

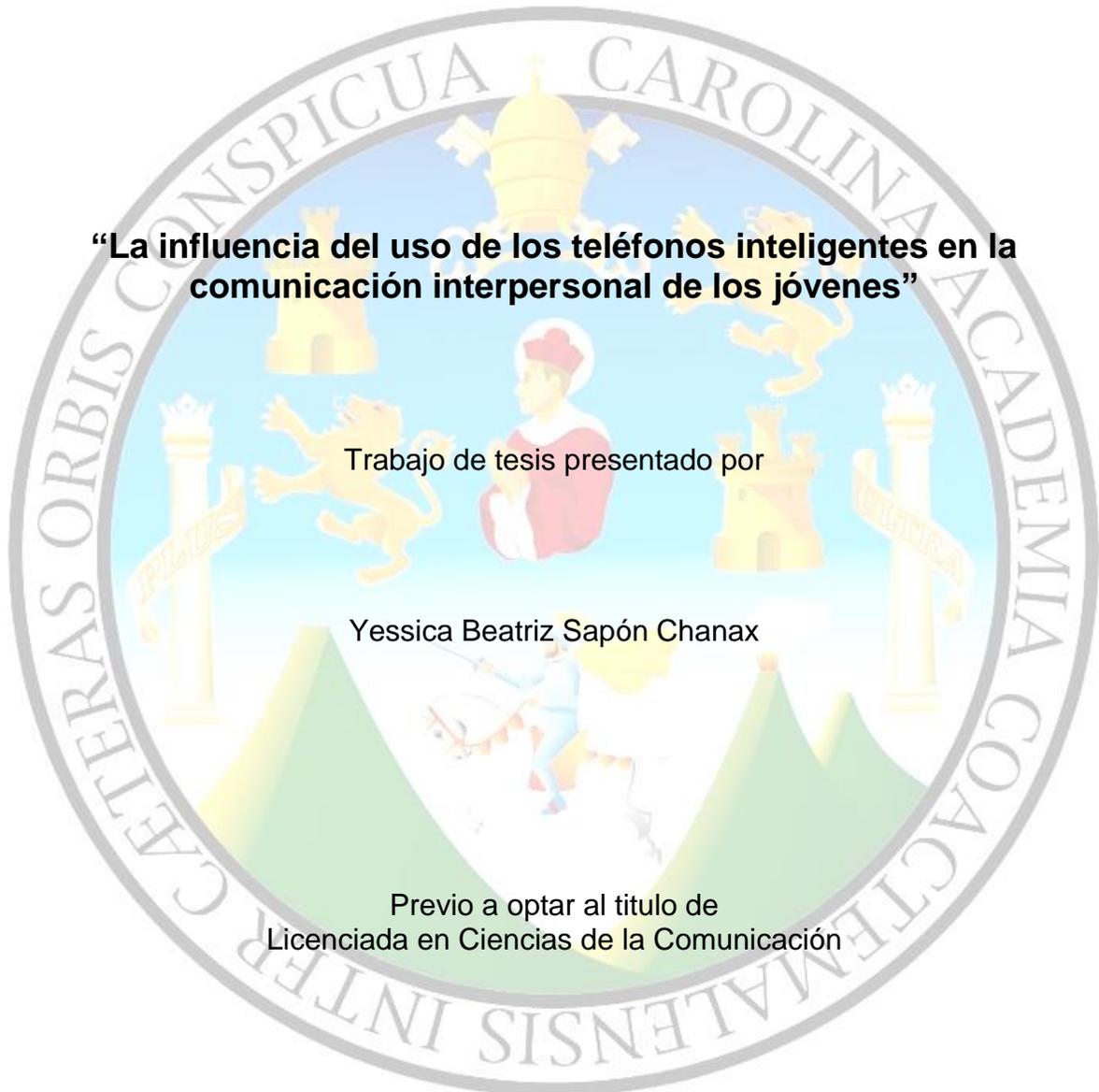
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Escuela de Ciencias de la Comunicación

“La influencia del uso de los teléfonos inteligentes en la comunicación interpersonal de los jóvenes”

Yessica Beatriz Sapón Chanax

Guatemala, octubre de 2017

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Escuela de Ciencias de la Comunicación



“La influencia del uso de los teléfonos inteligentes en la comunicación interpersonal de los jóvenes”

Trabajo de tesis presentado por

Yessica Beatriz Sapón Chanax

Previo a optar al título de
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesor:
Otto Roberto Yela Fernández

Guatemala, octubre de 2017

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

M Sc. Sergio Vinicio Morataya García

**Consejo Directivo
Representantes Docentes**

Lic. Mario Enrique Campos Trigilio
M.A. Gustavo Adolfo Moran Portillo

Representantes Estudiantiles

Anaitè Machuca
Mario Barrientos

Representante Egresado

M.A. Johnny Michael González Batres

Secretaria

M Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Tribunal Examinador

Dr. Otto Roberto Yela Fernández (presidente)
M.A. Amanda Ballina Talento (revisora)
M.A. David Ernesto Chacón Estrada (revisor)
Lic. Armando Sipac Velásquez (examinador)
Lic. Hugo Alfredo Gálvez Mejía (examinador)
M.A. Wangner Díaz Choscó (suplente)



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 18 de enero de 2016

Dictamen aprobación 02-15

Comisión de Tesis

Estudiante

Yéssica Beatriz Sapón Chanax

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante **Sapón**:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.2 del punto 1 del acta 01-2016 de sesión celebrada el 18 de enero de 2015 que literalmente dice:

1.2 Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al (la) estudiante Yessica Beatriz Sapón Chanax, carné 201016700, el proyecto de tesis: LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL Y EL USO DE LOS TELÉFONOS INTELIGENTES EN LOS USUARIOS DE LA BIBLIOTECA CENTRAL (USAC). B) Nombrar como asesor(a) a: M.A. Otto Roberto Yela Fernández.

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. Aracely Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis





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

005-16

Guatemala, 10 de febrero de 2017
Comité Revisor/ NR
Ref. CT-Akmg 005-2017

Estudiante
Yessica Beatriz Sapón Chanax
Carné 201016700
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante:

De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su tesis: *LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL Y EL USO DE LOS TELÉFONOS INTELIGENTES EN LOS USUARIOS DE LA BIBLIOTECA CENTRAL (USAC)*.

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:

- | | | |
|------|------------------------------|---------------|
| M.A. | Otto Roberto Yela Fernández | presidente(a) |
| M.A. | David Ernesto Chacón Estrada | revisor(a) |
| M.A. | Amanda Ballina Talento | revisor(a) |

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García.
Director ECC



Dra. Aracelly Krysanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

C.C. comité revisor
Archivo/expediente
AM/SVMG/AiJr

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org

Autorización informe final de tesis por Terna Revisora

Guatemala, 12 de mayo de 2017

M.A.

Aracelly Mérida,

Coordinadora

Comisión de Tesis

Escuela de Ciencias de la Comunicación,

Edificio Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel.

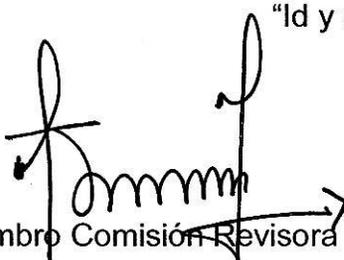
Ciudad Universitaria, zona 12

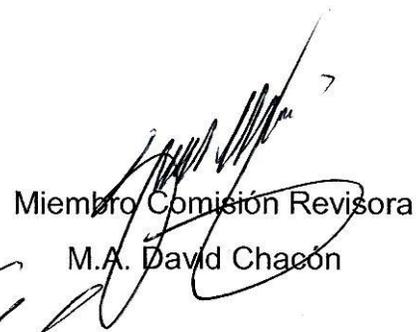
Distinguida M.A. Mérida:

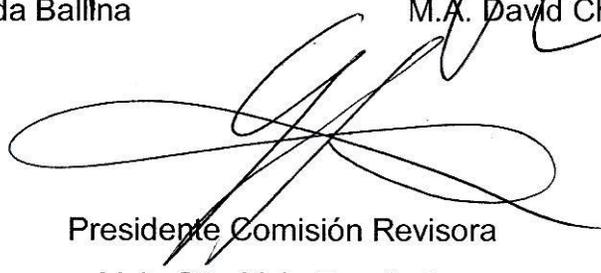
Atentamente informamos a ustedes que el estudiante Yessica Beatriz Sapón Chanax. Carné 201016700. Ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS, cuyo título es: **“La influencia del uso de los teléfonos inteligentes en la comunicación interpersonal de los jóvenes”**.

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

“Id y enseñad a todos”


Miembro Comisión Revisora
M.A. Amanda Ballina


Miembro Comisión Revisora
M.A. David Chacón


Presidente Comisión Revisora
M.A. Otto Yela Fernández



Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

005-17



Guatemala, 25 de julio de 2017
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.
Ref. CT-Akmg-No.033-17

Estudiante
Yesica Beatriz Sapon Chanax
Carné 2096 86073 0101
Registro Académico 201016700
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante:

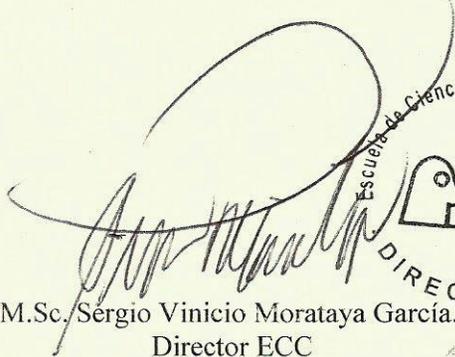
Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: LA INFLUENCIA DEL USO DE LOS TELÉFONOS INTELIGENTES EN LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL DE LOS JÓVENES siendo ellos:

Dr.	Otto Roberto Yela Fernández	presidente(a)
M.A.	Amanda Ballina Talento	revisor(a)
M.A.	David Ernesto Chacón Estrada	revisor(a)
Lic.	Armando Sipac Velásquez	examinador(a)
Lic.	Hugo Alfredo Gálvez Mejía	examinador(a)
M.A.	Wagner Díaz Choscó	suplente

Cuando Secretaría nos indique la fecha de su examen privado se la estaremos confirmando vía correo electrónico, por lo que solicitamos este pendiente del mismo.

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

Atentamente,


Escuela de Ciencias de la Comunicación
DIRECTOR
M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García.
Director ECC

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis




c.c: Comité Examinador
Archivo/expediente
AM/SVMG/AiJr

"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810
www.comunicacion.usac.edu.gt



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

441-16



Guatemala, 18 de octubre de 2017
Orden de impresión/NR
Ref. CT-Akmg- No. 045-2017

Licenciado (a)
Yessica Beatriz Sapón Chanax
Carné 2096 86073 0101
Registro académico 201016700
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado (a) Licenciado (a):

Nos complace informarle que con base a la autorización de informe final de tesis por asesor, con el título *"LA INFLUENCIA DEL USO DE LOS TELÉFONOS INTELIGENTES EN LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL DE LOS JÓVENES"*, se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados un ejemplar impreso y un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central de esta universidad; tres ejemplares y dos discos compactos en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y nueve ejemplares en la Secretaría General de esta unidad académica ubicada en el 2º. nivel del Edificio M-2.

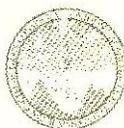
Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado de esta Escuela, que cuenta con todas la calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

EDUCACIÓN Y ENSEÑAD A TODOS

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Director ECC

Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: archivo
AM/SVMG/ajjr

"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

ACTO QUE DEDICO

A Dios	Por darme la vida, la sabiduría, la salud y guiar mis pasos. Toda gloria y honra sea para Dios.
A mis padres	Santa y Tomas, por confiar en mí, les agradezco por el apoyo en cada momento de mi vida, por su amor e instrucción.
A mis abuelos	Por su cariño. Les dedico este triunfo.
A mis hermanos	Sandra, Sergio, Rosa y Marielos, por compartir conmigo sus conocimientos, por su motivación y cariño. Gracias por estar en cada momento.
A mi familia	A mis tíos y primos, por su ejemplo de dedicación, cariño y consejos.
A mis amigos	Por ser parte de esta etapa de mi vida, gracias por su amistad, apoyo e inspiración para seguir adelante. Los aprecio, gracias por todo.
A mi asesor de tesis	Dr. Otto Yela por compartir sus conocimientos, por su amistad y asesoría incondicional en este proceso. Mil gracias.
A la Dra. Aracelly Mérida	Por brindarme su dirección y compartir sus habilidades y conocimientos, gracias por ser una gran líder y guía.
A la Universidad de San Carlos de Guatemala	Por ser mi casa de estudios y regalarme la semilla de conocimientos. Viva la tricentaria.
Y a la Escuela de Ciencias de la Comunicación	Por darme la oportunidad de ser una profesional, agradezco a los docentes y a todos los que son parte de la escuela.

*Para efectos legales la autora
es la única responsable del contenido de este trabajo*

Índice

<i>Resumen</i>	<i>i</i>
<i>Introducción</i>	<i>iii</i>

Capítulo 1

Marco conceptual

1.1. Título del tema.....	1
1.2. Antecedentes	1
1.3. Justificación	3
1.4. Planteamiento del problema	5
1.5. Alcances y límites	6

Capítulo 2

Marco teórico

2.1. Comunicación	7
2.1.1. Elementos de la comunicación	9
2.1.2. Procesos de comunicación	11
2.1.3. Funciones de la comunicación	13
2.1.4. Tipos de comunicación	15
2.1.5. Comunicación digital	16
2.2. Comunicación interpersonal	18
2.2.1. Características de la comunicación interpersonal	22
2.2.2. Formas de comunicación interpersonal	23
2.2.3. Niveles de la comunicación interpersonal	24
2.2.4. Funciones y actividades esenciales	25
2.2.5. Efectos de la comunicación interpersonal	26
2.2.6. Clases de comunicación interpersonal	27
2.2.7. Conducta o comportamiento social.....	28
2.2.8. Barreras de la comunicación interpersonal	29

2.3. Teléfonos inteligentes	30
2.3.1. Tecnología celular.....	31
2.3.2. Evolución de la tecnología celular	32
2.3.3. Usos de los teléfonos inteligentes.....	34
2.3.4. Internet.....	35
2.3.5. Redes sociales	39
2.3.6. Aplicaciones (Apps)	46
2.3.7. Las principales redes sociales y aplicaciones	48
2.3.8. Adicciones a los teléfonos inteligentes	49
2.3.9. Hipótesis sociales	52
2.4. Usos adecuados de los teléfonos inteligentes	53
2.4.1. Etiqueta de comunicación	55
2.4.2. Recomendaciones de uso de las aplicaciones	57
2.4.3. Sugerencias para el uso adecuado de la telefonía celular	58
2.5. Tecnología en actividades académicas	59
2.5.1. Teoría de la información	59
2.5.2. Biblioteca digital.....	60
2.5.3. Diferencias de los tipos de bibliotecas digitales.....	60
2.5.4. Elementos y funciones de la biblioteca digital.....	61
2.5.5. Tratamiento y procesamiento de la información	62
2.5.6. Usos de Internet en la biblioteca.....	62
2.5.7. Beneficios de las bibliotecas digitales.....	62

Capítulo 3

Marco metodológico

3.1. Método	63
3.2. Tipo de investigación	63
3.3. Objetivos de la investigación	64
3.4. Técnicas	64
3.5. Cuadro operativo de variables Instrumentos	65
3.6. Instrumentos	67
3.7. Población	67
3.8. Muestra	67
3.9. Análisis estadístico	69
3.10. Procedimiento metodológico	69

Capítulo 4

Marco operativo

4.1. Resumen de resultados	70
4.2. Interpretación estadística (gráficas)	71
4.3. Resultado de la entrevista.	89
4.4. Análisis de los resultados	91
4.5. Cuadros de hallazgos	96
<i>Conclusiones</i>	98
<i>Recomendaciones</i>	99
<i>Bibliografía</i>	100
<i>E-grafía</i>	104
<i>Anexos</i>	105

Resumen

Título	La influencia del uso de los teléfonos inteligentes en la comunicación interpersonal de los jóvenes.
Autora	Yessica Beatriz Sapón Chanax
Universidad	Universidad San Carlos de Guatemala
Unidad académica	Escuela de Ciencias de la Comunicación
Problema investigado	¿Cuáles han sido las influencias más relevantes en la comunicación interpersonal provocados por el uso de los teléfonos inteligentes?
Método de investigación	Método deductivo
Instrumento utilizado	Cuestionario

Contenido

Se define qué es la comunicación, sus elementos, procesos, funciones y tipos de comunicación, así también qué es la comunicación interpersonal, sus características, formas, niveles, funciones y actividades esenciales, efectos, clases y las barreras que se pueden presentar al momento de la comunicación interpersonal.

Además, contiene información sobre la nueva tecnología celular (*smartphone*), cómo las personas deben utilizarla para lograr su máximo rendimiento; se definen las características de algunas herramientas que ofrece el *smartphone* como por ejemplo las aplicaciones y redes sociales utilizadas para enlazar individuos.

Se explica cómo los teléfonos inteligentes han influido en la sociedad actual y como repercute en los estudiantes de las distintas facultades y escuelas, específicamente en los jóvenes debido a que estos son los más influenciados con esta nueva era de comunicación digital.

Se analizaron las conductas y actitudes que ha provocado en la actualidad el uso de los *smartphones* de los jóvenes en la comunicación interpersonal física personal y digital.

Procedimiento

Se realizó una recopilación de información bibliográfica sobre los temas relacionados a la investigación, con base a los objetivos, el método y el tipo de investigación, se diseñaron los instrumentos que se usaron en el trabajo de campo, para ello, se elaboraron los cuestionarios para las encuestas y la entrevista.

Posteriormente se procedió a recolectar los datos a través de encuestas, la muestra estuvo compuesta de los usuarios del quinto nivel de la biblioteca central, luego se procesaron los datos cuantitativos obtenidos utilizando el análisis estadístico, con sus respectivas gráficas y tabulaciones, para finalizar se concluyó con el análisis de los resultados, un cuadro de hallazgos, conclusiones y recomendaciones.

Resultados obtenidos y conclusiones

Los teléfonos inteligentes son una herramienta que facilita el acceso a la información y la comunicación y su uso ha provocado influencias en las formas de comunicación como lo son el contacto inmediato y eficacia en el envío y recepción de mensajes que hacen fluir la comunicación interpersonal que una manera rápida y cómoda.

Introducción

El trabajo de investigación trata de la influencia del uso de los teléfonos inteligentes en la comunicación interpersonal de los jóvenes. Proyecto que tiene la finalidad de dar a conocer los aspectos relevantes al respecto del tema planteado.

La sociedad actual está evolucionando y causando controversia en la población, la cual en su gran mayoría está compuesta por jóvenes. Ellos ahora invierten tiempo utilizando los *smartphones*, con diferentes fines, entre ellos interactuar en redes sociales, intercambiar información; algunas veces con fines educativos, otras con el fin de conocer más personas, utilizando las aplicaciones, se descargan archivos, música o cualquier otra actividad de ocio a través de la tecnología celular.

Se describe los riesgos y amenazas que conlleva la utilización inadecuada o sin precaución de la tecnología. Además de mostrar las bondades y beneficios que con su buen uso puede llevar a generar especialmente en los jóvenes. Dar una descripción clara y concisa de los usos que actualmente están teniendo los *smartphones* y tratar de concluir con la investigación sobre cuál es la influencia de los *smartphones* en la sociedad y la aceptación que ha tenido en la población juvenil.

La idea central de la investigación se muestra en el marco conceptual en donde se explica las causas que motivaron su realización, la ubicación y las limitaciones del problema planteado.

