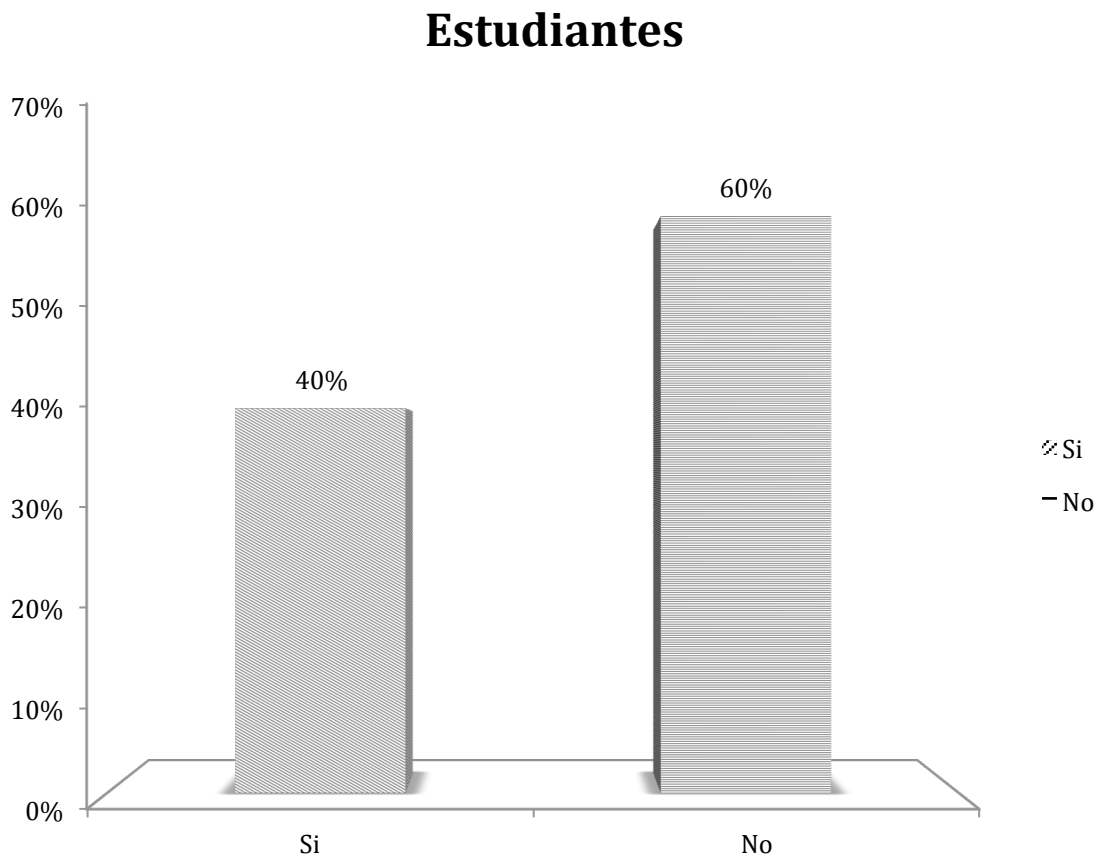
Estudiantes



La red social *Facebook* contiene la herramienta *online* para tener una completa colección de fotografías, el 87% de los estudiantes indica que comparte sus fotografías con sus amigos, la utilidad de estas galerías es mostrarlas a los contactos, con la posibilidad de etiquetarlas con el nombre de las personas que aparecen en las fotografías, comentarlas y enviarlas, Por lo contrario el 13% no comparte sus fotografías.

10. ¿Le gusta compartir videos con sus amigos en *Facebook*?