La revisión bibliográfica contiene conceptos, teorías, procesos, pasos, análisis de diferentes profesionales sobre los temas que son de importancia para la investigación siendo estos la base teórica de la misma. De esta manera se analiza como la innovación de los teléfonos inteligentes (*smartphones*), ha llegado a ser una necesidad para algunos jóvenes y cómo ha provocado una serie de cambios en las formas de comunicación interpersonal transformándola poco a poco en comunicación digital.

El método de la investigación es deductivo con enfoque cuantitativo debido a que se interpretaron datos numéricos y medibles. A partir de esa interpretación se muestran los resultados del nivel de influencia y se concluye con premisas a partir del conocimiento de los resultados de los reactivos de la encuesta; los datos cuantitativos que se obtuvieron se compararon con la teoría y así se obtuvieron conclusiones concretas.

A través del análisis de resultados se adquirió información sobre la sociedad actual y el tema estudiado, teniendo como soporte los reactivos de la encuesta, así añadir una nueva teoría del conocimiento de la influencia y los cambios del uso de los teléfonos inteligentes en la comunicación interpersonal de los jóvenes universitarios.

Con ello, la investigación deja plasmado un aporte más, para que sea utilizado como un instrumento el cual dé a conocer la realidad de este fenómeno y que las personas tomen interés por el tema, evitando mayores riesgos al utilizar esta nueva tecnología (*smartphones*) que ahora es muy popular y conocida por los jóvenes.

Dentro del contenido, se responden a preguntas como: ¿Hacia dónde van? ¿Qué uso tendrán en el futuro?, y así se conocerá cuál es el impacto que este tipo de tecnología de la comunicación tiene en jóvenes y además se explica la aplicación de la tecnología en el ámbito académico como por ejemplo en las universidades virtuales y las bibliotecas digitales.

Capítulo 1

Marco conceptual

1.1. Título del tema

“La influencia del uso de los teléfonos inteligentes en la comunicación interpersonal de los jóvenes”.

1.2. Antecedentes

El uso de los teléfonos inteligentes ha revolucionado las formas de comunicación interpersonal, tanto que ha modificado el estilo de vida de los jóvenes que se encuentran influenciados por la innovación tecnológica de la telefonía móvil. Esto es porque la mayoría de estos aparatos poseen características llamativas.

No es algo nuevo el hecho de que el uso de los teléfonos inteligentes en los jóvenes ha modificado su comunicación interpersonal; por ello la investigación da a conocer cuáles han sido algunas de estas influencias, por lo tanto se usaron otras investigaciones que enriquecen la base teórica, una de ellas es un estudio elaborado por una aplicación española llamada Tuenti, con colaboración de IPSOS (empresa francesa de investigación de mercados), sobre 2,000 jóvenes entre 16 y 35 años, esta muestra que el 84% de jóvenes se conecta a Internet desde el móvil y que esta conexión es utilizada para estudiar 40%, en relaciones amorosas 55% y fotos 62%. (Marquina, 2014)

El uso excesivo frecuentemente modifica comportamientos y conductas, como por ejemplo se puede observar a jóvenes que no distinguen entre la privacidad y lo público, jóvenes dependientes al móvil al grado de no poder salir de casa sin el dispositivo, otro aspecto considerado es que la mayoría presta más atención al móvil que a la comunicación interpersonal física inmediata, entre otras.

Los antecedentes de la investigación son: las siguientes Tesis de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Jackeline León (2012) abordó el tema “comunicación interpersonal entre adolescentes por medio del teléfono Blackberry”, ella señala que la comunicación es un proceso estrictamente social, específicamente de los seres humanos que desean transmitir lo que son, como son, que hacen, como se desarrollan, con contribuir con el desarrollo interpersonal y social de ellos mismos y de los demás.

Pero muchas veces la comunicación es obstaculizada tal como lo muestran los resultados de la investigación de Mireille Suruy (2014) “El *smartphone* como barrera de comunicación interpersonal en la familia”, indica que la carga de concentración que se le otorga al *smartphone* desconecta al usuario completamente del mundo real, esto se evidenció en el momento en que bajo este efecto se le habló a un individuo y no escuchó siquiera que se le estaba hablando y también menciona que haciendo el uso correcto de las nuevas tecnologías, brindándole un tiempo determinado sin excederse y haciendo un balance en sus actividades del día, es una herramienta de gran beneficio para el desarrollo y el proceso de conocimiento.

Así también Yesica Cardona (2014) “El uso del teléfono celular como barrera de comunicación familiar” expresa que es importante hacer una pausa pues las relaciones sociales son indispensables, pero no es lo mismo socializar personalmente a valerse de la tecnología para poder saber algo de alguien. Por otro lado, es significativo recalcar que es mejor la comunicación directa con las personas, porque se puede valer tanto de la comunicación verbal como de la no verbal. Cabe resaltar que un gesto dice más que mil palabras.

Cardona también señala algo que es de suma importancia y es que el uso del teléfono celular se ha vuelto una herramienta indispensable para cualquier adolescente ya que les ayuda a comunicarse no solo con su círculo social sino familiar, lastimosamente el

uso inadecuado de dicho dispositivo puede llegar a crear barreras comunicacionales tanto en su hogar como en el centro de estudio, por lo tanto desde mi punto de vista se debe encontrar un equilibrio que permita la comunicación con las personas con las que no se tiene comunicación cara a cara pero a la vez que no exista una descomunicación con las personas que físicamente se encuentran lejos.

En la investigación de Paola Ruiz (2006) titulada “Barreras que causa el uso inadecuado del teléfono celular en las relaciones interpersonales” muestra en su análisis de resultados que la mayoría de estudiantes opinó que la interrupción de llamadas si afectan las relaciones interpersonales; se puede considerar que por el nivel de conocimiento en el área de comunicación, comprenden más los efectos que causan los ruidos de comunicación, ya que la mayoría de encuestados lo catalogó de esa manera, pero no pasa de ser un mero conocimiento teórico pues las personas no lo aplican a la práctica de sus hábitos diarios.

Por lo tanto, es evidente que el uso de los teléfonos inteligentes en las comunicaciones interpersonales ha sido de beneficio y perjuicio en diferentes medidas, pero este efecto puede ser resultado de las formas de uso que le dan los jóvenes a estos aparatos tecnológicos.

1.3. Justificación

A la autora le interesa conocer de qué manera la innovación en los “teléfonos inteligentes también conocidos por su nombre en inglés como *smartphone*” (RAE, Real Academia Española), han provocado una serie de influencias en las formas de comunicación interpersonal llevándolas a formar parte de una comunicación digital.

La nueva tecnología celular ha reemplazado en gran parte a la comunicación personal cara a cara por nuevas tendencias tecnológicas tales como chats, redes sociales on-line, llamadas, videollamadas, mensajería instantánea, entre otras.

La investigación que se realizó sobre las influencias en la comunicación interpersonal provocados por los teléfonos inteligentes pretende demostrar cuáles son los usos que los jóvenes le dan a los teléfonos inteligentes como nueva herramienta de comunicación social además de comprender el fin social que tiene respecto al ser humano y los avances tecnológicos actuales.

Actualmente la tecnología ha revolucionado la comunicación interpersonal, por ello se plantean cuáles son las influencias de los avances tecnológicos en la comunicación de los jóvenes, por ejemplo, las formas de uso de Internet y las redes sociales y así conocer sus aportes a la comunicación.

En Guatemala la tecnología en la telefonía móvil ha evolucionado de gran manera, tanto que se necesita observar si los servicios que prestan los teléfonos inteligentes gracias a la infinidad de aplicaciones que existen han sido de beneficio al acortado distancias comunicacionales entre países y de qué manera ha revolucionado la comunicación actual y a su vez contradictoriamente de qué manera ha afectado a los jóvenes, es interesante conocer porque el fenómeno ha modificado conductas y comportamientos en su personalidad convirtiéndolos en jóvenes aislados e individuales, debido a que la comunicación cara a cara se ve afectada porque la comunicación no se da de manera física sino únicamente de manera digital.

Por lo tanto, algunas de las razones que impulsaron la realización de la investigación, han sido experiencias propias y ajenas, a través de la observación, entre las cuales se comprueba a lo largo de la investigación que muchos jóvenes se sienten más cómodos interactuando por medio de un móvil, porque de alguna manera tienen más seguridad que con la comunicación personal, sin darse cuenta de que la comunicación interpersonal es más enriquecedora y real.

1.4. Planteamiento del problema

Las nuevas tendencias promueven el uso de la tecnología en la telefonía celular creando nuevas necesidades en los jóvenes, con lo cual no basta únicamente tener un celular para comunicarse por medio de llamadas para acortar distancias, sino que actualmente es indispensable poseer un teléfono inteligente para estar a la moda y ser parte de la tendencia como los demás jóvenes.

El fenómeno de la telefonía inteligente se caracteriza por poseer una gran cantidad de aplicaciones, que reemplazan a la comunicación hablada y, por lo tanto, ya no se busca escuchar la voz al otro lado del móvil, con sus matices, sus tonos y su intención, sino que actualmente prevalece el uso de redes sociales y mensajería instantánea, reemplazando la comunicación personal. En la investigación se desea profundizar en cuales han sido las influencias de la comunicación, lo que entienden los jóvenes por compartir con amigos y de qué manera esto ha sido de beneficio o perjuicio en el proceso de la comunicación.

En la investigación al tratar la comunicación entre jóvenes surge la interrogante de si los *smartphones* han creado un silencio en la comunicación interpersonal cara a cara, una abstención de hablar, imponer silencio es hacer callar a otra persona y también reprimir una pasión, es estar sin protestar, sin quejarse y esto pasa, debido a que no existe comunicación hablada con retroalimentación instantánea sino que sólo a través del teléfono por medio de una red social o alguna otra aplicación de mensajería instantánea textual o por mensaje de voz.

Por lo tanto, la interrogante que se cuestiona es, si la tecnología ha sido un medio para comunicar o para cuasi comunicar falazmente, aunque tal vez en la medida de lo posible para ambas cosas. Teniendo otra variante en la que posiblemente el problema sea la manera en que los jóvenes utilizan los teléfonos inteligentes la que se convierte en algo más que facilitarles un medio de comunicación, sino que todo lo contrario los individualiza y quizás sea porque para ellos es más sencillo mandar un mensaje

electrónico en lugar de decir los sentimientos o pensamientos de forma directa. También se toma en cuenta, el tiempo que se dedica a la tecnología como tal.

Pero también es importante conocer que opinan los jóvenes sobre estas influencias, y de qué manera los han aceptado como parte de su estilo de vida.

Por ello interesa conocer:

¿Cuáles han sido las influencias más relevantes en la comunicación interpersonal provocados por el uso de los teléfonos inteligentes?

1.5. Alcances y límites

Geográfico: el estudio se realizó en la región de la capital de la ciudad de Guatemala, específicamente en el campus central de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Personal: el estudio se realizó en el 5° nivel de la Biblioteca Central de la Universidad de San Carlos de Guatemala, con el fin de verificar cuales son los usos que los jóvenes de diferentes semestres y carreras le dan a los teléfonos inteligentes.

Temporal: se estableció que la investigación se realizaría en el mes de febrero al mes de julio del 2016.

Límites: la investigación se limitó a realizarse únicamente en el 5° nivel de la biblioteca Central del campus de la Universidad de San Carlos de Guatemala, dejando fuera los salones de las facultades o escuelas de la Universidad y así mismo también a las diferentes universidades del país.

Capítulo 2

Marco teórico

2.1. Comunicación

La comunicación, en su sentido etimológico, viene de la palabra latina: “Communis” que se traduce al español usando la palabra “común” y consiste en hacer que la actividad de uno se haga común entre varios y así la comunicación “comuniza” las actividades. Profundiza tres sinónimos inseparables entre sí: transmisión (el ser que transmite traspasa algo de si a otros), participación (el que transmite comparte algo de si a otros) y manifestación (al transmitir brota una actividad externa que revela algo de si a otros). (Marroquín y Villa, 1995, p. 181)

Comunicarse significa según su raíz latina *comunicare* “hacer en comunión”, “dar a conocer”, “estar unido a”. Por lo tanto, es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. (Villalba, 2012, p. 387)

Greimas (1990) definió la comunicación como: Las actividades humanas, en su conjunto, son generalmente desarrolladas en 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.

Marroquín y Villa (1995, p.23) definió la comunicación como “un proceso interpersonal en el que los participantes expresan algo a sí mismos, a través de signos verbales o no verbales, con la intención de influir de algún modo en la conducta del otro”.

Al hablar de comunicación sale a la luz esta interrogante: “¿Por qué las personas se comunican?, y la respuesta sería: se comunican para poder relacionarse y así establecerse como seres sociales. La comunicación es inherente a la esencia social del

hombre, como lo explica Jasper: lo que no se realiza en la comunicación no existe, así también Schramm, expresa que la comunicación forma parte de la función viviente de las personas y de las sociedades”. (León, 2012, p. 5).

La comunicación es una ciencia humana que se apoya en principios, pero no son exactas, debido a que “no es lo mismo la exactitud de las ideas que la idea de la exactitud”, si, la idea de la exactitud es una sola como la matemática, entonces los principios humanos nunca lo son, pero hay otra exactitud, la que escribe Descartes, que llama “exactas a las ideas claras, distintas, definidas, y no contradictorias”, en este sentido, los principios de los actos humanos son suficientemente claros y macizos y sobre ellos se pueden edificar normas generales aplicables con cautela en casos concretos, estos son llamados Axiomas. (Coronado, 1992, p. 9).

Por lo tanto, el fin de la comunicación es mantener contacto entre personas, es estrictamente social, en el cual se pretende la cercanía, la transmisión y las relaciones entre sí.

Según Beryl (1982, p. 15) “cuando se da la comunicación con otra persona se transmiten ideas, sentimientos o actitudes respecto al mundo, respecto de la otra persona y aun del emisor”. Valiéndose de palabras, se trata de revelarlo al receptor, transmitir sin utilizar palabras, recurriendo a expresiones faciales o a movimientos del cuerpo.

Los seres humanos son por naturaleza comunicativos, porque se aprende desde el nacimiento, es parte de la cultura social y es fundamental para la vida, por consiguiente, es de suma importancia su estudio en general y conocer los cambios que ha tenido a lo largo del tiempo.

Con la comunicación surgen las señales comunicativas, estas se utilizan como una puerta abierta para los demás y para uno mismo, sobre los otros y sobre uno, que hace que los humanos sean personas que necesitan y sean parte de esta.

Existen varias contrastantes en las concepciones de comunicación, dos de ellas son: la que considera la comunicación como transmisión de información y la otra, la define como producción de significación. En la transmisión de información, el emisor codifica un mensaje, es decir, pone sus ideas en un código y otro lo decodifica. En la producción de significación, el receptor del mensaje tiene en cuenta todos estos elementos al mismo tiempo y construye la significación del mensaje que recibe. (Beryl, 1982)

Una comunicación efectiva debe basarse en la claridad, la brevedad y la superación de obstáculos.

2.1.1. Elementos de la comunicación

La comunicación debe constar de los siguientes elementos para poder llegar a ser una comunicación efectiva, aunque esto no es una garantía de que lo sea, todo depende de la esencia del mensaje y que se cumpla la función de cada elemento.

Emisor

“Es el autor de la actividad transmisora y cada emisor puede transmitir y transmite algo a otros. Los emisores reales abarcan una gama inmensa desde las estaciones radiofónicas hasta una simple conversación, por tanto, también es conocido como el que habla”. (Coronado, 1992, p. 202).

Mensaje

“El mensaje es el segundo componente de la comunicación y es la prueba evidente y externa de lo que planeó el emisor, puesto que el mensaje es el efecto inmediato del emisor. Es un signo o conjunto de signos capaz de significar algo a alguien. También conocido como: palabras o señales”. (Coronado, 1992, p. 203).

Receptor

“Es el destino final de la comunicación, es el otro extremo donde se asienta el puente. El receptor es la meta específica que el emisor busca y por ende, la única razón de ser del mensaje, termina siendo el oyente”. (Coronado, 1992, p. 205).

“Los tres anteriores son esenciales en un acto comunicativo unidireccional de ida (sin respuesta) y en el bidireccional (con respuesta) porque hay un origen, una ruta y una meta”. (Coronado, 1992, p. 205)

Canal

“Son aquellos instrumentos a través de los cuales llegar un mensaje a un receptor”. Sus tres principales significados en comunicación: formas de codificar y decodificar mensajes, vehículos de mensajes y medio de transporte. (Prieto, 1985, p. 113)

Código

“Es el lenguaje en el que se transmite el mensaje o señal”. Constituye un conjunto de obligaciones de interpretar y combinar de una forma determinada los elementos de un lenguaje, responde a convencionalismos específicos que son reglas que comparten emisor y receptor (verbal o no verbal). (Prieto, 1985, p. 77).

Referente

“Objeto real o imaginario al que alude el signo”, por lo tanto, las posibilidades de referencialidad son infinitas; ya que es la esencia de lo que se desea transmitir. (Prieto, 1985, p. 89).

Contexto

“Es el lugar físico o situacional en la que surge la comunicación, incluye la formación social (es la manera en que en un país se articulan los aspectos económicos, políticos e ideológicos) y el marco de referencia (es como se percibe la realidad social)”. Esto le da diferentes cargas significativas al mensaje. (Prieto, 1985, p. 72).

Ruidos o barreras

Es lo que impide un libre flujo de mensajes por lo tanto en ocasiones no llegan al receptor con la exactitud con la que lo envía el emisor, estos pueden ser ruidos físicos, fisiológicos, psicológicos, culturales y redundantes. (Interiano, 2003)

Retroalimentación

“Es el proceso en el cual se da una respuesta a los mensajes recibidos. Llamado retroalimentación, respuesta o feed back. La respuesta puede darse, con el mismo código y canal o con códigos y canales distintos”. (Interiano, 2003, p. 21).

2.1.2. Procesos de comunicación

Lasswell (1948) afirmaba que un acto de comunicación solamente estaba suficientemente explicitado cuando todos los integrantes de su famoso paradigma hubieran sido respondidos. Así lo presenta Lasswell:

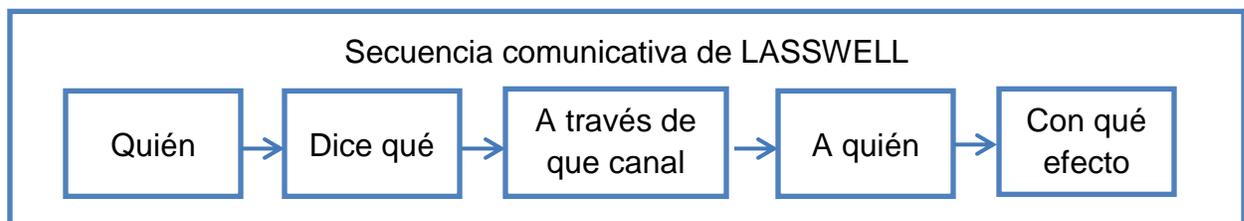


Figura 1, elaboración propia en base a: Marroquín y Villa (1995: p. 23)

“En la conducta comunicativa existen dos polos dialécticamente implicados, que actúan juntos, no de manera lineal, como suele mencionarse equivocadamente, sino a través de un proceso circular, puesto que el escuchar y hablar se ejercitan simultáneamente”. (Marroquín y Villa, 1995, p. 23)

Por ejemplo, cuando se da una conversación entre dos personas, mientras una actúa como emisor transmitiendo su mensaje de forma verbal, la otra persona actúa como receptor del mensaje, escuchando y mientras este recibe el mensaje, también emite mensajes no verbales con sus reacciones ante el mensaje y así el emisor verbal recibe mensajes, convirtiéndose en receptor y así sucesivamente, esto enriquece la comunicación y hace que sea un proceso circular.

Por lo tanto “la comunicación interpersonal no puede ser un proceso lineal, sino que es un proceso circular de mutua interacción e influencia”, en donde los polos emisor y receptor existen simultáneamente en cada una de las partes comunicativas, los cuales usan diferentes medios para enviar un mensaje. (Marroquín y Villa, 1995, p. 24)

Otro factor que interviene en este proceso son “los filtros culturales o sociogenéticos que están constituidos por las pautas a las cuales se está sujeto como integrantes de un grupo social determinado, y al ser estas distintas en cuanto a costumbres, valores, normas sociales, etc., los filtros serán distintos para un grupo que para otro”, esto depende del lugar, contexto en el que viven y efecto que se desea transmitir. (Marroquín y Villa, 1995, p. 26)

“La codificación y decodificación del mensaje en ocasiones dependerá del aspecto representacional del lenguaje”, es decir, la representación de las vivencias y experiencias que el sujeto ha ido teniendo en contacto con la realidad, estas referencias le darán la pauta de una interpretación diferente a los mensajes. (Marroquín y Villa, 1995, p. 27)

La subjetividad y limitada percepción de la realidad, que caracteriza los procesos de codificación y decodificación, son los pilares del vacío interpersonal, inevitable de múltiples soledades e incomprensiones en el mensaje. Por lo tanto, se expone gráficamente la dinámica de la comunicación interpersonal generadora de este vacío. (Marroquín y Villa, 1995, p. 32)

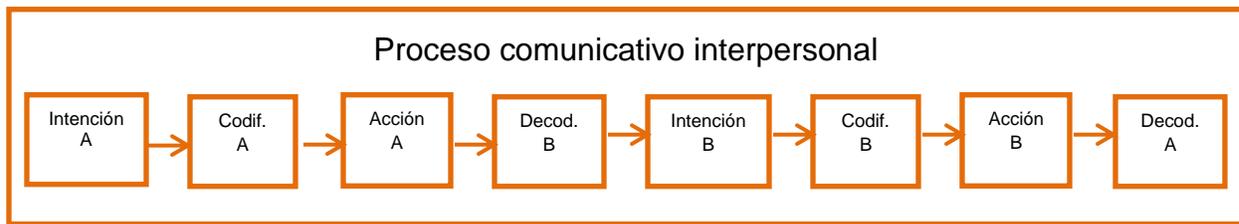


Figura 2, elaboración propia en base a: Marroquín y Villa (1995: p. 23)

El vacío interpersonal se da cuando el mensaje se envía con una intención A, es codificado para que signifique lo que se desea expresar y se activa de cierta manera para que sea transmitido con éxito, pero al ser recibido puede ser decodificado no como A, sino como B y esto desencadena una intención diferente a la original, así es codificado de manera B y se activa según es interpretado, por tanto se pierde la verdadera decodificación A, esto muchas veces sucede en la comunicación interpersonal y crea distorsión y ruidos al mensaje, se debe cuidar al comunicarse y tratar de enviar el mensaje de la manera adecuada para que sea recibido con su significado original.

2.1.3. Funciones de la comunicación

Función, en el lenguaje común, significa el papel, el rol o el oficio que desempeñan las personas o las cosas, por lo tanto “la función de la comunicación es realizar encuentros con otros, colaborar con otros, ayudarlos o defenderse de otros”. (Coronado, 1992, p. 219)

Función referencial

Denominada también función informativa, es la base de toda comunicación, define las relaciones entre el mensaje y el objeto al que hace referencia. Su problema fundamental es formular el propósito del referente, información verdadera, observable y verificable. (Guiraud, 1976)

Función emotiva

“Define las relaciones entre el mensaje y el emisor. Cuando la comunicación es por medio del habla o de cualquier otro modo de significación, se emiten ideas relativas a la naturaleza del referente, y también se puede expresar la actitud con respecto a algún objeto”. (Guiraud, 1976, p. 12)

Función connotativa o conminativa

“Son los mensajes que pueden cambiar mecanismos influyentes en la conducta de las personas”. Definen las relaciones entre el mensaje y el receptor, pues la comunicación tiene por objeto obtener una reacción. (Guiraud, 1976, p. 13)

Función poética o estética

“Es definida por Roman Jakobson como la relación del mensaje consigo mismo. Es la función estética por excelencia: en las artes, el referente es el mensaje que deja de ser el instrumento de la comunicación para convertirse en su objeto”. (Guiraud, 1976, p. 13)

Función fática

“Tiene por objeto afirmar, mantener o detener la comunicación”. Jakobson distingue con ese nombre a los signos “que sirven esencialmente para establecer, prolongar o interrumpir la comunicación y verificar si el canal funciona”. (Guiraud, 1976, p. 14)

Función metalingüística

“Tiene por objeto definir el sentido de los signos que corren el riesgo de no ser comprendidos por el receptor. Esta función remite el signo al código del cual extrae su significación”. (Guiraud, 1976, p. 15).

2.1.4. Tipos de comunicación.

Tipos según varios autores: (Berlo, 1985, Hybels y Weaver 1976, Miller 1978 y Blake y Haroldsen 1983). (Fonseca y del Socorro, 2016).

- a) Por el tipo de código: no lingüística y lingüística
- b) Por el tipo de participación: unilateral y reciproca
- c) Por la ubicación del receptor: indirecta y directa
- d) Por su relación: de acuerdo con el número de participantes que intervienen en el proceso comunicativo entre emisor y receptor:
 - Intrapersonal (unidimensional): consigo mismo. El canal son los nervios (transmisiones nerviosas: el contacto entre el interior y exterior del individuo) y el centro regulador es el cerebro (emisor y receptor).
 - Interpersonal (bidimensional): entre dos personas. Es la que permite la convivencia entre los seres humanos.
 - Grupal (tridimensional): con un grupo pequeño (tres o más personas).
 - Colectiva (tridimensional): una persona o un grupo ante un público.
 - Masiva (tridimensional): una persona o un grupo hacia un número indeterminado a través de diversos medios (televisión, radio, Internet, diarios, etc.), el emisor no tiene un contacto directo con los receptores.
- e) Por el medio: puede considerarse por el tipo de medio que se utiliza para transmisión y percepción de los mensajes:
 - Verbal: oral y escrita.
 - No verbal: visual, auditiva, kinestésica y artefactual.
 - Electrónica o digital: los recursos que la tecnología permita para comunicarse con otros.
- f) Por el mensaje
 - Por el contenido (tema o asunto): pública o privada.
 - Por el tratamiento (modo de decir las cosas): culta, estándar, coloquial y popular.
- g) Por el contexto: de acuerdo con el lugar, la situación social y el ambiente psicológico
 - Formal: sujeta al orden y las normas de comportamiento social.
 - Informal: espontanea, más natural y basada en gustos personales.

2.1.5. Comunicación digital

La comunicación digital es aquella que transmite la información a través de símbolos usando un medio electrónico-digital. Esta interfaz siempre se conecta a un sistema automatizado, usualmente el servidor de una red (central telefónica, webs, chats, etc.), esta implica interacción y colaboración entre todas las personas que hacen uso y que se encuentran interconectados en la red. (<http://blablanegocios.com/comunica...>).

Algunas de las herramientas digitales son las redes sociales online, estas presentan numerosas ventajas y algunos riesgos. Dependiendo del tipo de red social utilizada y del uso que se le da a estas.

“En los países desarrollados, gran parte de sus ciudadanos habitan en inmersas y superpobladas ciudades, aglomeraciones en el transporte público, en centros comerciales, se está muy acompañado pero muchos individuos se sienten aislados. No están solo pero se sienten solos”. Abunda el contacto humano, pero la comunicación no abunda. En pequeños pueblos son pocos pero todos se conocen y se comunican en forma real pero en las grandes ciudades son muchos pero extraños, por ello se acude a las nuevas tecnologías, redes sociales, a Internet, se busca refugio en la comunicación digital. (Lillo, 2015, p. 117).

La comunicación digital es un fenómeno que se ha adentrado en la vida cotidiana del hombre. Introduciéndose vertiginosamente en el campo de la comunicación social. Intenta fusionar la comunicación con las nuevas técnicas de la informática, las letras con bits; lo analógico se convierte en digital. (Núñez, 2005).

La comunicación digital ha creado novedosas formas de comunicación otorgándole a los usuarios numerosas herramientas que les permite no sólo expresarse de forma escrita, sino también usar imágenes, videos, grabaciones de voz, animaciones, hipervínculos, correos electrónicos, blogs, entre otros; para expresar sus pensamientos e ideas desde diferentes dispositivos, aunque esto no significa que están comunicados realmente con otras personas. (Lillo, 2015).

Comunicación digital implica una constante interacción y colaboración entre todas las personas que hacen uso y que se encuentran interconectadas en la red, porque si no hubiera usuarios cibernéticos no tendrían sentido las redes sociales online, por ello, la colaboración en la red es ineludible, un sitio cobra vida y se desarrolla, en la medida que los usuarios empiezan a intervenir, preguntar, responder y hasta denunciar el tema que se trata.

La revolución digital abre puertas que años atrás eran indivisibles, como lo son: la interacción en tiempo real entre dos personas sin importar su ubicación espacial; el traslado de una gran oficina a un ordenador conectado a Internet; y sin olvidar, el constante cambio al que están sometidos los roles de emisor y receptor, porque se “ofrece a la audiencia herramientas para que respondan, comenten o manifiesten sobre los mensajes, el receptor es un socio invaluable en la configuración de los medios del siglo XXI”. (Núñez, 2005, p.48).

Existen dos modalidades de transmisión de la información: una analógica (no verbal) y otra digital (verbal).

La digital transmite los aspectos de contenido, contando con una sintaxis lógica sumamente compleja. Tal comunicación es artificial y arbitraria (convenciones sociales), desde la numeración y la escritura hasta los lenguajes de software de la inteligencia artificial. La comunicación digital suele ser efectuada por el lenguaje natural de cualquier idioma. (Moreno Miranda, 2012).

La diferencia entre analógico y digital se puede observar en el siguiente ejemplo: cuando se envía la frase: sí estoy de acuerdo, se utiliza el lenguaje digital y verbal, y cuando se mueve la cabeza de arriba hacia abajo para decir: sí..., se utiliza el lenguaje analógico no verbal (gesto que corresponde a la parte kinésica), pero además se puede decir: sí..., con un tono cálido o un tono serio (sería la parte paralingüística del lenguaje analógico o no verbal), por último, la distancia que se mantiene con el interlocutor al decirle: sí..., puede ser próxima o distante (es la parte proxémica del lenguaje analógico). (Moreno Miranda, 2012).

2.2. Comunicación interpersonal

La comunicación interpersonal surge por los cambios físicos, biológicos y humanos, por ello evolucionó el hombre hasta ser Homo Sapiens-Sapiens según los estudios de la teoría de la evolución.

Por la comunicación interpersonal logró ser Homo Faber, el hombre de todas las industrias (definición de Benjamín Franklin) porque doma la naturaleza. Por sus industrias se demuestra que fue inteligente, creativo y progresista, logró ser Animal Racional. (Aristóteles).

Por el poder expresivo de sus signos llegó a ser el Animal Symbolicum (Ernst Cassirer).

Por sus tendencias sociales es el Animal Sociale (Aristóteles): pero el modo como llegó a serlo fue únicamente por la comunicación interpersonal.

Actualmente existen los nativos digitales, se adaptan rápido y están preparados para lo efímero de los avances tecnológicos; el mundo digital e informático es parte de sus vidas, denominados “el homo digitalis”. (Lillo, 2015, p.123)

“El hombre es y llega a ser lo que es” por medio de otros y con otros, por eso fueron hombres porque se comunicaron. (Coronado, 1992, p.12)

El ser humano es un ser social y relacional, es decir, se encuentra inmerso en un mundo de interacciones con los otros. Uno de los aspectos que lo diferencian en general del mundo animal es la frecuencia con la que utiliza herramientas y el uso del lenguaje. Con dicha herramienta (el lenguaje) se puede comunicar con otras personas como los padres, hermanos, familiares, amigos, compañeros e incluso desconocidos. El uso del lenguaje permite, la conducta más importante que se puede llevar a cabo: la comunicación. (Berlo, 1985).

“En cuanto a la comunicación interpersonal no basta vivirla porque se desconoce: su poder, la diferencia entre esta y otras comunicaciones”, el lugar jerárquico que ocupa en la vida de los hombres, la capacidad que tiene de transformar a los individuos y aun a la sociedad, lo que puede y lo que no puede porque esto se debe estudiar el papel que juega en la vida y como resultado de ello se puede afirmar que es vital. (Coronado, 1992, p. 13)

Unos de los problemas en cuando a definir que es comunicación interpersonal, surge por la siguiente interrogante “¿Por qué los hombres conocen las cosas más que a las personas? Henri Bergson explica esta aparente anomalía: Todo el mundo se percata que es más difícil progresar en el conocimiento de uno mismo, que en el conocimiento del mundo exterior”. Si se hace caso omiso del yo, el esfuerzo por saber cosas en natural se hace con creciente facilidad y se aplican reglas. En cambio, en el conocimiento interior, la atención se torna tensa y el progreso cada vez más doloroso, como si fuera una tendencia antinatural. ¿No es esto verdaderamente sorprendente? El yo es algo interno de cada uno y la personalidad es lo que mejor se debería conocer. (Coronado, 1992, p.15)

“Y sin embargo no es así, se teme conocerse, pero se goza conociendo las cosas, pero descubrir el yo y el tú como algo esencial en la existencia fue un cambio de orientación dado gracias a Martin Buber, él dice que las relaciones del yo y del tú integran la personalidad y que el yo y el tú y el nosotros forman la trama real de la existencia”. (Coronado, 1992, p. 16)

Se continuará por afirmar que la comunicación interpersonal no es una tarea opcional por la que el ser humano pueda exaltarse o no libremente, puesto que su misma naturaleza social le impulsa necesariamente a ella. La comunicación es un proceso interpersonal en el que los participantes expresan algo de sí mismos, a través de signos verbales o no verbales, con la intención de influir de algún modo en la conducta del otro. (Marroquín y Villa, 1995, p. 15)

Los principios de comunicación interpersonal que plantea Scolt y Powers (1985):

- 1er principio, considera que las personas se comunican, porque esa comunicación es totalmente necesaria para su bienestar psicológico.
- 2do principio, la comunicación no es solo una necesidad humana, sino el medio de satisfacer otras necesidades.
- 3er principio, la capacidad de comunicación interpersonal no es únicamente el grado en que la conducta comunicativa satisface las necesidades, sino también por el grado en que facilita a los otros la satisfacción de las suyas.

El humano en su vida usa la comunicación como un instrumento para satisfacer sus propias necesidades. Imagine las múltiples formas de comunicación a las que recurre una persona en un día de su vida, todas ellas o en su mayoría están relacionadas con las relaciones interpersonales. (Marroquín y Villa, 1995, p. 16)

“Se considera, que el mejor modo para comprender lo que hace a la comunicación humana verdaderamente interpersonal, es centrarse, precisamente en la explicación más detallada de los elementos constitutivos de la comunicación a la persona, en contraposición a la comunicación al objeto o a la persona considerada como tal”. (Marroquín y Villa, 1995, p. 18)

La comunicación al objeto es la connotación de ese algo o alguien como no único, ya que en ocasiones es variante dependiendo del contexto, tiempo y espacio, un objeto no puede reaccionar ante la comunicación, esta es una de las diferencias entre ellos y las personas, por ello, es realmente enriquecedora por su naturaleza interpersonal y su fin de interacción. (Marroquín y Villa, 1995).

Unos de los aspectos de la comunicación interpersonal son “los encuentros humanos, estos invaden todas las actividades externas de los actos humanos. Invaden los primeros años de la existencia, invaden la geografía del mundo entero e invaden la mayor parte de las horas hábiles del hombre”. (Coronado, 1992, p.17)

“La esencia de los encuentros estrictamente interpersonales consiste en la interacción”. (Marroquín y Villa, 1995, p.57).

“La interacción es: directa (es frente a frente), inmediata (es controlada por personas), recíproca (es siempre mutuo). Y sus oficios esenciales son”:

- Las relaciones interpersonales involucran a los individuos.
- Los procesos interpersonales avanzan con procedimientos propios de cada persona.
- Los sistemas interpersonales hacen caminos de interacción totalmente exclusivos entre ellos. (Marroquín y Villa, 1995, p. 57)

Por lo tanto, la comunicación interpersonal tiene como una de sus finalidades los encuentros entre personas para interactuar, compartir, dar a conocer, sintonizar, armonizar y escuchar a los demás y al yo interno.

“Por último, no está de más mencionar las dos grandes dimensiones que conforman la comunicación interpersonal: la apertura y la receptividad”.

- La apertura hace referencia a la capacidad y actitud de la persona a comunicar sus propios pensamientos, emociones, sentimientos, ideas, etc., y manifestarlos expresamente a los demás.
- La receptividad hace referencia a la capacidad y actitud de la persona a recibir y atender expresamente la comunicación que los otros hacen de los sentimientos, ideas y opiniones que tienen o muestran hacia la persona. (Marroquín y Villa, 1995, p. 101)

Cada elemento de la comunicación interpersonal es clave para llegar a comprender y conocer la verdadera esencia de los mensajes transmitidos. La comunicación interpersonal puede ser considerada como el proceso de intercambios de mensajes entre dos o más personas, con la finalidad de alcanzar determinados objetivos.

2.2.1. Características de la comunicación interpersonal

Acercamientos o proximidad

“Los hombres se vuelven próximos, cercanos y prójimos relacionados entre sí, puede ser de dos formas: proximidad física y personal”. (Coronado, 1992, p. 39).

“Con esta se puede determinar la distancia que las personas dejan entre un individuo y otro cuando se comunican; esta indica el nivel de confianza que poseen las personas, esta depende del tipo de comunicación”. (León, 2012, p. 14).

Causales

“La comunicación interpersonal tiene algo de casual, sorpresivo o inesperado. Tiene mucho de coincidencia. La mayoría de los encuentros son incalculados, incluso los más importantes”. (Coronado, 1992, p. 40)

Históricos

“Los encuentros humanos fortuitos y todo entretienen la historia de los hombres grandes y pequeños. La biografía de cada uno se vuelve significativa precisamente porque sabe valorar e interpretar los encuentros con otros. De forma que la historia no solo es la “sucesión sucesiva de sucesos sucesivamente”, sino la sucesión de encuentros sucedidos sucesivamente en la vida personal”. (Coronado, 1992, p. 42)

Temporales

“Los encuentros con otros además de ser causales e históricos son temporales. Duran por algún tiempo, son breves. Pasan como un suspiro y pasan siempre”. (Coronado, 1992, p. 42)

Se concluye que todos los encuentros valen mucho, “los acercamientos a personas diversas, la causalidad sorpresiva, la historicidad y la brevedad, pero sobre todo interesa la actividad comunicativa interpersonal. Debido a que este es el punto central en la comunicación”. (Coronado, 1992, p. 43)

2.2.2. Formas de la comunicación interpersonal

El ser humano utiliza diversas formas para comunicarse con otras personas, cada día van evolucionando esas formas para poder comunicarse sin necesidad de tener una interacción física y presencial, por ello, existen diferentes maneras de poder enviar un mensaje al destino que se desea, algunas de las formas de comunicación interpersonal son:

Comunicación verbal

Se da a través de contenidos lingüísticos, haciendo uso del lenguaje, se puede iniciar una conversación cara a cara o telefónica, transmitir un mensaje a través de diferentes medios, obtener información o feedback. La comunicación verbal puede ser: oral (hablar - escuchar) y escrita (escribir – leer). (Ballenato, 2014, p.39).