	Si	No
Estudiantes	40%	60%

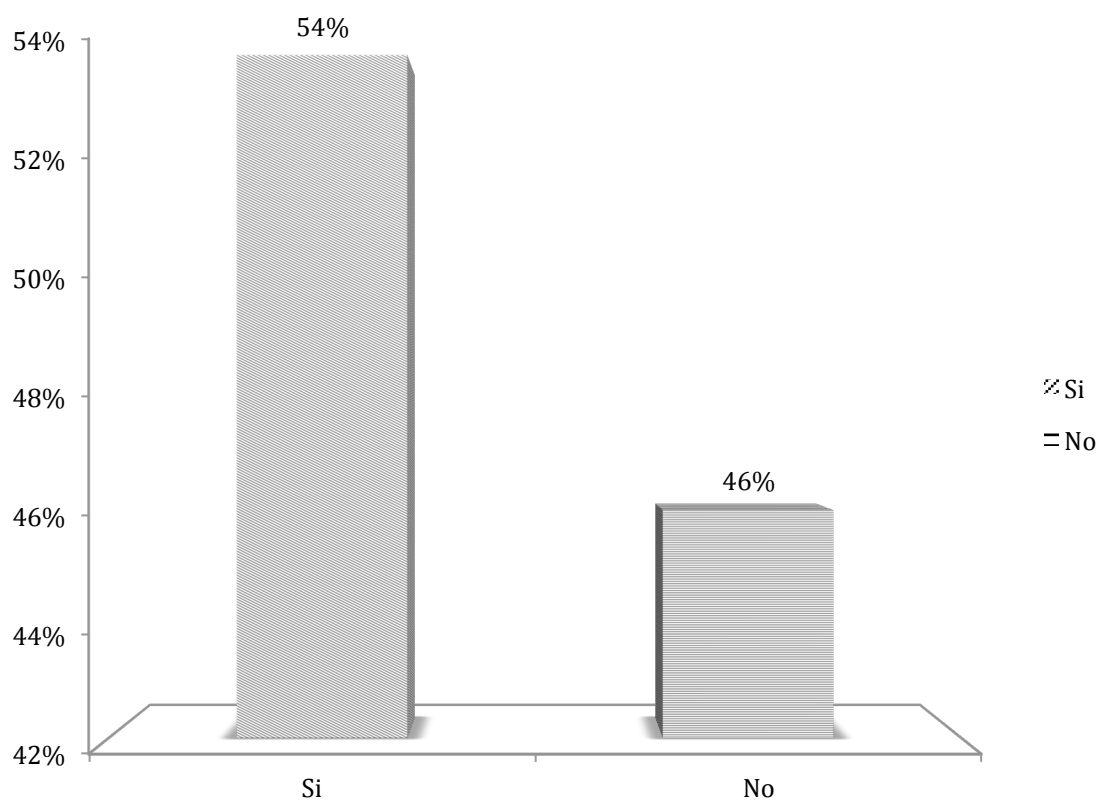


La red social *Facebook* permite subir videos y compartirlos con los demás, el 60% de los estudiantes asegura que no le gusta compartir videos con sus amigos mientras que el 40%, respondió afirmativamente.

11. ¿Cuando utiliza el *chat* en línea, envía mensajes privados y escribe en el muro, hace uso de emoticones?

	Si	No
Estudiantes	54%	46%

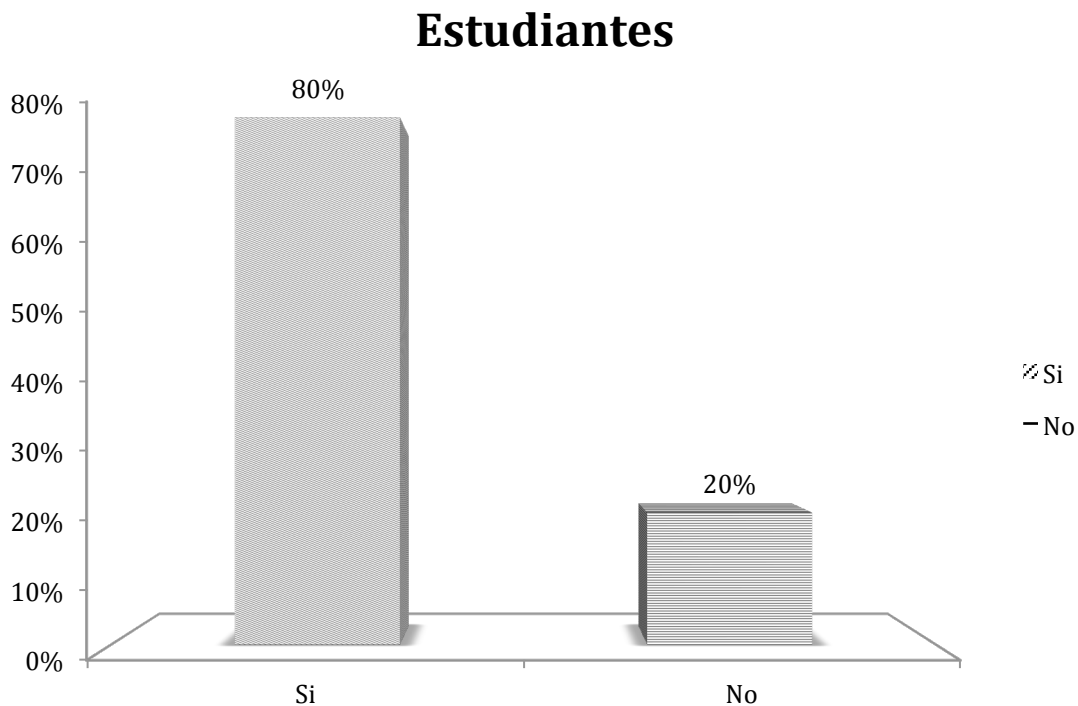
Estudiantes



Los emoticones son iconos que se pueden utilizar para codificar mensajes de distinta índole, su función es expresar sentimientos y emociones. El 54% indicó que utiliza los emoticones para sustituir palabras y ornamentar los mensajes que comparte dentro de las aplicaciones de *Facebook*. El 46% de los estudiantes establece que no los utiliza en absoluto.

12. ¿Considera que los códigos utilizados en la red social *Facebook* ha modificado el lenguaje en la sociedad?