En esta forma de comunicación uno de los aspectos más importancia es el tono de la voz. Cuando se habla, se emite una voz con determinadas características, como la rapidez, el tono y la articulación, todos ellos son elementos que le dan al receptor más información sobre el emisor. (Ballenato, 2014).

Comunicación no verbal

Las señales o indicadores no verbales (postura, gestos, distancia, mirada, movimientos) aportan información muy valiosa que ayuda a interpretar el significado real de la comunicación, en ocasiones las palabras pueden decir algo, pero los gestos pueden decir lo contrario. (Ballenato, 2014).

“Los componentes fisiológicos más estrechamente vinculados a la comunicación no verbal son: la respiración, las palpitations, la sudoración, el flujo sanguíneo y la activación muscular”. (Ballenato, 2014, p.40)

Comunicación escrita

La comunicación se produce a través de la escritura del emisor, comprende: memos, cartas, informes, correos electrónicos y otros documentos escritos, actualmente existen variantes como mensajes de texto, chats, etc. (Ballenato, 2014).

Comunicación paraverbal

Al transmitir un mensaje oral este puede ser transmitidos en un 80% con lenguaje verbal y 20% no verbal, por ello, se produce una serie de variaciones en la forma de hacerlo que afectan su significado. En una conversación también se obtiene información valiosa a partir de: “la voz (volumen, entonación, claridad y timbre), la fluidez verbal, las perturbaciones del habla (pausas, silencios y vacilaciones), la velocidad de la emisión y el tiempo que se está hablando”. (Ballenato, 2014, p.40)

2.2.3. Niveles de la comunicación interpersonal

“La comunicación interpersonal se conforma en tres niveles: el superficial, el oficial y el íntimo. No se debe olvidar conocer: cuándo, a quiénes y cómo se manifiestan los encuentros”. La igualdad en todos los niveles sería absurda o imposible. (Coronado, 1992, p. 275)

Nivel superficial

Se da cuando se comunican ciertas vivencias en forma ligera y sin detenimiento. Y esto no indica que sean superficiales o ligeros, sino, por el contrario, conscientes de los contenidos y juntamente buenos comunicadores, capaces de distinguir a quién, qué y cómo hacerlo. Las circunstancias, además, indican cuales son las coyunturas apropiadas. Se debe tomar en cuenta los siguientes criterios:

- Como criterio se tiene por superficiales las comunicaciones que manifiestan lo obvio y aparente de las personas.
- Se aporta muy poco para conocer a las personas o estrechar las relaciones.
- El mensaje también debe tener un significado muy común, se podría llamar popular, que se pueda comprender con facilidad. (Coronado, 1992, p. 276).

Nivel oficial

“La comunicación interpersonal con personas profesionales con algún oficio o rol social ya no son superficiales. Las vivencias particulares con los compañeros en los roles sociales son más hondas y los contenidos se consideran centrales en la vida interpersonal porque, en efecto, el desempeño de oficios envuelve aspectos muy reveladores de las personas”. (Coronado, 1992, p. 279).

Nivel íntimo

“Se logra el nivel íntimo cuando el hombre centra la comunicación en la persona como persona. El nivel es íntimo porque el intercambio mutuo va más allá del nivel superficial, más allá del oficial y descubre los valores intrínsecos de la persona. Los integra. Saben uno y otro cómo sin las estructuras interiores y la estabilidad de sus criterios, cómo operan sus pensamientos y afectos”. En la intimidad se hallan los más excelentes contenidos del individuo, esta llega a ser la comunicación familiar y con amigos. (Coronado, 1992, p. 281).

2.2.4. Funciones y actividades esenciales

Actividades esenciales de la comunicación interpersonal

“Las actividades son esencialmente itinerantes: La comunicación es una actividad que viaja y su finalidad es llegar a un lugar fijo hacia los seres humanos”. (Coronado, 1992, p. 186).

Este viaje se desarrolla en 4 formas o etapas:

- a) Apertura: es una actividad que sale hacia otro.
- b) Dinámica: la fuerza de la actividad para llegar a otro.
- c) Dinamizante: habilidad que adquiere la actividad para entrar y activar al otro.
- d) Complementaria: por la capacidad que adquiere la actividad, puede llenar las necesidades del otro.

Estas cuatro etapas del camino comunicativo se deben recorrer de principio a fin para que exista una buena comunicación, de lo contrario no se cumple el objetivo.

Funciones de la comunicación interpersonal

La noción de transmisión-participación y manifestación descubre el número y la esencia de los tres componentes y también, lo más importante: ¿Cuáles son? y la esencia de cada una. (Coronado, 1992, p.208).

Las funciones son seis, pero la acción y la interacción son las principales:

- a) Acción: es el primer intento de interacción porque quién demanda algo lo hace con esperanza de alcanzarlo y aun sabiendo que no alcanzara nada, lo intenta como exploración incierta o como desahogo o alivio de las penas.
- b) Interacción: es la acción realizada y es el coronamiento comunicativo, en ella la transmisión consigue la re-transmisión, la participación se hace coparticipación y la manifestación es recíproca manifestación. Logrando una circulación completa.
- c) Relación: los comunicantes por el hecho de dirigir su acción hacia otros se involucran entre sí, dando origen a las relaciones interpersonales. La comunicación es un encuentro cuya actividad es conducirla hacia otros.
- d) Proceso: son los actos comunicativos unidos con un fin, estos nunca son iguales cuando se inician que cuando terminan. Hay tres tipos de procesos: salida, proceso de la manifestación o del mensaje y proceso de llegada.
- e) Sistema: la comunicación unidireccional y bidireccional crea sistema como una función derivada y necesaria de la acción y de la interacción.
- f) Transformación: la interacción produce transformación en los comunicantes porque supone cambios y engendra cambios.

2.2.5. Efectos de la comunicación interpersonal

Carlos Interiano, en su libro semiología y comunicación (2003, p. 30), plantea que existen efectos de la comunicación interpersonal, que son:

Las fuerzas propulsoras: fuerzas trascendentes porque son evidentes en las personas cuando son impulsados a desplazarse de un lugar a otro, y realizan actos a favor o en contra de otras personas.

La simpatía: hay fuerzas positivas como el interés y la simpatía, pero también hay negativas como el egoísmo o la envidia.

Las fuerzas inducidas: se pueden llamar fuerzas inmanentes, y las personas las ejercen hacia alguien en particular.

Las valencias: pueden ser de doble vía (propulsoras o inducidas) y pueden ser positivas o negativas, depende si las fuerzas motoras son positivas o negativas.

La empatía: es lo opuesto a simpatía, ya que empatía es actuar y pensar a favor de los intereses de los demás y no del interés propio.

2.2.6. Clases de comunicación interpersonal

Hay tres ángulos desde los cuales se considera a la comunicación interpersonal, que son: (Interiano, 2003, pp. 55-60)

Desde el punto de vista estructural.

- a) Simétrica: es la que establecen dos personas con los mismos derechos y obligaciones, entendiéndose por estos requisitos, los que les confiere su mismo estatus social.
- b) Complementaria: esta se establece por el hecho de depender de otro.

Desde el ángulo del control del proceso de la comunicación.

- a) Monopólica: tiene orientación vertical descendente, es decir, que es el comunicador el que controla la elaboración, difusión y destino del mensaje.
- b) Emergente: está controlada por los perceptores y se dirigen hacia los políticos-administrativos.
- c) Participatoria: es una comunicación en la que intervienen los comunicadores y los receptores, para encontrar soluciones a los problemas sin utilizar la fuerza y la manipulación.

Desde el punto de vista administrativo.

- a) Vertical: este proceso se da de arriba hacia abajo y viceversa.
- b) Horizontal: se da entre personas del mismo status social, nivel jerárquico.
- c) Circular: se realiza en la empresa o institución con fines no laborales.

2.2.7. Conducta o comportamiento social

El comportamiento o la conducta, “es un acto o serie de actos exteriores (externamente observables) llevados a cabo por un individuo en respuesta o por reacción a actos de otros individuos, son realizados de manera no racional”. (Gallino, 2005, p. 178).

Según Marx existen dos fenómenos en la teoría del comportamiento social, el concepto de la situación y las relaciones, explicando que las relaciones entre los individuos no son más que un comportamiento recíproco, es decir, ponerse en relación y dar respuesta. Por ejemplo, cuando existe un desacuerdo con cierto aspecto, el comportamiento será negativo o de rechazo. (Gallino, 2005).

Algunos de los elementos implicados en el comportamiento son “las emociones, los estados afectivos agradables o desagradables, las preferencias por ciertos objetos sociales o culturales, el estímulo, la motivación y el proceso de aprendizaje a través del cual se forman las preferencias del sujeto”, estos comportamientos son reforzados o extinguidos por el contexto social. (Gallino, 2005, p. 179).

La actitud está relacionada con el comportamiento en torno a objetos a los que hacen referencia. Una actitud “es una predisposición aprendida para responder coherentemente de una manera favorable o desfavorable ante un objeto, ser vivo, actividad, concepto, persona o sus símbolos”. Así, los seres humanos tienen actitudes hacia diversos objetos, símbolos, etc. (Sampieri, 2010, p. 244).

Las actitudes sólo son un indicador de la conducta, pero no la conducta en sí. Por ello, las mediciones de actitudes deben interpretarse como “síntomas” y no como “hechos”. Estas tienen diversas propiedades, entre las que destacan: dirección (positiva o negativa) e intensidad (alta o baja); estas propiedades forman parte de la medición. Los métodos más conocidos para medir por escalas las variables de actitudes son: el método de escalamiento Likert, el diferencial semántico y la escala de Guttman. (Sampieri, 2010, p. 244).

2.2.8. Barreras de la comunicación interpersonal

Son todos los factores externos que afectan el proceso de la comunicación interpersonal y que hacen que no se cumpla con el objetivo de la comunicación.

- Físicas: “son las barreras que están presentes en el ambiente, pueden ser inesperadas o no planificadas; casi siempre están fuera del control de las personas, también se consideran los prejuicios personales”. Como: calor, interrupciones de personas ajenas, ruidos molestos, sonido del celular, pérdida de señal, falta de conexión, creencias, religión, etc. (Beryl, 1982, p. 41)
- Verbal o psicológica: “cuando el hablante no se comunica adecuadamente, ya sea por uso del lenguaje inapropiado o incomprendible para el oyente o que el mensaje no sea claro al transmitirlo”, por ejemplo: problemas de garganta y disfónica, hablar rápido, mala pronunciación, nervios, etc. (Beryl, 1982, p. 41).
- Pérdida de atención: la atención depende del estado de alerta en que se encuentre una persona: relajada o casi en letargo, si no se presta atención a lo que ocurre a su alrededor. Así mismo una persona también experimenta dificultad para concentrarse si se encuentra eufórico”. (Beryl, 1982, p. 42).
- Poca comprensión: no siempre se comprende toda la información, tomando en cuenta que la emoción también afecta la comprensión. Otra barrera de la comprensión reside en la capacidad intelectual del individuo. (Beryl, 1982).
- Al recordar: “cuando un oyente trata de recordar un mensaje mientras este le es comunicado, utiliza su memoria inmediata. El acto de escuchar implica retener partes del mensaje, en tanto otras son pronunciadas, entonces al menos se necesita captar la idea general del mensaje”. (Beryl, 1982, p. 42).

Se debe tratar de superar cada una de estas barreras para lograr una comunicación efectiva y facilitar la comprensión, para esto el oyente ha de utilizar todos los indicios disponibles que lo ayuden a identificar y comprender las ideas importantes que desea comunicar el hablante.

2.3. Teléfonos Inteligentes

Son los que permiten el acceso a Internet a través de redes móviles, un ordenador o Wi-Fi. Es un dispositivo construido sobre una plataforma móvil con la capacidad de una computadora avanzada, este permite instalar una variedad de aplicaciones. Estas características trascienden el concepto teléfono y lo aproxima a la idea de una computadora de bolsillo, como resultado es una combinación de las funciones de ambos, dando mayor comodidad y compactibilidad. Permite realizar actividades diversas como lectura de código, consultar periódicos o documentos, radio digital, usar aplicaciones, envío y recepción de información, etc. (Villalba, 2012).

“Martin Cooper, es considerado el pionero de la tecnología celular, llamado “Padre de la telefonía celular” al introducir el primer radioteléfono hace 40 años (1973), en Estados Unidos, mientras trabajaba en Motorola; pero no fue hasta en 1979 que se comercializo en Tokio Japón, y luego en los años 80’s cuando los países del norte introdujeron un sistema similar a AMPS (Advanced Mobile PhoneSystem), mientras en Estados Unidos, se creó un servicio comercial de telefonía celular; y en 1983, inicio operaciones en la ciudad de Chicago”. (Ruiz Martínez, 2006, p. 25).

El primer celular en usar el término “*smartphone*” fue el Ericsson GS88, era más avanzado y tenía funciones: correo electrónico, navegación web, teclado QWERTY físico, modo avión, puerto infrarrojo, conexión a PC, etc. (Reboloso, 2005)

El teléfono inteligente, incrementa el procesamiento de datos y la conectividad gracias a la instalación de programas o aplicaciones, se interactúa con los dedos, sin necesidad de teclado físico ni ratón. (<https://sites.google.com/site/usodelossmartphone/home>)

Reynzábal y Santiuste (2006, p. 97) define que: el auge se genera porque “Los teléfonos inteligentes se caracterizan por poseer multimedia (capaces de ofrecer al usuario voz, texto, imágenes, estáticas, video, música, etc.) y ser interactivos (facilitan información en ambos sentidos: que y como quieren los contenidos)”.

En Guatemala operan 21.7 millones de líneas de telefonía móvil, según la Superintendencia de Telecomunicaciones (SIT), significa que hay más celulares que guatemaltecos, puesto que el Instituto Nacional de Estadística calcula que existen alrededor de 15 millones de habitantes. (Coronado Eddy, 2014).

La tasa de crecimiento de la telefonía móvil fue de 4% en el 2013, según la SIT. Se espera un crecimiento en el consumo de datos del 15%. Del total de líneas en uso, se calcula que los *smartphones* ocupan el 10% del mercado; es decir que, de cada cien teléfonos, 10 tienen sistemas inteligentes. (Coronado Eddy, 2014).

2.3.1. Tecnología celular

“Se estima que, para comprender la importancia de las nuevas tecnologías, en lo referente a la comunicación, se debe ofrecer una panorámica de lo que representa la tecnología celular en la sociedad de la información en la que se está inmerso y quiérase o no, es un fenómeno imparable como en su día sucedió con la Revolución Industrial”. (Reynzábal y Santiuste, 2006, p. 94)

“Junto con la tecnología, la sociedad moderna ha evolucionado, desde la sociedad industrial en la que se tiene acceso a los bienes producidos por otros, pasando por la sociedad post-industrial, para tener acceso a servicios prestados, llegando a la sociedad de la información responsable de permitir el acceso a los conocimientos generados a gran velocidad (Internet)”. (Reynzábal y Santiuste, 2006, p. 95)

Este cambio ha supuesto un impacto en la sociedad, la forma de vida, la cultura y las estructuras. Una tecnología que modifica las infraestructuras, que a su vez modifica los procesos vitales, las actitudes y valores, todos estos factores en constante interacción; esto hace que algunos sectores se queden rezagados en la adaptación a esta transformación”. (Reynzábal y Santiuste, 2006, p. 95)

Sin olvidar que tan perjudicial es el déficit como el exceso. La sociedad tiene ahora otro reto, avanzar con la tecnología sin perder lo enriquecedor del presente.

2.3.2. Evolución de la tecnología celular

La tecnología celular “es el tipo de comunicación accesible que vino a evolucionar al mundo, debido a la facilidad con la que se presta un servicio y la comodidad de tener este aparato. Pero no todo fue así desde el inicio, así como todo en la vida ha ido evolucionando, hasta llegar a la actualidad y ser un aparato inteligente y sofisticado, el cual ofrece un servicio de comunicación no importando el lugar donde se encuentre”. (Cardona, 2014, p. 13)

El uso de estos sistemas en Guatemala se remonta a principios de los 90 con la implementación del sistema AMPS, esta representa una de las más populares tecnologías de 1era generación del mundo y que se sigue usando hoy en día. Los principales operadores en Guatemala en el 2000 implementaron dos tecnologías digitales llamadas de acceso múltiple estas de la 2da generación de sistemas de telefonía móvil que se denomina por sus siglas TDMA y CDMA. (Narciso, 2000).

Es innegable que junto con Internet los celulares han pasado a ser elementos imprescindibles en la vida social de cualquier persona, y eso es porque estos fabulosos dispositivos acercan a los usuarios una gran variedad de beneficios.

“Cada vez más es mayor el número de usuarios de teléfonos móviles. Este incremento ha estado aparejando su evolución por etapas que se categorizan por generaciones”, se presentan a continuación: (Rodríguez y Hernández, 2010, p. 5).

Primera generación (1G)

“La 1G de la telefonía celular hizo su aparición en 1979, se caracterizó por ser analógica y estrictamente para voz. La calidad de los enlaces de voz era muy baja, velocidad lenta (2400 bauds), la transferencia entre celdas era muy imprecisa, tenían poca capacidad basadas en FDMA (Frequency Division Multiple Access) y la seguridad no existía. La tecnología predominante de esta generación es AMPS (Advanced Mobile Phone System)”. (Rodríguez y Hernández, 2010, p. 5).

Segunda generación (2G)

Inicio en 1990 y a diferencia de la primera se caracterizó por ser digital. El sistema 2G utiliza protocolos de codificación más sofisticados y sus sistemas de telefonía son usados en la actualidad. Las tecnologías predominantes son: GSM (Global System for Mobile Communications); IS-136 (o TIA/EIA-136 o ANSI-136) y CDMA (Code Division Multiple Access) y PDC (Personal Digital Communications), éste último utilizado en Japón. Soportan velocidades de información más altas para voz, pero limitados en comunicación de datos. Ofrecen servicios auxiliares como datos, fax y SMS (Short Message Service)". (Rodríguez y Hernández, 2010, p. 6)

Generación (2.5G)

"La tecnología 2.5G es más rápida y más económica para actualizar a 3G. Brinda características extendidas para ofrecer capacidades adicionales a la de los sistemas 2G, tales como GPRS (General Packet Radio System), HSCSD (High Speed Circuit Switched Data), EDGE (Enhanced Data Rates for Global Evolution), IS-136B, IS-95B, entre otros. Los carriers europeos y de Estados Unidos se movieron a 2.5G en el 2001. Japón fue directo de 2G a 3G también en el 2001". (Rodríguez y Hernández, 2010, p. 6)

Tercera generación (3G)

"La 3G es tipificada por la convergencia de la voz y datos con acceso inalámbrico a Internet, aplicaciones multimedia y altas transmisiones de datos. Los protocolos 3G soportan altas velocidades de información enfocados para aplicaciones más allá de la voz, tales como audio (MP3), video en movimiento, video conferencia y acceso rápido a Internet, entre otros". (Rodríguez y Hernández, 2010, p. 6).

"Los sistemas 3G alcanzan velocidades de hasta 384 Kbps, permiten movilidad total a los usuarios viajando a 120 kilómetros por hora en ambientes exteriores y velocidad limitada de 2 Mbps en movimiento a menos de 10 k/h en interiores. Las tecnologías 3G son UMTS (Universal Mobile Telephone Service), CDMA2000, IMT-2000, ARIB (3GPP), entre otras". (Rodríguez y Hernández, 2010, p. 7).

Smartphones y 4G (en desarrollo)

“La cuarta generación de teléfonos celulares, denominada 4G, se afirma en el concepto de una red de redes y un sistema de sistemas integrados totalmente, basados en el protocolo IP (Internet Protocol)”. (Villalba, 2012, p. 852)

La idea de acceder a Internet desde un teléfono celular a velocidades de 100 mbps (en movimiento) desde cualquier lugar, da lugar a quizás lo más interesante de esta tecnología. El *smartphone* ha roto el esquema de consumo de contenidos al cual se estaba acostumbrado años atrás; gracias a la velocidad de transmisión de datos que alcanza el 4G es posible consumir sin problemas videos en alta definición, música, televisión, labores del trabajo y mil cosas más. (Villalba, 2012)

2.3.3. Usos de los teléfonos inteligentes

En la actualidad tener acceso a la información es sumamente sencillo gracias a los teléfonos inteligentes, sin menospreciar las computadoras, entre otros medios de comunicación como los periódicos, la radio, la televisión que posibilitan el acceso a la información en tiempo real. (<https://sites.google.com/site/usodelossmartp...>)

Los *smartphones*, cumplen con un rol fundamental en la vida de las personas por su movilidad y accesibilidad a la información por medio de Internet, también sus aplicaciones les permiten accesibilidad por medio de Internet a redes sociales, mensajería instantánea, navegadores, información y entretenimiento. Hoy en día, la tecnología, la electrónica y el mundo digital han invadido nuestra vida cotidiana. En pocas décadas el salto tecnológico de la humanidad ha sido inaudito, cambiando nuestra relación, comunicación y entorno. (Lillo, 2015, p.121)

Las predominantes aplicaciones de los *smartphones* son las redes sociales y mensajería instantánea, dado que permiten a los jóvenes mantenerse comunicado con otras personas en cualquier momento y lugar, informándose de acontecimientos o

simplemente conversar en tiempo real, de manera casi gratuita con el acceso a Internet. (<https://sites.google.com/site/usodelossmartphone/home>).

También las aplicaciones sin uso de Internet cumplen un atractivo esencial, porque ofrecen varias herramientas necesarias como lo son reproductores de música, cámaras fotográficas y de video, calculadoras, convertidores, grabadoras de voz, correo electrónico, agenda electrónica, llamadas telefónicas, mensajes de texto, entre otras, que resultan herramientas útiles, además, de sumar el avance de la tecnología en el aspecto físico del equipo, como la incorporación de modernas pantallas multitáctiles, teclados virtuales, convirtiéndolo en un verdadero dispositivo multifunción. (<https://sites.google.com/site/usodelossmartphone/home>).

2.3.4. Internet

“La Internet también llamada la red de redes con alcance global, permite que los usuarios compartan información, esta surgió en 1969 de una red llamada ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network-Red de la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada), como un experimento del gobierno de Estados Unidos, era una red de investigación a través de computadoras lejanas para compartir información. En 1980 ARPANET dio origen a Milnet (una red para usos militares); con ambas se inició Internet”. (Reboloso, 2005, p. 51).

Internet es un fenómeno que está contribuyendo al acceso inmediato a la información; el número de usuarios en el mundo ha crecido. “Los usuarios de Internet puede dividirse en: ciudadanos, empresas y administración pública. El acceso a la información se produce a través de tres elementos, pone en contacto al usuario con los contenidos: los terminales, las redes y los servidores”. (Reynzábal y Santiuste, 2006, p. 97).

“Los terminales son los teléfonos celulares, el PC y el televisor. Las redes de acceso son el GSM (Global System Mobile), el par de cobre y el cable coaxial que, junto con las redes de transporte, forman las redes y conectan con los servidores, que son quienes contienen la información”. (Reynzábal y Santiuste, 2006, p. 97)

En un espacio virtual en el que no se desenvuelven todos los ciudadanos con igual soltura; los conceptos, espacio y tiempo se modifican y se cambia de lo real a lo virtual. Por las actitudes, el anonimato, la rapidez, la intimidad, el fraude de bases de datos, contenidos nocivos, etc. (Reynzábal y Santiuste, 2006).

Los usos de la Internet pueden ser:

Comerciales

Las empresas buscan nuevos caminos para la venta de sus productos, es así como inundan la Internet con anuncios. En la actualidad utilizan aplicaciones, redes sociales, páginas webs, blogs o fanpages, etc. (Reboloso, 2005, p. 54)

Entretenimiento

Uno de los aspectos más relevantes del uso de la red es el entretenimiento. Ha tenido tal éxito que existe un florecimiento de juegos online, aplicaciones, redes sociales a la que muchos de los usuarios entran en línea simplemente con el afán de buscar personas con quienes divertirse e interactuar. (Reboloso, 2005, p. 55)

Políticos

Internet brinda un acercamiento de los partidos hacia los ciudadanos y es una nueva vía de contacto de las demandas de los ciudadanos a la política y a la movilización social. Gracias a Internet y a las redes sociales, la interacción con los usuarios, contenidos, comentarios u opiniones es en tiempo real. (Reboloso, 2005)

Educativos

Este es probablemente uno de los aspectos más interesantes de la red. Con el apoyo de instituciones de educación superior, organismos internacionales y gobiernos, la red de redes ha sido beneficiada en cuanto a la creación de bases de datos públicas, el acceso a bibliotecas virtuales, centros de investigación y universidades a través de Internet. (Reboloso, 2005, p. 55)

2.3.4.1. Herramientas de Internet

Internet dispone de numerosas herramientas con las que pueden llevarse a cabo diferentes funciones como comunicación interpersonal, gestiones administrativas, búsqueda de información, adquisición de conocimientos y destrezas, pasar el tiempo, divertirse, etc. A continuación, se destacan algunas de las herramientas más características de Internet, a la fecha: (Chóliz y Marco, 2012, p. 23)

- Blogs: son pequeñas páginas web con las que se expresa información personal u opiniones sobre diversos temas.
- Chats: permite mantener conversaciones simultáneas en tiempo real, por escrito, audio, webcam, conferencias multimedia o pantalla compartida.
- Correo electrónico: es un sistema de correo digital. Los mensajes quedan almacenados en un servidor y se pueden descargar desde cualquier medio conectado a la red.
- Espacios: son portales personales que combinan varios servicios (blog, chat, foros, correo, fotos, videos, etc.)
- Foros: son grupos de discusión online que suelen estar coordinados por una persona que lo gestiona.
- Intercambio de archivos: consiste en compartir o distribuir archivos digitales mediante protocolos como el sistema P2P, que permite que dos ordenadores puedan compartir e intercambiar archivos de forma directa.
- Lista de distribución: se trata de un grupo de personas que comparten y discuten temas de intereses específicos (científicos, artísticos, etc.).

- Messenger: es muy parecido al chat, pero los participantes están identificados, con lo que no hay desconocimiento de identidad, ni anonimato.
- Redes sociales: permiten localizar a personas que forman parte de la red, invitar a otras y extender la relación con las personas con las que el invitado ya tenga contacto, son plataformas con una gran variedad de características y herramientas para interactuar con otras personas.
- Transferencia de archivos: consiste en transferir ficheros a un servidor por medio del protocolo FTP, de forma que otras personas que estén autorizadas puedan acceder y descargarlos. También se usa para subir archivos a la web.
- Wikis: son un grupo de páginas web que están enlazadas mediante un hipertexto y cuya característica principal es que su edición es colectiva.

2.3.4.2. Ventajas y desventajas de Internet

La Internet se ha convertido para algunos en una herramienta indispensable en su vida profesional, social y personal. Son cada vez más los usuarios que interactúan en las redes sociales ya sea en el campo social o personal. En Latinoamérica, el 61% de los usuarios de Internet, tienen al menos una red social y hay un alto porcentaje de estas personas que no sólo accede a ellas a través de su computador, sino a través de los *smartphone* o tableta electrónica. (Núñez, 2005).

Ventajas

Actualmente es difícil concebir la sociedad sin Internet. Solo se describirán las ventajas relacionadas con el tema: (Chóliz y Marco, 2012)

- Flexibilidad, acceso e inmediatez a la información en cualquier hora del día.
- Almacenamiento ilimitado y acceso instantáneo
- Masificación de contenido e interacción con la comunidad
- Se eliminan las barreras de tiempo y espacio
- Estimular una nueva forma de aprendizaje (ayudas didácticas)
- Interdisciplinaria y personalización de la información
- Mayor contacto con personas con preferencias afines a un tema

- Creación de grupos a través de las redes sociales y aplicaciones.
- Audiencia instantánea, por la gran cantidad de personas que usan la red.

Desventajas

Una herramienta tan poderosa no podría estar exenta de problemas, sobre todo si se usa de forma inapropiada, algunas de las desventajas: (Chóliz y Marco, 2012)

- Pérdida de la privacidad y sedentarismo
- Falta de veracidad de información, virus informáticos y Spam
- El uso de Internet en exceso, alto grado de dependencia y adicción.
- Menos comunicación entre las familias a causa de su uso excesivo

Gracias a Internet las nuevas tecnologías han evolucionado en gran medida y prueba de esto es el auge que han tenido los teléfonos inteligentes debido a las nuevas características que estos poseen, como por ejemplo el uso de las aplicaciones y redes sociales, las cuales se describirán a continuación.

2.3.5. Redes sociales

Son formas de interacción social que se caracterizan por el dinamismo de su comunicación. “En ellas la comunicación entre personas, grupos o instituciones se produce en forma horizontal (receptor y emisor en igualdad jerárquica) y dinámica”. El conocimiento de los tipos de redes y usuarios sirve para entender mejor las nuevas necesidades comunicativas de las personas y permite un mayor acercamiento al fenómeno de las redes sociales. (Villalba, 2012, p. 785)

Entonces una red social se puede representar en forma de uno o varios grafos en el cual los nodos representan individuos (actores) y las aristas relaciones entre ellos. Además, una red social proporciona interacción con miles de personas en tiempo real, es un sistema global basado en la estructura social de George Simmel

Una red social puede clasificarse de la siguiente manera:

Analógicas - redes sociales offline: se realiza sin mediación de aparatos o sistemas electrónicos, un ejemplo puede ser el matrimonio, negocios, etc.

Digitales - redes sociales online: sus orígenes se dieron en sistemas electrónicos y dependen de la tecnología de Internet. (Villalba, 2012).

2.3.5.1. Redes sociales offline

“En la comunicación el número de personas varia, a veces dos personas que se hablan mutuamente y en otras ocasiones, un individuo le habla a un grupo, o se dirige a una audiencia o por medio de la televisión, a un país entero. La duración del encuentro varía: puede consistir en una interacción apresurada como al comprar un boleto de autobús, o al saludar con un movimiento de mano, mientras otros se extienden por largos periodos de tiempo”. (Beryl, 1982, p. 24).

Habitualmente se supone que la comunicación ocurre frente a frente, cuando cada uno puede ver al otro y es cuando todos los presentes pueden comunicarse entre sí. “En este tipo de encuentros, se incluye reuniones y conversaciones, cada participante no solo puede ver a los demás sino también, tocar a cada uno de ellos”.(Beryl, 1982, p. 24)

- Tipos de redes sociales offline (encuentros)

“En las figuras que siguen, las personas están representadas por círculos y el flujo de comunicación por una flecha”. (Beryl, 1982, p. 25)



Figura 3, elaboración propia en base a: (Beryl, 1982, p. 25)

“Las personas A y B están en conversación mutua. Cada una de ellas puede ver a la otra, observar sus reacciones y responder a la comunicación hablada y no hablada de la otra persona”. (Beryl, 1982, p. 25)

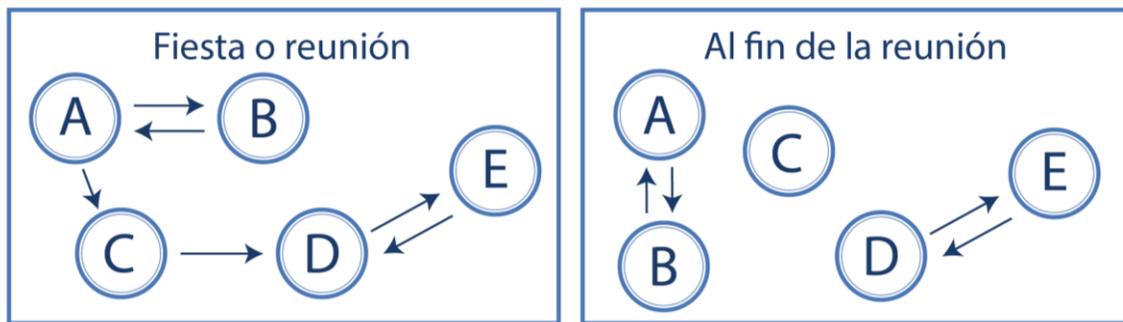


Figura 4, elaboración propia en base a: (Beryl, 1982, p. 26)

“En la reunión o fiesta representada en la figura anterior, los asistentes no les es posible mantener una conversación frente a frente con cada uno de los otros al mismo tiempo. Este encuentro consiste en una comunicación directa entre personas que tienen la posibilidad de interactuar y por ello hay una posibilidad de que al finalizar la fiesta, el esquema de comunicación se parezca a una de las dos figuras”. (Beryl, 1982, p. 26).

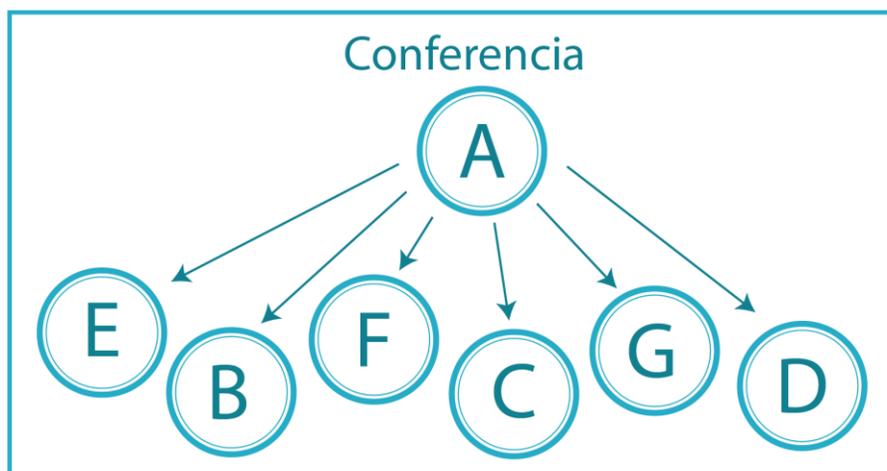


Figura 5, elaboración propia en base a: (Beryl, 1982, p. 27)

“En una conferencia, el conferente y la audiencia están reunidos al mismo tiempo y en el mismo lugar. La comunicación es directa, pero unilateral. Alguien habla durante la totalidad del tiempo, sin responder a las reacciones de la audiencia, excepto en algunos casos, como se observa en la figura”. (Beryl, 1982, p. 26)

“En encuentros de tipo conferencia la charla transcurre en una sola dirección; sin embargo, otros aspectos pueden afectar a la audiencia y ello aparece más efectivamente ilustrado cuando se considera una ceremonia”. (Beryl, 1982, p. 27)



Figura 6, elaboración propia en base a: (Beryl, 1982, p. 27)

Un cuarto tipo de encuentro es la conversación telefónica, no se produce frente a frente, sino que es indirecto. La comunicación se logra por medio de un medio o canal constituido por un aparato. Pero igual puede darse una interacción mutua. Quien llama se identifica e identifica a quien está hablando. Escuchar un contestador automático no es un encuentro interactivo. “En la figura, la naturaleza indirecta de la comunicación se muestra con un par de paralelas quebradas (- - - - -) que son el medio. Las flechas con líneas de puntos (—•••••>) significan la pérdida de información”. (Beryl, 1982, p. 27)

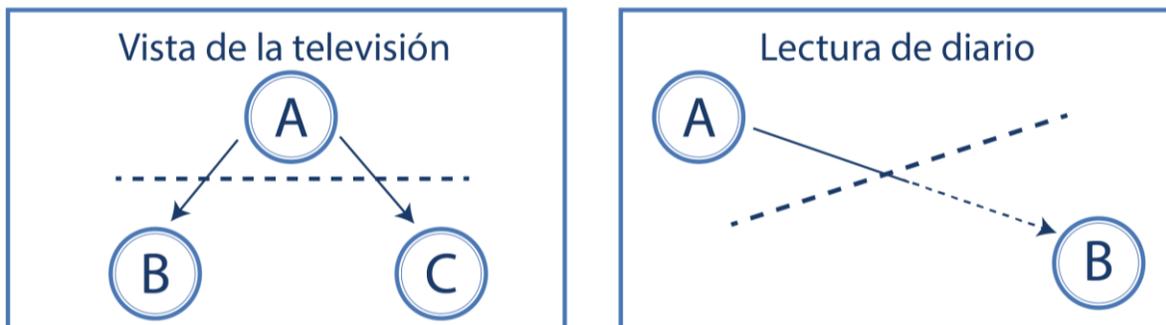


Figura 7, elaboración propia en base a: (Beryl, 1982, p. 27)

“Algunos ejemplos de encuentros indirectos que no implican interacción son los programas televisivos, los diarios y las fotografías o los filmes. La comunicación de masas se produce a través de un canal constituido por los medios, estos llegan al oyente y lector indirectamente, por un canal que inevitablemente empobrece al mensaje original. Y el mismo canal bloquea cierta información”. (Beryl, 1982, p. 28).

“Los encuentros que implican un medio, como la televisión o la imprenta, difieren de la conversación telefónica por la falta de interacción entre personas. Por ejemplo el editorial de un diario no se ve afectado por los comentarios del lector. Por supuesto, en

la televisión o radio hay intentos de interacción con los “llamados del televidente o radioescucha” interactuando a través del medio”. (Beryl, 1982, p. 29)

La importancia de conversar

La conversación permite proyectar mucho de la persona y a la vez conocer esos aspectos de los demás: carácter, cultura, conocimientos, costumbres, estado de ánimo. Es por eso que se debe cuidar y cultivarla. (McCloskey, 2001, p. 152)

Antes los tiempos de conversación eran amplios y gentiles donde se mezclaban con locuacidad temas de arte y política con la cotidianidad de la vida familiar. “Muchos dicen que los medios electrónicos han mutilado la capacidad de conversar, pero todo depende de cómo se utilicen esos medios y así poder aumentar la capacidad de conversación”. (McCloskey, 2001, p. 152)

En una conversación es tan importante saber hablar como saber escuchar.

2.3.5.2. Redes sociales Online

En la actualidad las redes sociales son las herramientas de Internet más utilizadas por los jóvenes y adolescentes. La posibilidad de establecer contacto con grupos de personas y de ampliar el círculo social de comunicación, compartir experiencias e información o simplemente saber algo de ellos, es lo que ha hecho que las redes hayan mostrado un auge espectacular en pocos años. (Chóliz y Marco, 2012, p.31)

Un estudio revela que los usuarios compatibilizan el uso de las redes sociales con casi cualquier actividad, desde ver la televisión o trabajar hasta ir de compras, hacer deporte o conducir. (Rivera Patricia, 2014)

Los *smartphones* han intensificado la actividad digital, especialmente en la utilización de las redes sociales. Los móviles han abierto la posibilidad de poder conectarse casi desde cualquier lugar con los amigos, familiares o colegas para compartir opiniones,

fotos, comentarios o seguir su actividad; potenciando la popularidad de las plataformas. Un estudio de Nielsen (US) en el 2012, muestra que el acceso a las redes sociales desde el móvil aumentó un 63% mundialmente. (Rivera Patricia, 2014)

Rivera Patricia (2014) indica que existe un nuevo consumidor hiper-conectado también se caracteriza por ser multitarea. En general usan el teléfono inteligente mientras ven la televisión, viajan, hacen deporte o trabajan. Según un estudio realizado, un 83,7% de estos usuarios multitarea participa en Facebook cuando ven la tele, siendo el porcentaje del 66,9 en el caso de Twitter.