	Si	No
Estudiantes	80%	20%

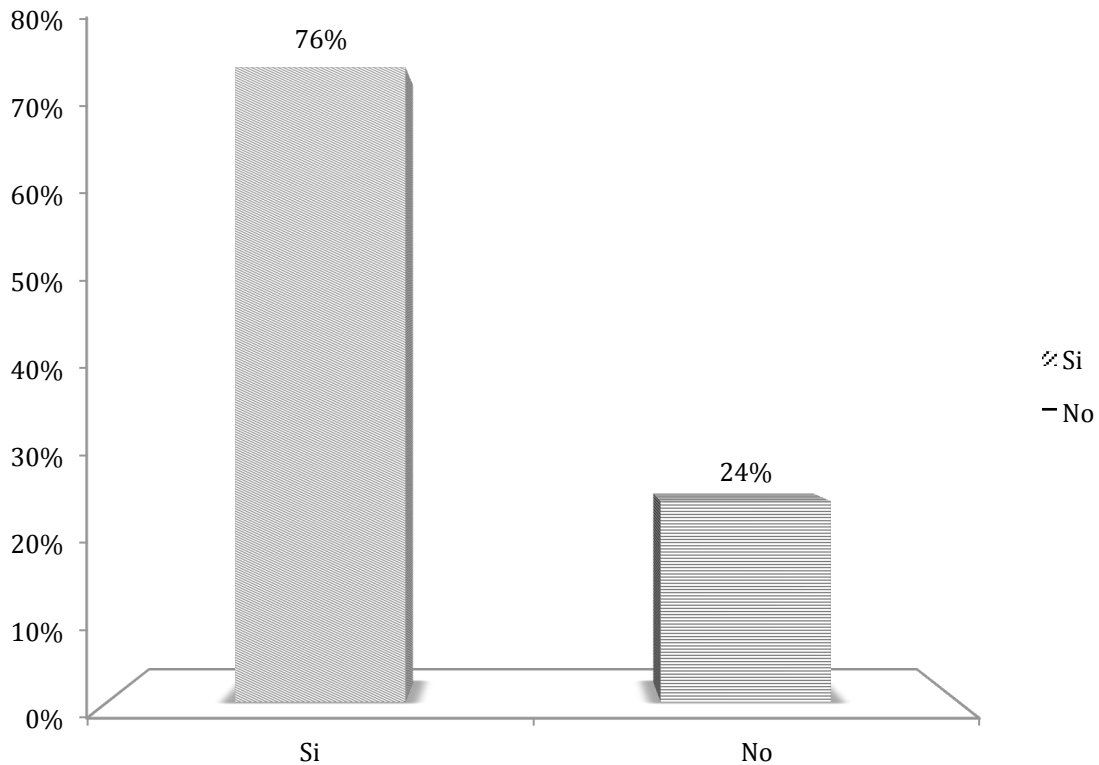


En el decir de *Ferdinand de Saussure* (www.tiradecontacto.net/saussure.html), *lenguaje*, “es el medio por excelencia para transmitir ideas, las ideas son los constituyentes del pensamiento”. *El lenguaje está en continua transformación*. El 80% de estudiantes considera que los códigos utilizados en la red social *Facebook* ha modificado el lenguaje en la sociedad, lo que confirma el uso del lenguaje SMS expresiones cortas y abreviadas del lenguaje. El 20% de los estudiantes opina que no existe una modificación en el lenguaje provocada por *Facebook*.

13. ¿Utiliza Facebook como medio de información?

	Si	No
Estudiantes	76%	24%

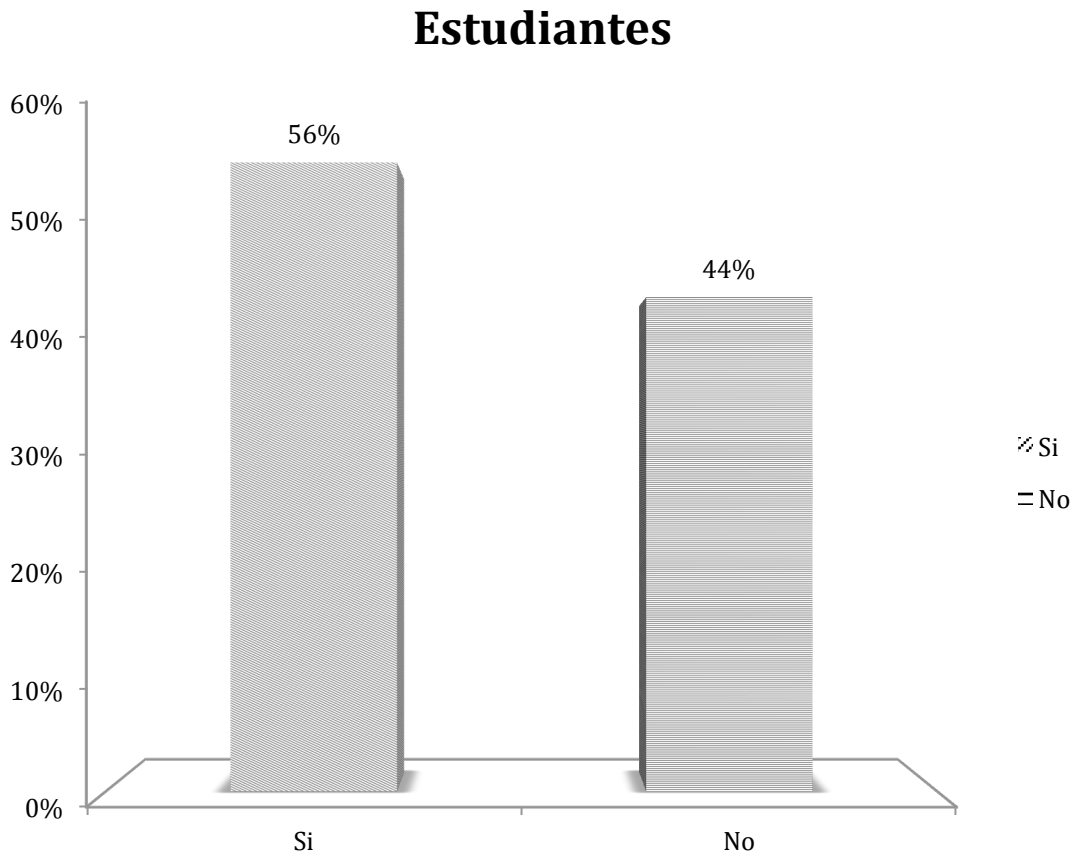
Estudiantes



Niño Rojas, al referirse a la información, expresa que se trata de un proceso de recolección, acumulación y registro de datos provenientes del mundo; el proceso incluye un sujeto que se informa y un objeto sobre el cual se informa. Según el estudio realizado se determinó que el 76% de los estudiantes utiliza *Facebook* como medio de información. Mientras que el 24% de los estudiantes no lo utiliza como medio de información.