Facebook también es la favorita a la hora de viajar y de trabajar. Un 70,6% y un 65,1%, respectivamente, de los usuarios de *smartphones* la usan. En el caso de Twitter, la utilización es de algo más de la mitad tanto en la oficina como en el mundo. Entre las actividades menos recomendables que se compatibilizan con el uso del celular está la conducción. Así, un 19% de los usuarios accede a Facebook mientras está al volante y un 15,1% a Twitter. (Rivera Patricia, 2014)

La utilización también depende del género. Las mujeres utilizan las redes sociales desde el *smartphone* cuando ven la televisión, viajan, hacen deporte o están de compras; mientras que los hombres prefieren entretenerse en Facebook y Twitter cuando trabajan, toman unas copas o están en el baño. (Rivera Patricia, 2014)

Las redes sociales ya no son un tema nuevo. Con más de 1,400 millones de usuarios en Facebook y 288 millones de personas en Twitter, en Guatemala. (Prensa Libre, 2016).

El adictivo de las redes sociales es por la interactividad. El internauta deja de ser un simple receptor o buscador de información para convertirse en agente activo en el proceso de comunicación y las redes sociales consisten en una estructura que integra las funciones, herramientas útiles y atractivas de la red. (Chóliz y Marco, 2012, p. 32).

2.3.5.3. Tipos de usuarios de las redes sociales online

La necesidad de comprender el impacto comunicativo de las redes sociales ha generado numerosas interpretaciones acerca de la personalidad que presentan los usuarios en función de su conducta online y su tipología. (Villalba, 2012, p. 797).

Activos: participan de forma energética en las diferentes redes sociales.

Aduladores: en Facebook les gusta todos y en Twitter retuitean.

Afectivos: intervienen en la red manifestando afecto a sus amistades.

Aplicadictos: prueban todos los tipos de aplicaciones que encuentran.

Autorreferenciales: publican todo lo que tenga que ver con una valoración positiva de su ego, en ocasiones exageran.

Bebé-obsesivos: padres que presumen de sus hijos en la red.

Boicoteadores: polemizan metódicamente sobre cualquier tema en la red.

Colaboradores: poseen conciencia social y apuestan por las creaciones y logros.

Coleccionistas: tienen suscripciones y son aficionados a los *rankings* webs.

Comentaristas: comentan la mayoría de los contenidos que ven.

Conectores: informan de todo lo que les parece interesante en la red.

Chismosos: solo les interesa información relacionada a chismes.

Creadores: generan numerosos contenidos.

Esencialistas: utilizan la red solo para comunicarse con familiares y amigos.

Espectadores: consumen, pero no generan ningún tipo de contenido online.

Hiperconectados: adictos a las redes sociales.

Líderes de opinión: generan contenidos e interacciones, poseen identidad.

Netrepreneurs: usan las redes solo para generar lucro.

Pasivos: se mantienen en el anonimato, también llamados fantasmas.

2.3.5.4. Uso adecuado de las redes sociales Online

Las redes sociales son muy útiles, pero no son imprescindibles por ello se deben usar para obtener el máximo rendimiento de ellas sin depender de las mismas. (Chóliz y Marco, 2012, p. 176).

- No es adecuado usar las redes sociales para evitar el aburrimiento o estados emocionales negativos.
- No es adecuado usar las redes sociales para sustituir las relaciones cara a cara con otras personas.
- Hay temas que no es adecuado hablar o tratar a través de las redes sociales y datos personales e íntimos que es mejor no revelar.
- No tiene ningún sentido conectarse sin saber para que: esta navegación sin rumbo suele desencadenar naufragios.
- Consultar las redes sociales con cierta periodicidad, no conectándose con mucha frecuencia. Establece un momento del día y hazlo solo entonces.
- No es adecuado dedicarle demasiado tiempo al teléfono celular, ni a Internet o específicamente a las redes sociales, el tiempo debe ser limitado.
- Mensajes en el muro, privados, comentarios...: solamente hay que enviar los mensajes necesarios.
- No es adecuado que el uso de redes sociales interfiera en tus relaciones interpersonales, ni en tus estudios, trabajo, no permitas que las redes te aíslen del mundo.
- Nunca use las redes sociales si esto te va a quitar horas de sueño, es necesario descansar por la noche.

2.3.6. Aplicaciones (Apps)

Las Apps (viene de applications, en inglés) son el software instalable en teléfonos móviles inteligentes o *smartphones*. Ejemplos de apps son Whatsapp, Telegram, Viber entre otras, utilizadas para chatear, sustituyendo a los mensajes de texto. Debido a ello, muchas personas tienen dependencia de estos aparatos, de manera que necesitan llevarlos siempre con ellos. (Inés, 2013)

- Hay 22 millones de usuarios activos de aplicaciones aproximadamente, es decir, frecuentemente las utilizan o descargan otras nuevas.

- Tuenti es la segunda app en España más descargada en teléfonos que utilizan el sistema operativo Android.
- Whatsapp es una de las aplicaciones más populares a nivel mundial.

Entre los millones de usuarios de apps se encuentran muchos jóvenes, que también utilizan las redes sociales desde sus móviles. Muchas aplicaciones a través de la publicidad se posicionan en la mente de las personas e intentan remplazar la comunicación hablada y sus matices de voz, sus tonos y su intención. Analizando un poco más, se ve que después de la negación de lo natural, llamar, surgen ideas de cómo utilizar el móvil, un ejemplo de esto es hacer una foto superflua o trivial y compartirla en la red social, entre otros. (Inés, 2013)

Algunas pistas sobre qué uso promueven algunas redes sociales:

- En lo que expresa: compartir con amigos algo que dice poco o nada de la persona. Aquí se profundiza en cómo esta asociación cambia lo que es compartir con amigos, en un proceso de deconstrucción del lenguaje.
- En lo que omite: si comparto con amigos detalles superfluos o triviales de la vida, ¿cuándo se compartirá lo que realmente necesito y quiero expresar, lo que quiere salir de mi interior y busca encontrarse con el otro? (Inés, 2013).

En ocasiones, compartir significa usar alguna red social o aplicación para comunicar, pero a pesar de que las Apps tienen muchos beneficios para las personas porque logran mayor interactividad y acortan distancias, no se debe olvidar que esta también afecta la comunicación interpersonal y hacen que se deje por un lado la esencia y la importancia de la comunicación personal, que no puede ser remplazada por ningún tipo de aparato tecnológico como lo son los *smartphones*.

2.3.7. Las principales redes sociales y aplicaciones

Existen una infinidad de aplicaciones, pero se mencionarán solo las más usadas y con mayor auge actualmente.

Facebook

En la actualidad es la red social más exitosa, conocida y popular de Internet. Herramienta social para conectar personas, descubrir y crear nuevas amistades, subir fotos y compartir vínculos de páginas externas y videos. (NorfiPC, 2015)

YouTube

Es un sitio de almacenaje gratuito en la red, donde es posible subir para compartir, ver, comentar, buscar y descargar videos. Es uno más de los varios servicios que ofrece Google. Es muy popular gracias a la posibilidad de alojar vídeos personales de forma sencilla. Posee una gran variedad de clips de películas, programas de televisión y vídeos musicales. (NorfiPC, 2015)

Google+

Brinda facilidades para crear redes de amigos y organizarlos en los llamados círculos. Posibilita subir contenido para compartir de forma sencilla, entre otras características. (NorfiPC, 2015)

Line

Aplicación japonesa para mensajería en móviles. Ofrece funcionalidades como las llamadas telefónicas, una gran cantidad de emoticonos, tomar fotografías y permite editar fotos e introducir stickers o bocadillos con mensajes. (NorfiPC, 2015)

Instagram

Permite publicar, editar, retocar y agregarle efectos a las fotos y videos tomados con los celulares, facilita compartirlas en las redes sociales; es posible navegar y explorar las fotos de otros usuarios registrados, es una red social. (NorfiPC, 2015)

WhatsApp

Es una aplicación de mensajería que permite enviar y recibir mensajes sin pagar. Además de la mensajería básica, los usuarios pueden crear grupos, y enviar un número ilimitado de imágenes, vídeos y mensajes de audio. (NorfiPC, 2015)

Twitter

Es una red social de microblogging, es decir es una red para publicar, compartir, intercambiar, información, mediante breves comentarios en formato de texto, con un máximo de 140 caracteres, llamados Tweets, que se muestran en la página principal del usuario. Es la plataforma de comunicación en tiempo real, más importante que existe en la actualidad. (NorfiPC, 2015)

LinkedIn

Es una red orientada a los negocios y para compartir en el ámbito profesional. Están representadas en ella la gran mayoría de las empresas de más de 200 países. Indispensable para la promoción profesional y muy útil para buscar y compartir información técnica y científica. (NorfiPC, 2015)

Pinterest

Actualmente es la tercera red social más visitada en EEUU, detrás de Facebook y Twitter. Fue seleccionada entre las 50 mejores del 2011 y fue galardonada con un premio Webby, por ser "La Mejor Aplicación de Social Media". Permite compartir, encontrar y organizar colecciones de imágenes o videos. (NorfiPC, 2015)

2.3.8. Adicciones a los teléfonos inteligentes

El problema se presenta cuando las personas son completamente dependientes a la conectividad de su celular y a Internet, pueden tener síntomas de angustia, ansiedad y violencia, si no tienen el celular cerca de ellos, además de generar alteraciones cerebrales similares a las de la adicción al alcohol y drogas, uno de los indicios es cuando alguien no puede abandonar el uso compulsivo del celular y esto deteriora los lazos sociales de la persona. (Morales y Fayer, 2012)

La tecnología de los celulares ha cambiado el estilo de vida de adultos, jóvenes y niños, esta tecnología tiene el propósito de facilitar la vida, pero el problema que se presenta es que, en lugar de tener comunicación personal o contacto personal, éste es por medio de la tecnología móvil, despersonalizando la comunicación y aislando al individuo del entorno. (Morales y Fayer, 2012)

Los jóvenes también son influenciados por el entorno social en donde son presionados para tener un celular y en muchos casos incluso por marcas o modelos con algunas características especiales, también el ambiente educativo ha llevado a los jóvenes al uso excesivo de la tecnología móvil ya que por este medio transmiten la información y facilita su acceso. (<https://sites.google.com/site/uso...>)

La tecnología usada correctamente, puede tener muchas utilidades, tanto educativas como comunicativas, e incluso acercan a los amigos y/o familiares que se encuentran en otro lugar, sin embargo, si la tecnología no es bien utilizada, puede ocasionar aislamiento, falta de comunicación, etc. (Morales y Fayer, 2012)

“Las redes sociales no están exentas de peligros. Si bien constituyen una minoría, no deja de ser preocupante que el 3% o el 6% de los jóvenes hagan uso abusivo de Internet y especialmente, de las redes sociales a través de sus teléfonos inteligentes”. Depende del uso, puede ser algo positivo o algo perjudicial para los jóvenes. En casos problemáticos hay personas que no pueden vivir sin Internet y se convierten en prisioneros de la Red. (Echeburúa y Requesens, 2012, p. 49)

“Estar *“enganchado a Internet”* o a algún aparato como los teléfonos celulares pueden actuar como una droga estimulante que produce cambios fisiológicos en el cerebro que implican el aumento de la dopamina y de otros neurotransmisores vinculados al circuito del placer”. (Echeburúa y Requesens, 2012, p. 51)

El uso de estos dispositivos sirve para alterar el estado de ánimo y la conciencia, puede producir un subidón similar al generado por la cocaína. Para algunas personas, el abuso de las nuevas tecnologías es tal que su privación puede causarles síntomas de abstinencia, como por ejemplo un humor depresivo, irritabilidad, inquietud psicomotriz, deterioro en la concentración y trastornos del sueño. Llegados a este punto, los jóvenes tienen la necesidad imperiosa de usar la red o Internet a costa de lo que sea. (Echeburúa y Requesens, 2012)

Los principales factores que parecen fomentar las cualidades adictivas a los teléfonos inteligentes son los siguientes: la facilidad de acceso a Internet, la disponibilidad (la Red está siempre disponible), la falta de límites, la experiencia de la distorsión del tiempo mientras se está conectado, la percepción de anonimato y un sentimiento de desinhibición (la capacidad de representar diferentes roles o de revelar aspectos incómodos u ocultos de uno mismo), así como un coste relativamente bajo. (Echeburúa y Requesens, 2012, p. 51)

Los principales síntomas de la adicción a las nuevas tecnologías son los siguientes: (Chóliz y Marco, 2012, p. 36)

- Pérdida de control sobre el uso Internet por medio del teléfono celular.
- Malestar clínicamente significativo ante la imposibilidad de tener el celular.
- Empleo de excesivo tiempo en actividades relacionadas con el celular.
- Se dejan de hacer otras actividades por conectarse a Internet.
- Se usa el teléfono celular de forma excesiva a pesar de saber que le perjudica, económicamente, familiares, sociales, académicos, legales, etc.
- No poder dejar de ver la pantalla del teléfono celular, aunque se esté realizando otras actividades como comer, caminar, entre otras.

2.3.9. Hipótesis sociales

Las comunidades existen desde el origen del ser humano, pero hasta ahora ha alcanzado un mayor grado de popularidad con las redes sociales en Internet. La sabiduría colectiva, análisis de redes sociales y la teoría de los seis grados de separación son las tres hipótesis más influyentes.

Teoría de los seis grados de separación

Esta teoría pretende demostrar un dicho común que dice: el mundo es un pañuelo. “En 1930, el escritor húngaro Frigyes Karinthy planteó la hipótesis de que cualquier persona podía comunicarse con otra a través de una cadena de 5 contactos en solo 6 enlaces”, es decir que basta con un número pequeño de enlaces para que los conocidos sean la población humana. (Villalba, 2012, p.788)

Según la teoría, cada persona conoce como media, entre amigos y familiares a unas 100 personas (1° nivel), si cada uno de esos amigos o conocidos se relaciona con otras 100 personas, cada individuo puede llegar a 10 000 personas (2° nivel) sólo con decirle a cada uno que pase el mensaje con sus amigos, al final se podría llegar a 1 trillón de personas en 5 contactos (6° nivel). (Villalba, 2012)

2.3.9.1. Cibercultura – Aldea global

El ciberespacio y la cibercultura al igual que la globalización son definidos de diferentes maneras en distintos contextos y con variados propósitos, el ciberespacio es definido como “la geografía virtual creada por computadoras y redes”, la cibercultura es invasiones inusuales de adolescentes que actúan en fantasías de “Neuromancer”, invención de identidades en línea a través de comunidades virtuales. (González, 2003).

La cibercultura disminuye el aislamiento de las personas con pocos recursos, los cuales quedan en una brecha digital y así pueden comunicarse con el mundo entero a través de Internet. Un 5% de la población mundial posee el 1,5% de las líneas telefónicas y el 20% más rico controla un 74% de ellas. (González, 2003).

2.4. Usos adecuados de los teléfonos inteligentes

Hay un interés creciente por establecer unas normas de buenas prácticas en el uso de las nuevas tecnologías, aquí incluidos los teléfonos inteligentes. Actualmente se estudia los límites de edad, el tipo de tecnología y la cantidad de tiempo diario invertido. (Echeburúa y Requesens, 2012, p. 147)

En la mayoría de los casos, los resultados demuestran que los menores y los adolescentes son los más propensos a usar de forma inadecuada las nuevas tecnologías. Los jóvenes pasan cada vez más tiempo frente a las pantallas de sus teléfonos, estudios prueban que los menores españoles están conectados a Internet durante más de 2 horas diarias y ven la televisión otras 3.5 horas. (Echeburúa y Requesens, 2012, p. 147)

Según la Academia Americana de Pediatría, los padres deberían evitar que sus hijos utilicen estos aparatos visuales antes de llegar a la edad en que tengan una madurez adecuada. Se recomienda que en menores se controlen los horarios de exposición a las nuevas tecnologías debido a que son edades cruciales en su desarrollo y que a partir de los trece años se podrían ampliar hasta tres horas diarias de exposición a Internet, televisión, teléfonos inteligentes y consolas de videojuegos y estar siempre bajo supervisión. (Echeburúa y Requesens, 2012)

Gracias a los teléfonos inteligentes las personas pueden comunicarse por voz, tienen acceso a las redes sociales, a Internet, en fin, es como tener el mundo en las manos. Sin embargo, han surgido ciertas actitudes como son la pérdida de modales de muchas personas al hacer uso de su teléfono inteligente. Tanto que, si el teléfono timbra, recibe una alerta de chat o notificación de alguna aplicación, se interrumpe cualquier conversación por muy importante que sea y el interlocutor pasa a un segundo plano. (Moreno Miranda, 2012).

Es comprensible que haya personas que estudian y trabajan, que tienen hijos y deben estar siempre pendientes al aparato. El problema aparece cuando caen en la “Nomofobia”, o miedo de dejar el *smartphone* en casa. (Moreno Miranda, 2012).

Las personas se han habituado al uso diario de los teléfonos inteligentes, ya sea para asuntos personales, profesionales o en emergencias. Pero no se debe olvidar usarlo con propiedad para hacer más grata la convivencia con las personas que están alrededor.

“Se vive una vida tan agitada que cualquier cosa que alivie las presiones se convierte en una necesidad”. Por esto actualmente el “móvil” es indispensable porque facilita el acceso al mundo. Se ve en el cine, el hospital, el banco, la calle, etc. “su ubicuidad, es lo que lo hace tan indiscreto y por eso lo utilizan para publicar toda clase de asuntos sin importar su privacidad”. (McCloskey, 2001, p. 188).

Otros datos de usos más comunes del celular. (Protocolo.org-Protocolo & etiqueta)

- Un 81% de los usuarios de un *smartphone* lo usa para conectarse a Internet.
- Un 48% de las personas utiliza los *smartphones* en el horario de la comida.
- Un 40% los utiliza mientras socializa.
- Un 13% los utiliza mientras charla o platica con otras personas.
- El 77% lo usa para revisar los motores de búsqueda.
- El 68% los utiliza para descargar cosas.
- El 24% lo usan para buscar información de negocios en Internet.

Los celulares inteligentes tienden a incomunicar, ya que al usarlos para hablar con alguien que está a distancia, a veces se pierde el contacto con quienes se encuentran más cerca. Para poder controlar esta situación se debe tomar conciencia y revisar las verdaderas necesidades de uso. Al mismo tiempo es bueno que se establezcan momentos en los cuales no se use el aparato, por ejemplo, en una reunión, en horas de clase, etc.