14. ¿Crees que los mensajes utilizados en *Facebook* cumplen con todo el Proceso de comunicación para que este sea efectivo?

	Si	No
Estudiantes	56%	44%



El 56% de los estudiantes considera que *Facebook* cumple con todo el proceso de comunicación y que todos los elementos que intervienen: emisor, mensaje, código, canal, receptor y realimentación funcionan perfectamente para que este sea efectivo. Por el contrario, el 44% de los estudiantes considera que para utilizar el *Facebook* son necesarios algunos elementos del proceso de comunicación.

Conclusiones

1. El reconocimiento de los encuestados hacia la red social *Facebook* es del 100% todas las personas objeto de estudio conoce la página, demostrándonos su popularidad. Los usuarios pueden participar en una o más redes sociales, en relación con su situación académica, lugar de trabajo o región geográfica.

2. Del estudio anterior se desprende que la gran mayoría de los estudiantes cuentan con perfil en *Facebook* de 99%. La mayoría de estudiantes lo usa de manera habitual en un 71%, lo cual significa que este sistema se ha convertido en parte de la rutina diaria de las personas. El 96% expreso que lo utiliza como medio de comunicación. Los estudiantes cuentan con una elevada cifra de contactos/amigos, sugieren vínculos que exceden las relaciones de amistad sostenida en la vida real. Por otra parte, a mayor tiempo disponible mayor es el número de amigos que presentan.

3. Las tres cuartas partes de los estudiantes publican fotografías de sus familiares y amigos que conocen a través de la red social. Una cantidad considerable de ellos utiliza imágenes y emoticones para hacer atractivos los mensajes que envían.

4. En el presente estudio, se hace evidente que el 55% de los estudiantes del 9º. Semestre, utilizan principalmente los códigos lingüísticos para la construcción de sus mensajes en la red social. Con lo cual otorgó respuesta a nuestro principal objetivo, de Identificar los códigos de comunicación más utilizados en *Facebook* por los estudiantes de 9no. Semestre de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del Plan de Autoformación a Distancia de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

En segundo lugar se encuentran los códigos icónicos (fotografías); con un 22%, en tercer lugar están los códigos no lingüísticos gestuales (emoticones); con un 15% y por último el cuarto lugar con el 7% aparecen los videos.

5. Se evidenció que los estudiantes redactan utilizando abreviaturas en un 46%; así mismo el 26%; de los estudiantes estableció que utiliza los anglicismos; el 20% hace uso de los emoticones; y solo el 8% hace uso de los extranjerismos.

6. Se concluye que los estudiantes utilizan los códigos en la red social *Facebook* motivados por: La utilización de los códigos por moda en un 32%; el manejo de los mismos para comunicarse con los demás 26%; y su uso por diversión 24%; otros motivos pueden ser el ahorro de tiempo en un 16% y el 2% por estatus.

7. Se identificó que el 87% de los estudiantes opina que los códigos utilizados en *Facebook* no cumplen ninguna función en el rendimiento académico del alumno, llevándonos a la conclusión que los códigos lingüísticos no cumplen con ninguna función académica.

8. Se determinó que los códigos de comunicación utilizados en la red social *Facebook* modifican la estructura del idioma español, esto lo evidencia la pregunta numero 13, donde los estudiantes establecen, en un 80% que si existe esa modificación, debido a que los usuarios hacen diferentes usos del lenguaje, como por ejemplo el uso del lenguaje SMS el cual es un lenguaje sintético y práctico cada vez más extendido por los estudiantes que hacen uso de las nuevas tecnologías. Siendo esta una nueva gramática donde las personas que escriben mensajes para comunicarse utilizan una tabla de abreviaturas.

Queda demostrado que el 76% de los estudiantes usan la red social Facebook como medio de información, y, a su vez, el 56% de los alumnos considera que tal sitio cumple con todo los pasos del proceso comunicativo, lo que permite, según ellos, que la comunicación establecida sea efectiva.

9. Para finalizar, es evidente que los mundos virtuales de las redes sociales, por un lado, continúan, en la medida en que los extienden y los proyectan; y, por otro, que sus propias características demandan una nueva atención y exigen una nueva capacidad de análisis y comprensión de los hechos sociales, según se vayan presentando.

Recomendaciones

De las conclusiones del estudio se presentan las siguientes recomendaciones:

1. Utilizar el Facebook de manera racional y moderada, evitando la sustitución de este por las relaciones interpersonales.
2. El uso frecuente de las actividades recreativas dentro de Facebook demerita el tiempo que podría utilizarse en la lectura de libros, valorar alguna cinta cinematográfica o la convivencia familiar.
3. Facebook es un canal que puede inducir al consumismo, se recomienda su utilización precavida.
4. El Facebook es un canal público, por lo que se debe de utilizar con precaución al momento de escribir comentarios que deriven de dificultades posteriores.
5. Si es del gusto particular publicar fotos familiares o de personas ajenas del núcleo familiar, se debe de contar con el aval de los implicados, para que un futuro no se generen complicaciones morales o legales.

Se recomienda a los usuarios tomen conciencia del uso conector del lenguaje por lo que la degeneración formal de las diferentes formas de la escritura esta afectando la adecuada comunicación. De cualquier manera este sistema debe de utilizarse con precaución, debido a que el uso de abreviaturas , anglicismos, extranjerismos y emoticones, en ciertas situaciones, deforman la comunicación. Actualmente existen dificultades comunicativas entre grupos generacionales debido al avance tecnológico en las comunicaciones, por lo que se recomienda utilizar moderadamente los estilos personalizados que interrumpen el proceso de decodificación del mensaje.

Referencias Bibliografía

1. Albizúrez Palma, Francisco. 2006. *Manual de Comunicación Lingüística*. Editorial Universitaria. Guatemala. Tercera Edición. 107p.
2. Alvarado Higüeros de Mass, Alma. 1996. *Selección de Textos para el curso de Comunicación Social e Ideológica*. Guatemala, Universidad de San Carlos de Guatemala. Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia. Área Social Humanística. 132p.
3. Ávila Raúl. 1978. *La Lengua y los Habitantes*. México. Editorial Trillas. Segunda Edición. Pág. 157p.
4. Chávez Zepeda, Juan José. 1994. *Elaboración de Proyectos de Investigación*. Módulos de Autoaprendizaje. Guatemala. Segunda Edición,75p.
5. Chávez Zepeda, Juan José. 2003. *Cómo se elabora un proyecto de investigación*. Módulos de Autoaprendizaje. Guatemala. Tercera Edición Revisada. 168p.
6. Chávez Zepeda, Juan José. 2010. *Elaboración de Proyectos de Investigación Cuantitativa y Cualitativa*. Módulos de Autoaprendizaje. Guatemala. Quinta Edición. 229p.
7. Davara Rodríguez, Francisco Javier. 1990. *Introducción a los Medios de Comunicación*. Los Paradigmas de la Comunicación. Madrid. Ediciones Paulinas. 470p.

8. De León M. Víctor Hugo. 1986. *Los Medios de Comunicación en la Educación Moderna*. Guatemala. CENALTEX. 164p.
9. De Saussure, Ferdinand. 2000. *Curso de Lingüística General*. Madrid España. Editorial Akal S.A. 319p.
10. Galindo Barrera, Carlos Rubén. 2004. *El Teatro como sistema de comunicación cultural: Códigos y Signos teatrales utilizados en la obra Rabinal Achi (El Varón de Rabinal) Ballet drama de los indios K'iche de Guatemala*. Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Ciudad Guatemala. Universidad San Carlos de Guatemala. 118p.
11. Gonzáles Kish, José Gustavo. 2009. *Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los estudiantes de la escuela de ciencias de la comunicación de la universidad san Carlos de Guatemala*. Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Ciudad Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. 53p.
12. Greimas, A.J. y Courtes, J. 1991. *Semiótica: Diccionario Razonado de la Teoría del Lenguaje*. Madrid. Gredos. Volumen 2. 474p.
13. Habermas, Jürgen. 2002. *Teoría de la acción comunicativa: Racionalidad de la acción y racionalización social*. México. Taurus. Volumen 1. 507p.
14. Interiano, Carlos. 2003. *Semiología y Comunicación*. Editorial Estudiantil Fénix. 8 Edición. 186p
15. Lewandowski, Theodor. 1986. *Diccionario de Lingüística*. Madrid. Ediciones Cátedra. S.A. Segunda Edición. 447p.

16. Niño Rojas, Víctor Miguel. (2002). *Semiótica y Lingüística*. Bogotá. ECOE ediciones. Cuarta Edición. 294p.
17. Pedroni Chautemps, Ana María. 1996. *Semiología*. Un acercamiento Didáctico. Guatemala. Artes Graficas XL Publicaciones. Segunda Edición. 189p.
18. Real Academia Española. 2001. *Diccionario de la lengua española Real Academia Española*. España. Real Academia Española. Volumen 10. 1513p.
19. Rojas Soriano, R. 1982. *Guía para realizar investigaciones sociales*. Textos universitarios. México. Universidad Autónoma de México. Séptima Edición. p.274
20. Sagastume Fajardo, Judith Doris. 2000. *Códigos Semiológicos*. Texto Didáctico. Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Ciudad Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. 70p
21. Tamayo y Tamayo, Mario. 1985. *El proceso de la investigación científica*. México. Noriega Editores. Cuarta Edición. 127p.
22. Velásquez, Carlos Augusto. 2006. *Comunicación. Semiología del mensaje oculto*. Guatemala. ECO Ediciones. Sexta Edición. 177p
23. Wolton Dominique. 2000. *Internet ¿y después?*. Barcelona. Editorial Gedisa. 253p.