2.4.1. Etiqueta

“Son el conjunto de normas que se deben seguir para actuar en situaciones de carácter formal y en ocasiones cuya solemnidad no permite la familiaridad ni la confianza. Por extensión se llamará etiqueta al conjunto de normas que rigen la conducta social y profesional y que permiten hablar, compartir y hacer negocios de una manera cómoda y fluida. Son convenciones, reglas que se han inventado para hacer más fácil el proceso de la convivencia y que en su mayoría se apoyan, o deberían apoyarse, en el sentido común, es decir, en el buen juicio natural de las personas”. (McCloskey, 2001, p. 5)

“El núcleo de la etiqueta son los buenos modales, lo que se ha establecido como el modo correcto de hacer las cosas, se actuar sin ofender a las demás personas con gestos, palabras, actitudes o apariencia personal. Algo como dar las gracias o ayudar a una persona mayor a cruzar la calle, son cosas que distinguen a una persona por sus buenos modales. No cuesta absolutamente nada y cuando se hacen con sinceridad, dan gran satisfacción y utilidad”. (McCloskey, 2001, p. 6)

2.4.1.1. Etiqueta al usar el teléfono celular

Desde que Alexander Graham Bell invento el teléfono en 1876, se ha disfrutado uno de los más maravillosos medios de comunicación que es posible imaginar. Este aparato ha sufrido desde entonces múltiples cambios tecnológicos que le han dado un alto grado de efectividad. (McCloskey, 2001, p. 178)

En el campo profesional, el uso correcto del teléfono tiene una importancia incalculable. Se oye, pero no se ve a la persona con quien se habla y es por medio de su voz y el modo de expresarse, que se forma una opinión sobre esa persona o empresa a la que se representa. Aquí debe tener mucha conciencia de lo que decir y como lo decirlo, de la voz, la entonación, la dicción y la claridad de la expresión. (McCloskey, 2001: p. 178)

Se mencionarán algunas normas de cómo hacer llamadas correctamente (McCloskey, 2001, p. 179):

- Siempre salude y diga su nombre.
- Hable lenta y claramente, sin afectación, con cortesía y discreción.
- Trate a todas las personas desconocidas o de mayor jerarquía de usted y señor tal o señora tal.
- Vuelva a identificarse al conectarse con la persona que ha solicitado.
- Si la conversación telefónica va a ser larga, infórmelo así a la otra persona para que decida si tiene tiempo disponible en esos momentos.
- Si llama a un número equivocado, no cuelgue, acepte su error y discúlpese. El que contesta debe aceptar la explicación con cortesía diciendo algo como no se preocupe, eso le pasa a todos.
- Las llamadas personales no se deben hacer ni recibir desde la oficina o en reuniones, y deben ser breves.
- Si se interrumpe una llamada, el que llamo debe volver a comunicarse. Sin embargo, si el que recibió la llamada la corto inadvertidamente, es el quien debe llamar y ofrecer por su falla.

2.4.2. Recomendaciones de seguridad con el uso de las aplicaciones de los Teléfonos Inteligentes. (Echeburúa y Requesens, 2012, p. 152-155)

Se debe tener presente el objetivo por el que se conecta a Internet y fijar un tiempo de uso, si lo hace sin ningún objetivo, puedes pasar horas y horas de un enlace a otro y dejar de lado sus actividades provechosas, por esto se presentan algunas recomendaciones:

1. *Haz caso solo de la información que estés buscando, sin distraerte con otras. Fija un tiempo de uso del teléfono y navegación de Internet.*
2. *No creas todo lo que veas en Internet; hay mucha información falsa y errónea.*
Cualquier persona con escasos conocimientos de informática puede crear una página web. Debe ser crítico a la hora de seleccionar la información.
3. *Utiliza cuentas de correo gratuitas, porque requieren pocos datos personales.*
Evite usar tu nombre, apellido o fecha de nacimiento en tu dirección de correo, recuerda que entre menos datos personales escribas en la red, mejor.
4. *No respondas a mensajes o mails en los que te amenacen o te digan cosas que te hagan sentir mal.* Cuéntale a tus padres, para solucionarlo.
5. *Cuando reenvíes mails, escribe las direcciones con copia oculta (CCO) para no revelarlas.* Recuerda borrar las direcciones anteriores si aparecen en el mensaje, debes proteger tu dirección de correo y la de tus amigos.
6. *Piensa bien las cosas que publicas en las páginas de redes sociales, ya que cualquier persona puede ver esa información.* Usa los filtros de privacidad.
7. *Amigos: acepta solo a aquellos que lo sean de verdad y no hables en los chats con desconocidos.*
8. *No des información personal a desconocidos, ni la publiques en redes sociales o blogs y también protege la intimidad y privacidad de tus amigos.* Antes de publicar o etiquetar una foto en la que aparezcan tus amigos, pídeles permiso.
9. *No permitas a nadie en Internet cosas que no les permitas a tus amigos.*
10. *Si te conectas a la Red en un sitio público, cuida al máximo tus contraseñas.*
Elige la opción no guardar contraseñas.

2.4.3. Sugerencias para el uso adecuado de la telefonía celular

Se enumerarán una serie de sugerencias para el uso adecuado de los teléfonos inteligentes partiendo de las consideraciones generales de que no siempre son tan necesarios como se suele pensar. (McCloskey, 2001; de la Torre, 2003; Protocolo.org - Protocolo & etiqueta).

1. No exceder el tiempo de uso de los teléfonos inteligentes.
2. No es adecuado que el móvil interfiera en tus relaciones interpersonales, ni en tus estudios, trabajo, no permitas que te aísle del mundo.
3. En lugares en los que se pide apagar los móviles, siga las instrucciones, apague el celular, use vibrador o disculparse y retirarse.
4. Si es anfitrión o invitado evite hacer o recibir llamadas. Si otra persona está en esa situación, debe comprender y no hacer ningún comentario despectivo.
5. Si por emergencia no puede apagar el celular, debe dejarse en modo silencioso y avisar que se espera una llamada importante.
6. Portar y manipular el teléfono inteligente de manera natural y discreta.
7. Al manejar no manipular el celular, ni hacer o recibir llamadas a menos que utilice el dispositivo "free hands - Manos libres"
8. Por regla general, no se debe facilitar a nadie el número de celular de una tercera persona sin su permiso previo, salvo que exista una relación de confianza entre esa persona y el solicitante.

El uso del teléfono celular se debe ajustar a determinadas normas de convivencia social por lo que se mencionan algunas maneras correctas de portarlo. (www.elnuevodiario.com citado por Ruiz Martínez, 2006).

1. Para las mujeres principalmente, no es un signo de buen gusto portarlo en la cintura. Lo correcto es llevarlo dentro del bolso o cartera.
2. Cada persona puede tener los teléfonos móviles que quiera, pero no es de buen gusto hablar simultáneamente por dos teléfonos celulares.
3. No debe portarse con ostentación el celular, debe llevarse con naturalidad, gracia y estilo, no debe dejarse llevar por la uniformidad despersonalizante.

2.5. Tecnología en actividades académicas

Se puede mencionar a las universidades virtuales, definidas como instituciones universitarias para la educación a distancia, cuyos servicios son proporcionados mediante el uso de redes digitales. Otra definición es: organización que no existe físicamente y sus actividades se realizan de modo virtual. (Salazar y Mérida, 2008).

Los entornos virtuales permiten la transformación de la educación, posibilitando el aprendizaje en red, es decir, facilitando el acceso a la educación formal e informal. Sus principales características del aprendizaje en red son las siguientes: amplio acceso a la educación, aprendizaje en colaboración y trabajo en grupo, aprendizaje activo, fluidez de roles y protagonismo de los alumnos.

2.5.1. Teoría de la información

La teoría de la información se desarrolla gracias a los estudios de Shannon y sus colaboradores, lo que buscaba era calcular la capacidad de los canales y la rentabilidad de los códigos a fin de reducir los costos de transmisión de los mensajes. La información se mide en unidades a las que los técnicos de información llaman *Bit (binary digit)*, que es la cantidad de información transmitida por un sistema que se compone de dos unidades binarias 0/1, con la misma probabilidad de aparición. (Escobar, 1983).

La comunicación para transmitir un mensaje necesita del proceso comunicativo y además requiere un medio físico para enviar las señales y al que se conoce como canal. Por lo que respecta a los mensajes escritos, que son los que interesan a los bibliotecarios, el canal son los libros, estos apenas originan fallos o dificultades, a no ser que los materiales estén defectuosos. En documentación la accesibilidad del lector al libro se clasifica en tres grupos: (Escobar, 1983).

- Accesibilidad física, referida a la ubicación del lugar y horario.
- Accesibilidad técnica, creación: catálogos, publicaciones bibliográficas, etc.
- Accesibilidad moral, evita la discriminación de cualquier tipo.

2.5.2. Biblioteca digital

En estos últimos años está emergiendo un nuevo concepto con el nombre de biblioteca digital. Aunque todavía no está completamente definido, se perfila como la biblioteca del futuro: un sistema en el que se almacenará y organizará la información científica, técnica y artística de la humanidad y que distribuirá a todos los confines de la tierra, para que sea accesible para todo el mundo. (García y García, 2001).

Se puede definir la biblioteca digital de las siguientes dos maneras:

- Colección organizada de documentos digitales para cuya consulta se precisa de un ordenador, unos programas informáticos y en ocasiones de un sistema de telecomunicaciones.
- Su función principal consiste en facilitar, mantener y actualizar el uso de documentos digitales que precisen los usuarios para satisfacer sus necesidades de información, investigación y educación.

Los fondos de la biblioteca digital son colecciones de materiales en forma digital de documentos textuales impresos: libros, revistas, periódicos, grabados, fotografías, obras musicales, video, realidad virtual, etc. (García y García, 2001).

2.5.3. Diferencias de los tipos de bibliotecas digitales

En el presente cuando se habla de la biblioteca como un ente, es necesario una evolución y el cambio en las visiones de la misma. Se puede decir que hoy en día la biblioteca incorpora toda una serie de aspectos documentales que están en función de las necesidades de información de sus usuarios, documentos a través de diversos medios, entre ellos las tecnologías de información y comunicación (TIC), integrando la biblioteca del presente y del futuro. (Equihua, 2007).

Entre biblioteca electrónica, digital y virtual, dando que en la literatura relacionada es común ver como se hace referencia de manera indistinta a uno y otro término, por ello se analizarán las diferencias conceptuales a continuación: (Equihua, 2007).

Biblioteca electrónica

Es aquella que cuenta con sistemas de automatización, que le permiten una ágil y correcta administración de los materiales que resguarda, principalmente papel. Así mismo, cuenta con sistema de telecomunicaciones que le permitirán acceder a su información, en formato electrónico, de manera remota o local.

Biblioteca digital

Tienden a digitalizar sus colecciones y su información en formatos electrónicos, magnéticos y discos ópticos, y en algunos casos ya no tendrán información registrada en papel, generalmente son bibliotecas pequeñas en cuanto al número de usuarios, con una colección básica y cobertura acotada de tiempo y temas.

Biblioteca virtual

Es aquella que permite acceder a la información desde puntos remotos, sin necesidad de tenerla físicamente. Incorpora avances tecnológicos; administra el acceso a la información remota en colecciones que poseen otros puntos de servicios, pero a la que se puede acceder mediante las telecomunicaciones. Actualmente se da solo sobre temas específicos.

2.5.4. Elementos y funciones de la biblioteca digital

Elementos: se pueden mencionar los siguientes elementos en una biblioteca digital: usuarios, personal, criterios, publicaciones, normativa técnica, equipo físico, programas informáticos, edición y recursos económicos.

Funciones: su función principal es la distribución de textos a través de las redes informáticas, también proporciona servicios que ayudan al acceso a los catálogos de las bibliotecas situadas en cualquier parte del mundo, a la consulta de los documentos mediante referencias de traducción automática de los textos, a obtener una salida oral de los textos escritos, perfil de usuarios, etc. (García y García, 2001).

2.5.5. Tratamiento y procesamiento de la información

La tecnología ha transformado la manera en que los archivos, las bibliotecas, los museos, los centros de documentación y otras unidades de información prestan sus servicios, inimaginables solo unos pocos años atrás. Los usuarios están acostumbrados a la prestación vía electrónica de servicios, como ocurre en los sectores del comercio y de la banca. Para el tratamiento y envío de la información se usan: banda ancha, fibra óptica, satélite, Wireless, Wi-Fi. (Martínez, 2007)

2.5.6. Usos de Internet en la biblioteca

Los agentes que intervienen en un ciclo convencional de transferencia de la información y documentación son: autor, editores, impresores y productores, distribuidores, bibliotecas y lectores. Existe un nuevo ciclo de transferencia de información que depende de lo siguiente: (García y García, 2001).

- Ordenadores (módems y programas).
- Mayor difusión de la formación básica a redes de ordenadores.
- Interfaces sencillas entre usuario/ maquina.
- Aumento de velocidades de transmisión de información.
- Regularización de los derechos de autor y pago electrónico.
- Programas para evitar copias fraudulentas.

2.5.7. Beneficios de las bibliotecas digitales

La principal ventaja de las bibliotecas digitales sobre las bibliotecas tradicionales se encuentra en la forma de acceso a la información; sus contenidos pueden ser accedidos simultáneamente e idealmente desde cualquier parte del mundo y localización de la información de forma sencilla y rápida. (Salazar y Mérida, 2008).

Algunas de las ventajas de las bibliotecas digitales: no existen limitaciones físicas ni de espacio, no tienen restricciones de horario, acceso múltiple, recuperación de la información, preservación y conservación de los documentos, bajos costos, redes de información entre usuarios y bibliotecas. (Salazar y Mérida, 2008).

Capítulo 3

Marco metodológico

3.1. Método

El método de estudio a utilizar debido a la naturaleza de la investigación es el método deductivo.

Método deductivo porque al utilizar encuestas se necesita de un análisis para demostrar en forma interpretativa los resultados, mediante la lógica pura, las conclusiones se basan en premisas, de manera que se garantiza la autenticidad de las conclusiones.

Por los objetivos de la investigación se recaudaron datos cuantitativos obtenidos de las preguntas de la encuesta estos se compararon con la base teórica para obtener los resultados finales.

3.2. Tipo de investigación

Se utilizó una investigación descriptiva con enfoque cuantitativo debido a que lo importante es conocer los datos numéricos sobre el tema, utilizando la técnica de la encuesta apoyado de un cuestionario, con preguntas abiertas y cerradas, de esta manera obtener los datos estadísticos necesarios para dar validez a la investigación.

La investigación al ser de carácter cuantitativo busca pasar de las ideas abstractas generales a datos medibles y así, conocer con mayor grado de exactitud cómo influye el uso de los teléfonos inteligentes en la comunicación interpersonal de los jóvenes. Esto se usó para llegar a conclusiones lo más verídicas y confiables que fuese posible.

3.3. Objetivos de la investigación

Objetivo general:

- Detectar de qué manera ha influido el uso de los teléfonos inteligentes en las formas de comunicación, comportamiento o conducta de los jóvenes en torno a sus relaciones interpersonales.

Objetivos específicos:

- Determinar cuáles son los usos más significativos de los teléfonos inteligentes en la comunicación interpersonal de los jóvenes.
- Verificar cuál ha sido el efecto en las relaciones interpersonales de los jóvenes debido al uso de los teléfonos inteligentes.
- Analizar qué papel ha desempeñado el uso de los teléfonos inteligentes en la comunicación y como ha sido aceptada por los usuarios (se detectará con preguntas del cuestionario).

3.4. Técnicas

Se utilizarán las siguientes técnicas:

- Recopilación bibliográfica documental a través de fuentes primarias y secundarias.
- Encuestas que es una técnica de medición cuantitativa, se realizó a estudiantes universitarios para conocer sus formas de comunicación interpersonal a través de los teléfonos inteligentes, de esta manera saber qué influencias han surgido gracias a la tecnología celular y la aparición de las aplicaciones y las redes sociales on-line.
- Entrevista a una autoridad de la biblioteca central para referencia y conocimiento de las normativas de la organización.

3.5. Cuadro operativo de variables

Objetivo general

Detectar de qué manera ha influido el uso de los teléfonos inteligentes en las formas de comunicación, comportamiento o conducta de los jóvenes en torno a sus relaciones interpersonales.

Objetivos específicos	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Verificar cuál ha sido el efecto en las relaciones interpersonales de los jóvenes debido al uso de los teléfonos inteligentes.	Social	Comunicación	Cuándo necesitas comunicarte con alguien, ¿Cuál de las siguientes maneras es la que utilizas con más frecuencia?
		Nivel de atención al entorno	¿Cuándo utilizas tu <i>smartphone</i> prestas atención a tu alrededor?
		Preferencias comunicativas	¿Qué prefieres utilizar para comunicarte con tu familia?
			¿Qué usas para comunicarte con tus amigos?
		Cambios y efectos sociales	¿Recibes visitas de tus amigos el fin de semana?
		Percepción y modificaciones sociales (Interpersonal)	Cuando estoy con una persona y recibo una llamada ¿Qué hago?
			¿Cuándo estas acompañado por alguien para que utilizas tu <i>smartphone</i> ?
			¿Qué crees que siente la persona con la que estas conversando al momento de contestar una llamada o mensaje?
			¿Qué sientes tú? Si alguien que está conversando contigo contesta una llamada o mensaje.
Dependencia	Del 0 al 100% ¿Cuánto de enganchado estas...?		

Cuadro 1, elaboración propia con base a (Sampieri, 2010, p.211).

Analizar qué papel ha desempeñado el uso de los teléfonos inteligentes en la comunicación y como ha sido aceptada por los usuarios.	Tecnológico	Posición	¿Qué prefieres utilizar? Elige solo uno. <i>Smartphone</i> , Tablet, laptop, PC de mesa, otra.
		Frecuencia	¿Con que frecuencia te conectas a Internet a través de tu celular?
			¿Cuánto tiempo dedicas a las redes sociales en un día normal?
		Conectividad y motivo para poseer un <i>smartphone</i>	Mi <i>smartphone</i> no puede estar sin: saldo, Internet, redes u otros.
			¿Cuál es su principal motivo para poseer un teléfono inteligente?
Uso de Internet	Usando tu <i>smartphone</i> ¿Cuáles de las siguientes redes sociales y aplicaciones utilizas para comunicarte con tus amigos?		
Determinar cuáles son los usos más significativos de los teléfonos inteligentes en la comunicación interpersonal de los jóvenes.	Psicológico	Uso de los <i>smartphones</i> (Interpersonal)	Se uso una escala de 5 opciones en los cuales se calificaron 9 criterios. ¿Para qué utilizas el Internet...?
			¿Cuándo te reúnes con tus amigos utilizas tú <i>smartphone</i> ?
		Valores comunicativos	¿Qué tipo de comunicación consideras que es más enriquecedora? (opciones: Cara a cara, a través de un aparato, otra, ¿cuál?
		Influencia	¿Crees que los <i>smartphones</i> han cambiado positivamente la comunicación interpersonal (cara a cara)?

Cuadro 1, elaboración propia con base a (Sampieri, 2010, p.211).

3.6. Instrumentos (anexo)

Los instrumentos a utilizar son:

- Fichas bibliográficas de resumen y de contenido.
- Cuestionario, es el instrumento de las encuestas, contiene 20 preguntas, 18 de selección múltiple y 2 de opinión, la encuesta tendrá algunas preguntas claves para poder verificar la veracidad de la información.
- Cuestionario de la entrevista.

3.7. Población

La población objeto de estudio fueron los jóvenes que hacen uso de la biblioteca central del campus de la Universidad de San Carlos de Guatemala, de esa manera se obtuvo información de los estudiantes de las carreras técnicas y de las sociales.

3.8. Muestra

Para calcular el tamaño de la muestra n para el estudio de campo y considerando que la varianza poblacional es desconocida, se utilizara la siguiente formula.

$$n = \frac{Z\alpha^2 * pq}{e^2}$$

En donde:

$Z\alpha$ = Nivel de Confianza de 95% ($\alpha=1-NC/100$) = $(1-95/100) = 0.05 = 1.96$ (tabla de confiabilidad estadística)

P = probabilidad de éxito (próxima al 5%) = $(5/100) = 0.05$

Q = probabilidad de fracaso ($1-p$) = $(1 - 0.05) = 0.95$

E = error máximo (4.5%) = $(4.5/100) = 0.045$

De esta manera, el cálculo del tamaño de la muestra es el siguiente:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.045^2} = \mathbf{90.1}$$

Se utilizó un muestreo sistemático probabilístico de 1 -en- k debido a que es una técnica de muestreo que tiene la menor probabilidad de errores de selección y proporciona más información sobre la población seleccionada de forma equitativa, y así poder seleccionar a los jóvenes que proporcionaran información esencial a la investigación.