E-grafías

24. Arenas Carrillo Rocío. Noemagico: Un lenguaje hacia otro entendimiento. La Hermenéutica. <http://noemagico.blogia.com/2007/011501-la-hermeneutica.php>. 13 de abril de 2011.
25. Definición y áreas de interés. La comunicación. Elementos de la comunicación. http://www.proyectosalohogar.com/Sagrado_contenido/El_codigo.htm 11 de abril de 2011
26. El Receptor en Comunicación. <http://www.retoricas.com/2009/05/el-receptor-en-comunicacion.html>. 11 de abril 2011.
27. Ferdinand de Saussure, 4 de abril, <http://www.tiradecontacto.net/saussure.html>
28. Gómez Robledo, Xavier. El Análisis Textual de Roland Barthes. http://www.anuies.mx/servicios/p_anuies/publicaciones/revsup/res043/txt7.htm#3. 6 de abril 2011.
29. La Evolución de la Comunicación. <http://www.tuobra.unam.mx/publicadas/040715111347.html>. 2 de abril 2011.
30. La lengua y los signos. <http://epistemos.wordpress.com/2010/04/05/las-lenguas-de-signos/>. 6 de abril 2011.
31. La lengua y los signos. <http://epistemos.wordpress.com/2010/04/05/las-lenguas-de-signos/>. 6 de abril 2011.

32. Lengua en La Guía 2000. <http://lengua.laguia2000.com/general/los-conceptos-de-lenguaje-lengua-y-habla>. 4 de abril de 2011.
33. Lenguaje Verbal y no Verbal. <http://roble.pntic.mec.es/~msanto1/lengua/1venover.htm>. 5 de abril de 2011
34. Maestros del Web, Redes Sociales en Internet. <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/>. 18 de abril 2011.
35. Licenciado Dell'Ordine. *Historia de la Comunicación*. (en línea). en <http://www.rppnet.com.ar/hiscomunicacion.htm>. 2 de abril de 2011.
36. Perfil de Facebook. www.facebook.com. 2 abril de 2011.
37. Qué es la Comunicación. Cuáles son sus elementos. <http://apuntesparaestudiar.com/>. 12 de abril 2011.
38. Web 2.0. Teoría de la Comunicación. http://comunicacion.idoneos.com/index.php/Teor%C3%ADa_de_la_comunicaci%C3%B3n. 13 de abril de 2011.
39. Definición de Abreviatura. <http://definicion.de/abreviatura/>. 22 de abril 2011.
40. El Lenguaje y sus Abreviaturas. <http://www.actitud50.com/es/relaciones/sms-el-lenguaje-del-siglo-xxi-y-sus-abreviaturas-20110704.html>. 4 de mayo 2011.

Anexos

Anexo 1: Modelo de cuestionario

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
Plan de Autoformación a Distancia (PAD)
9°. Semestre

Instrucciones:

Este cuestionario es estrictamente confidencial. Se ruega responder de manera objetiva. Las respuestas serán utilizadas con fines educativos, es decir servirán de base para el trabajo de campo del tema: Los Códigos de Comunicación utilizados en la red social *Facebook* por los estudiantes de 9° Semestre de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del Plan Autoformación a Distancia (PAD) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala. “Muchas Gracias por su colaboración”.

¡Muchas gracias por su atención!

A continuación se presentan una serie de preguntas, seleccione con un la casilla correspondiente a su respuesta.

Sexo: Masculino Femenino
Edad: 20 – 25 26 – 31 32 – 37 38 o más

1. ¿Conoce la red social *Facebook*?

Si No

2. ¿Actualmente está registrado en la red social *Facebook*?

Si No

3. ¿Utiliza *Facebook*?

Diariamente Semanalmente Mensualmente

4. ¿Utiliza la red social *Facebook* para comunicarse con sus amigos?

Si No

5. ¿Qué tipo de códigos de comunicación utiliza para transmitir mensajes a sus amigos en *Facebook*?

Mensajes Escritos Emoticones Fotografías Videos

6. ¿Dentro de sus mensajes o conversaciones por *Facebook*, utiliza alguno de estos códigos de escritura, indique cuáles?

- Abreviaturas Emoticones
 Anglicismos (palabras en inglés) Extranjerismos

7. De todos los códigos mencionados anteriormente, cual cree que es la razón por la cual las personas utilizan en la red social *Facebook*?

- Status Para ahorrar tiempo
 Moda Para comunicarse con los demás
 Para ser una mejor persona Para mejorar su rendimiento académico.
 Diversión

8. ¿Cree que la utilización de los códigos anteriores son de utilidad para la mejora de sus estudios?

Si No

9. ¿Comparte fotografías con sus amigos en *Facebook*?

Si No

10. ¿Le gusta compartir videos con sus amigos en *Facebook*?

Si No

11. ¿Cuando utiliza el *chat* en línea, envía mensajes privados y escribe en el muro hace uso de emoticones?

Si No

12. ¿Considera que los códigos utilizados en la red social *Facebook* ha modificado el lenguaje en la sociedad?

Si No

13. ¿Utiliza *Facebook* como medio de información?

Si No

14. ¿Cree que los mensajes utilizados en *Facebook* cumplen con todo el proceso de comunicación para que éste sea efectivo?

Si No

Anexo 2

Los códigos de comunicación utilizados en Facebook

Códigos lingüísticos

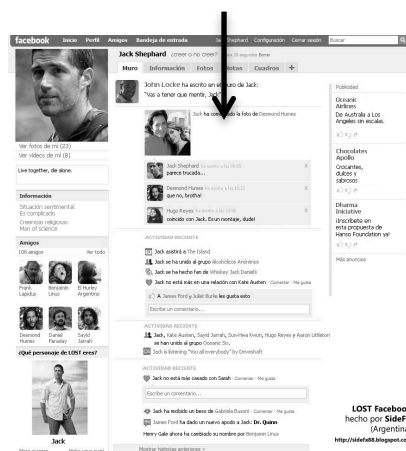
Los códigos lingüísticos en Facebook son los siguientes:

- Información de usuario



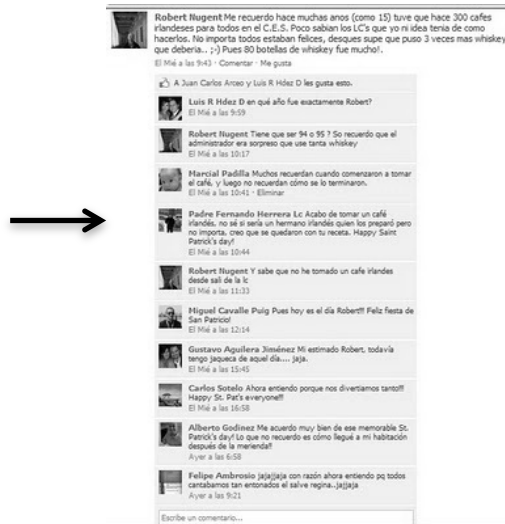
La información del usuario es un mensaje escrito, el cual se necesita leer y comprender, para poder conocer a la persona, por lo tanto, se hace uso del código lingüístico escrito.

- Muro



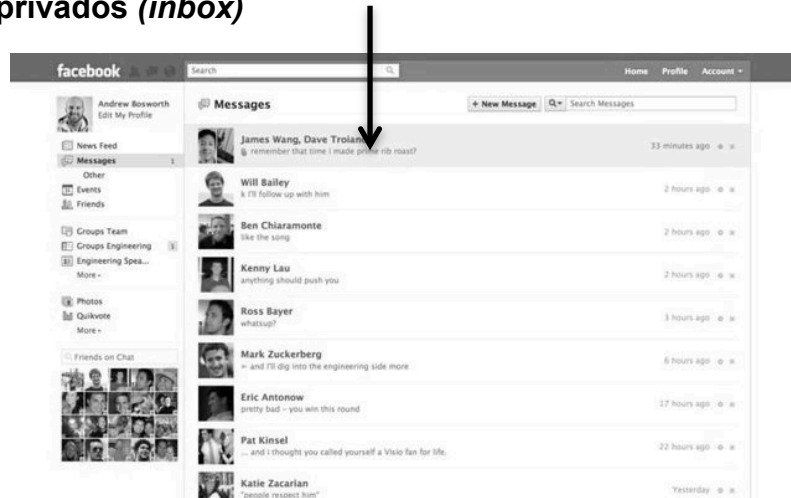
El muro es un medio para transmitir mensajes de manera escrita que pueden ser leídos y analizados por los usuarios de tal manera, el muro es un espacio para transmitir códigos de comunicación lingüísticos escritos.

- **Comentarios**



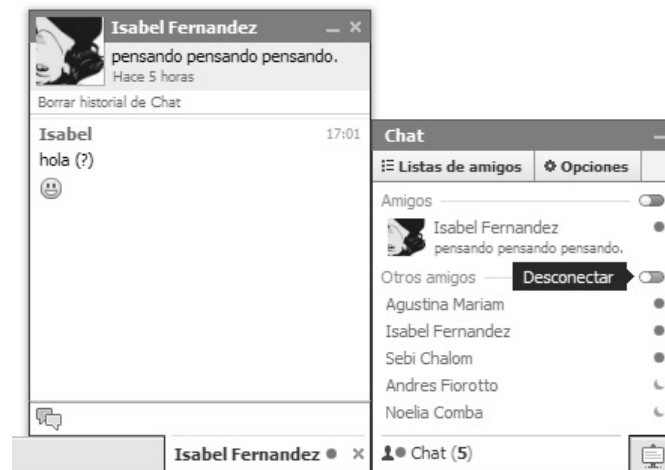
Una de las características de *Facebook* es que permite a los usuarios realizar “comentarios” en los perfiles de los demás usuarios al momento que ingresan una nueva actualización de estado, fotografía y video, lo cual permite estar en comunicación constante, los comentarios se realizan de manera escrita, por lo tanto se utiliza nuevamente el código lingüístico escrito.

- **Mensajes privados (inbox)**



Son todos los mensajes que se envían de manera privada, pueden ser individuales (un usuario) o colectivo (varios usuarios). En particular si el mensaje se envía de manera escrita, se utiliza el código lingüístico escrito, de lo contrario, si el mensaje contiene una fotografía, imagen o figura, sin contener texto, entonces se utiliza el código icónico.

- **Chat**



El *chat* es donde se sostienen charlas con los amigos, en el cual se utilizan los códigos de comunicación lingüístico escrito cuando se hace uso de la lengua. También se pueden utilizar los códigos no lingüísticos gestuales son los llamados emoticones, ellos sirven para apoyar al mensaje y darle emotividad.

- **Actualización de estado**



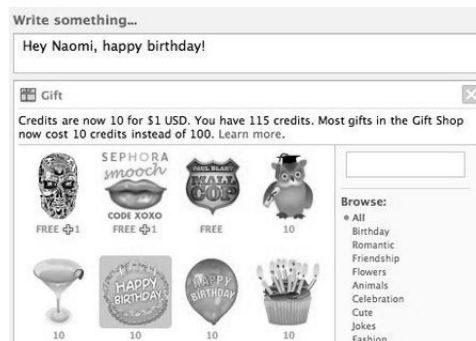
Las actualizaciones de estado es el lugar donde se puede escribir lo que el usuario quiera, la mayoría lo utiliza para escribir sus estados de ánimo, por ejemplo: “Estoy muy feliz”, “Soy muy afortunado”, “Me siento cansado”, etcétera, por lo tanto se está haciendo uso del lenguaje, y como consecuencia de los códigos lingüísticos escritos. En ciertas ocasiones el mensaje puede ir acompañado de emoticones o únicamente se puede utilizar los emoticones, en este caso se hace uso de los códigos no lingüísticos visuales.

- **Notificaciones**



Es una característica de *Facebook* que indica si la página ha sufrido algún cambio, por ejemplo: si algún usuario ha escrito en el muro algún comentario sobre fotos o videos, o sencillamente escribió una actualización de estado. Todos los informes se realzan de manera escrita, por lo tanto se usan los códigos lingüísticos escritos.

- **Regalos o gift**



Es una aplicación de *Facebook*, que permite la entrega de regalos, como: el envío de imágenes y utiliza los códigos icónicos.

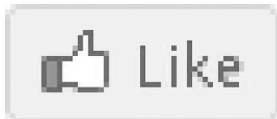
Códigos no lingüísticos visual:

- Insignia en el Perfil de *Facebook*



La insignia del perfil es un código no lingüístico visual que los usuarios utilizan en sus perfiles. Todos los usuarios al ver la letra “f” entienden que significa Facebook.

Likes:



Este signo indica que algo es agradable, los usuarios conocen su significado, por lo tanto, es un código no lingüístico visual.

Pokes:



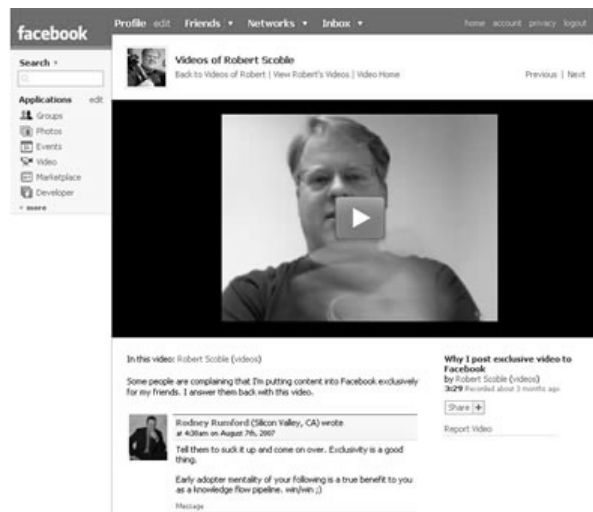
Significa ‘toque’ es el icono que se utiliza para llamar la atención de los usuarios en Facebook. Es un código no lingüístico visual.

Códigos no lingüísticos auditivos

Son los sonidos producidos por el chat interactivo y se evidencia en el momento en que algún contacto (amigo) envía un nuevo mensaje.

Códigos paralingüísticos

Los códigos paralingüísticos, son los que se encuentran en los videos de los usuarios.



Códigos extralingüísticos

Código social

Los códigos sociales son una organización y significación de la sociedad. La vida social es un juego, en el cual, el individuo interpreta su propio papel, por medio de este tipo de códigos, los usuarios se definen en relación al grupo social al que pertenecen y a la vez el grupo en relación a la sociedad, manifestando el papel que cada uno asume. A continuación se muestran los códigos sociales que se utilizan en Facebook:

- **Eventos**



○ Grupos



○ Páginas fan



○ Juegos:



Código estético

- Videos y fotografías realizados por usuarios de Facebook



Códigos icónicos

Son los códigos que se leen en forma global, como se mencionó anteriormente, se utilizan para transmitir mensajes. A través de ellos los receptores interpretan el mensaje. Dentro de los códigos icónicos localizados en Facebook están:

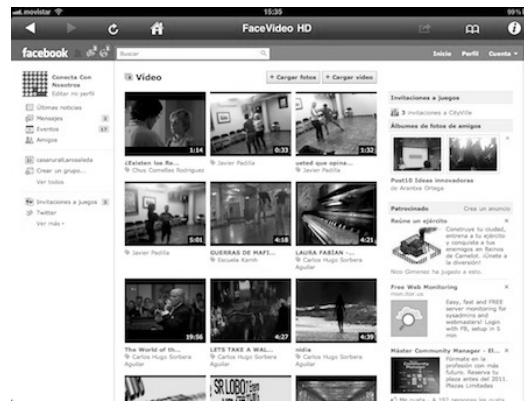
- Fotos



- Imágenes



○ **Videos**



Códigos kinésicos

Son las fotografías de los usuarios que se encuentran en los perfiles, donde los usuarios nos transmiten información por medio de la postura corporal, expresión facial, la mirada y la sonrisa.



Códigos cromáticos:

Los códigos cromáticos son los colores, en el caso de Facebook se pueden observar en los colores de las fotografías, su propósito es transmitir alegría, tristeza, frío, calor, etcétera.



Anexo

Fotografías de estudio piloto



Escuela de Ciencias de la Comunicación, edificio Bienestar Estudiantil



Aula

Fotografías de estudio piloto



Estudiantes del 9º semestre de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la
Universidad de San Carlos Jornada Nocturna