K tendrá el valor de 2 debido al tamaño de la población, por lo tanto, se usó un muestreo sistemático de 1 -en- 2 para determinar el grado de influencia y cambios en la comunicación interpersonal de los jóvenes. Entonces en el muestro se toma al primer joven y posteriormente se incluía uno de cada dos jóvenes de los que estuvieran presentes en un tiempo de 30 minutos por la tarde.

El uso del reactivo de las encuestas fue realizado con la fórmula de cálculo de muestra, para que sea científica; la muestra total fue de 93 estudiantes de las diferentes unidades académicas que estaban concentrados en el 5^o nivel de la biblioteca central del campus en el momento de la actividad, esto se hizo durante media hora cada día (entre 3:00pm a 4:30pm) y para llegar a la muestra requerida se realizó la actividad durante tres días (21, 22 y 29 de junio), la muestra diaria estuvo regida al número de estudiantes que estuviesen presentes en el momento del llenado de las encuestas. Está fue integrada por jóvenes, de ambos sexos y de edades entre 18 a 28 años aproximadamente.

El muestreo se realizó por la tarde debido a que la mayoría de las facultades y las escuelas de la Universidad de San Carlos tiene actividades académicas en ese periodo de tiempo y así tratar de excluir a la menor cantidad de estas y como resultado tener la participación de la mayoría de las unidades académicas.

3.9. Análisis estadístico

Para la interpretación de los resultados que se obtuvieron en la investigación de campo, se realizaron cuadros estadísticos y gráficos de datos, con ello, conseguir un análisis acertado y concreto de la información recopilada a través de las diferentes técnicas que se utilizaron.

Se hizo un análisis estadístico y descriptivo de los datos obtenidos de las encuestas con el tema de la comunicación interpersonal, utilizando como medio el teléfono inteligente y la comunicación física, con el propósito de conocer como el uso de los teléfonos inteligentes ha creado cambios en la comunicación interpersonal, para esto, se realizaron cuadros, tabulaciones, gráficas en Excel y análisis de datos.

3.10. Procedimiento metodológico

Se realizó una recopilación de información bibliográfica, la cual fue la base teórica en la investigación, previamente al trabajo de campo se elaboró un cuestionario para las encuestas con los ítems que interesaba conocer, posteriormente se procedió a realizar las encuestas a los usuarios de la biblioteca central, luego se procesaron los datos, realizando cuadros de variables y de resumen, y para finalizar se concluyó con el análisis de los resultados.

El procesamiento de datos se realizó mediante la tabulación de las encuestas a través de gráficas y los resultados permitieron la realización del análisis para la elaboración del informe final de la investigación.

Capítulo 4

Marco operativo

4.1. Resumen de resultados

El trabajo de investigación contiene además un proyecto de campo el cual fue realizado en la Universidad de San Carlos de Guatemala, dentro de la Biblioteca Central específicamente en el 5^o nivel, teniendo la participación de las siguientes facultades y escuelas:

- Ingeniería
- Ciencias jurídicas y sociales
- Ciencias médicas
- Agronomía
- Humanidades
- Ciencias económicas
- Ciencias lingüísticas
- Ciencias químicas y farmacia
- Arquitectura
- Ciencias de la comunicación

Se realizó una encuesta a 93 estudiantes de las diferentes escuelas y facultades antes mencionadas, esto con el fin de obtener datos acerca de la influencia y los usos más significativos que los jóvenes le dan a los teléfonos inteligentes y demostrar así la importancia de estos aspectos en la comunicación interpersonal. El trabajo de campo se realizó en junio de 2016.

Los resultados de la entrevista se utilizaron como base teórica de la investigación.

Los modelos manejados para las encuestas y la entrevista se encuentran en la sección de anexos.

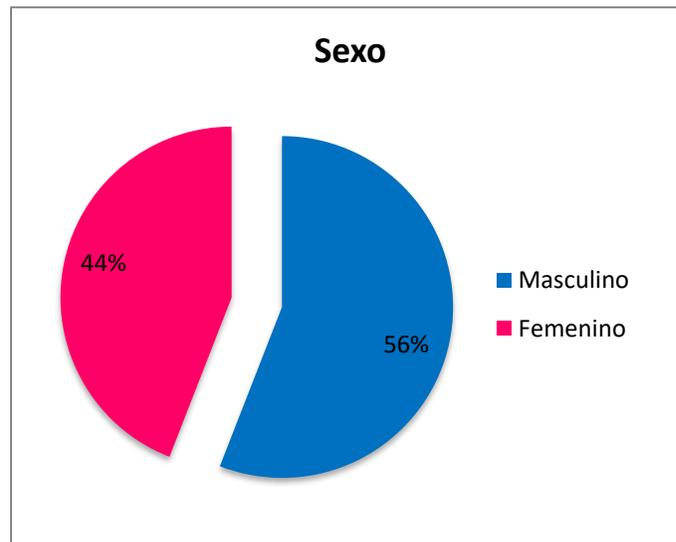
4.2. Interpretación estadística (resultados de gráficas)

A continuación, aparecen los resultados obtenidos, de las encuestas realizadas a los estudiantes, cada uno de los resultados se muestra de forma gráfica.

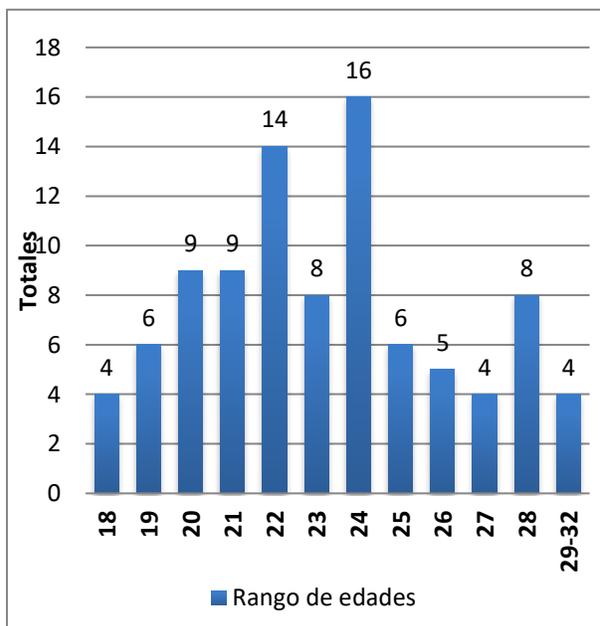
Sexo de las personas encuestadas

El porcentaje de hombres y mujeres encuestados:

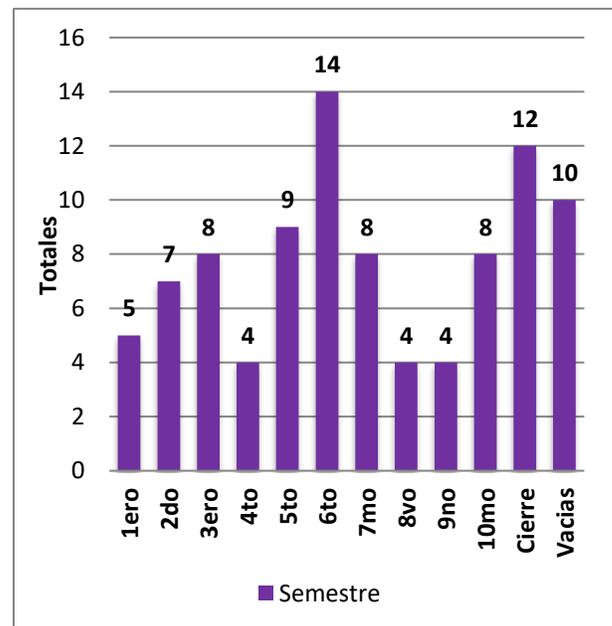
Sexo	Total
Masculino	52
Femenino	41
Total	93



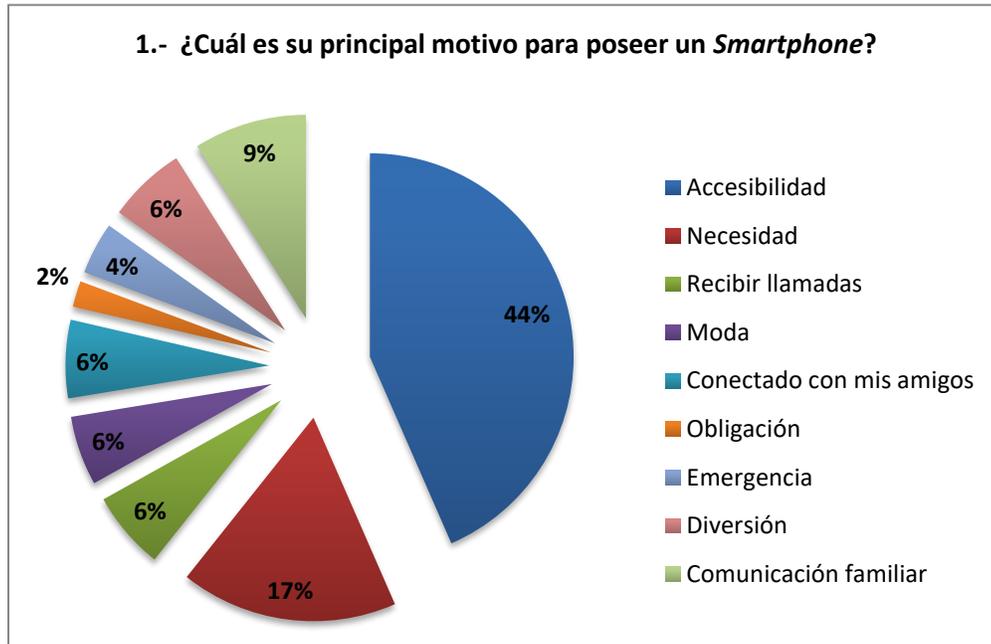
Edades



Semestre



4.2.1. Motivos para poseer un *smartphone*



Gráfica 1, elaboración propia.

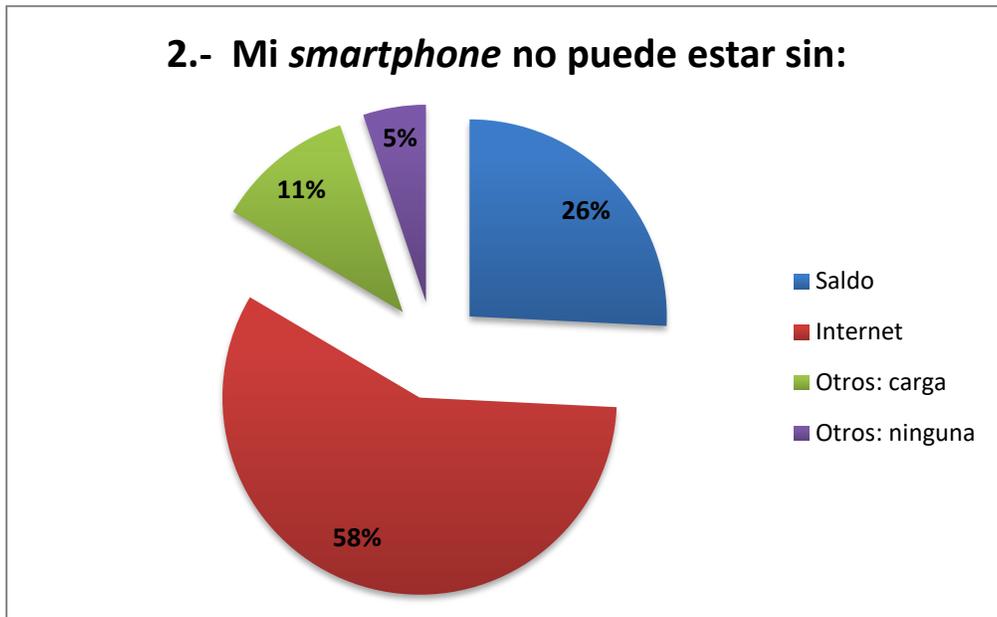
Aspectos	Total	Porcentaje
Accesibilidad	63	43%
Necesidad	25	17%
Recibir llamadas	9	6%
Moda	8	6%
Conectado con mis amigos	9	6%
Obligación	3	2%
Emergencia	6	4%
Diversión	9	6%
Comunicación familiar	13	9%
Totales	145	100%

Según los datos recolectados el principal motivo para poseer un *smartphone* es por accesibilidad, siguiéndolo con un menor porcentaje por necesidad, lo que demuestra que hoy en día los teléfonos inteligentes han facilitado el acceso a la tecnología y unifican las diversas pantallas en una sola permitiendo que los usuarios dispongan de varios y novedosos servicios con gran sencillez y rapidez.

Siendo los *smartphones* aceptados por los jóvenes debido a su individualización, es decir son aparatos de uso personal de cada individuo.

Aunque un punto de inflexión es: que representa para los jóvenes una necesidad y cuál es la motivación de esta.

4.2.2. Mi *smartphone* no puede estar sin:



Gráfica 2, elaboración propia.

Aspectos	Total	Porcentaje
Saldo	25	26%
Internet	56	58%
Otros: carga	11	11%
Otros: ninguna	5	5%
Totales	97	100%

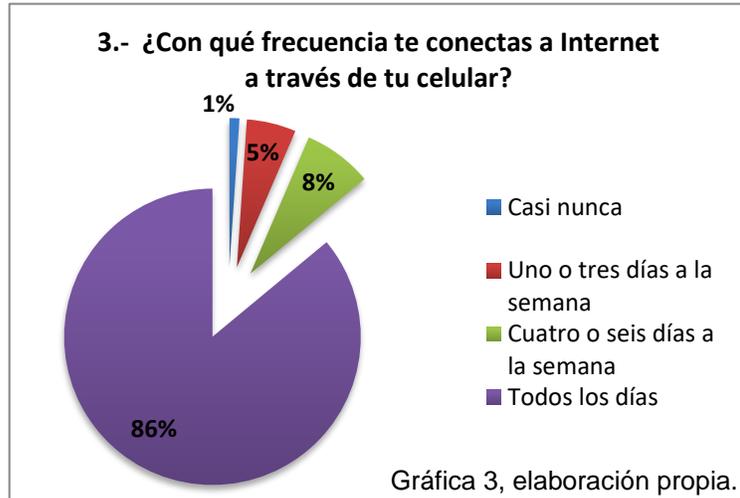
Según la gráfica más de la mitad de los encuestados afirman no poder estar sin Internet en su *smartphone* lo cual lleva a la conclusión de que están muy enganchados a las redes sociales o/y a las herramientas que ofrecen los teléfonos inteligentes a través de Internet, siendo esto precisamente uno de

los grandes atractivos porque permite estar conectado a la red online.

Estos aparatos ofrecen portabilidad y conectividad en cualquier lugar siempre que se tengan datos móviles disponibles o una red Wi-Fi a la cual conectarse.

4.2.3. Frecuencia de conectividad a Internet

Aspectos	Total	%
Casi nunca	1	1%
Uno o tres días a la semana	5	5%
Cuatro o seis días a la semana	7	8%
Todos los días	80	86%
Totales	93	100%



A continuación, se muestra que la tendencia indica que el gran porcentaje de jóvenes se conecta a Internet todos los días, esto refuerza las conclusiones de la pregunta anterior, revelando que los *smartphones* y la conectividad a Internet están sumamente unidos entre sí, siendo esta una herramienta novedosa.

4.2.4. Tiempo de uso de las redes sociales en tu *smartphone*

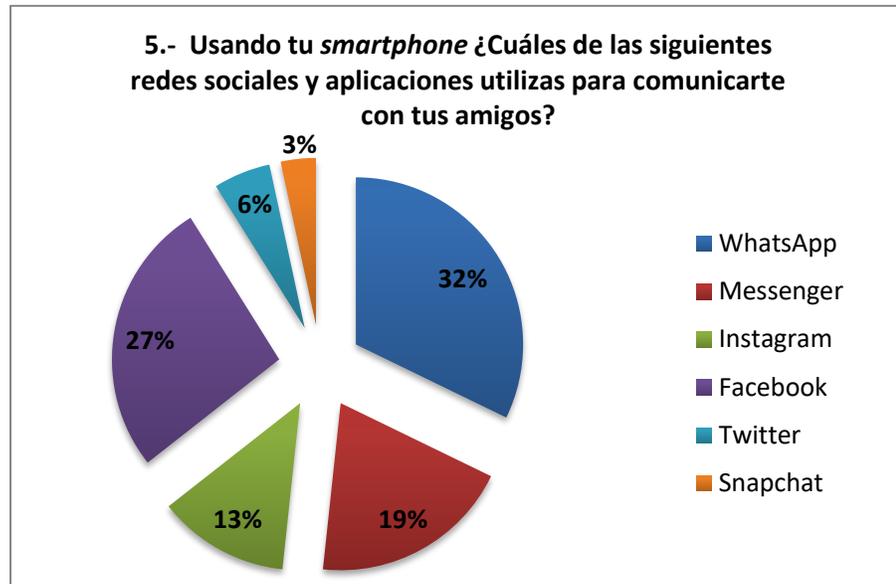
Aspectos	Total
Menos de una hora	24
Entre una y dos horas	41
Entre tres y cinco horas	21
Siete o más horas	2
Todo el día	5
Total	93



El resultado indica que la mayoría de los encuestados gastan un porcentaje significativo de su día en alguna red social, dejando en evidencia que el fenómeno de uso diario de las redes está aumentando debido a la accesibilidad que ofrecen los *smartphones*, la cual está al alcance de todos.

4.2.5. Redes sociales y aplicaciones más utilizadas para comunicarse con amigos.

Aspectos	Total
WhatsApp	76
Messenger	46
Instagram	30
Facebook	63
Twitter	13
Snapchat	8
Total	236



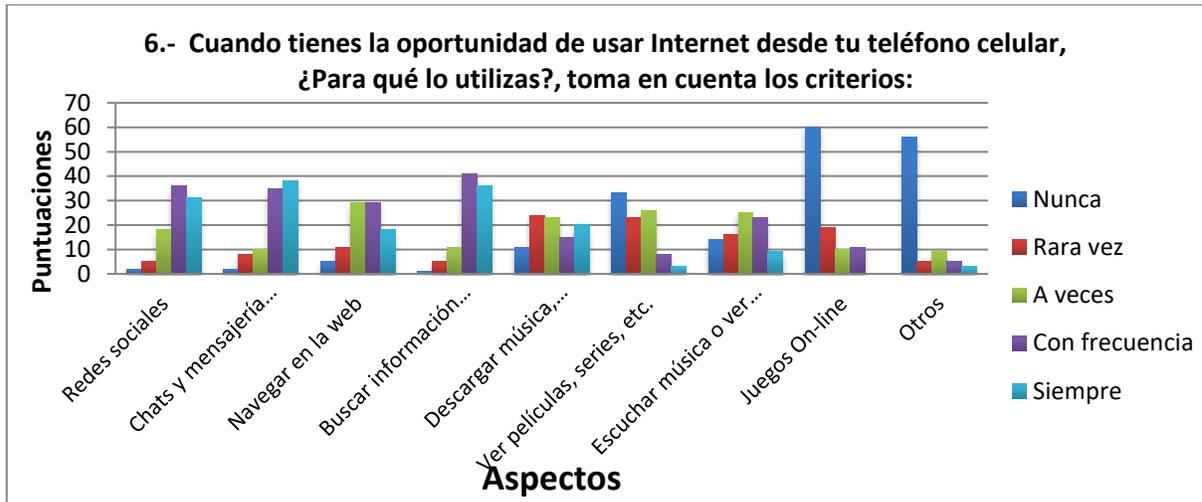
Gráfica 5, elaboración propia.

Se pudo observar que la aplicación WhatsApp ha tomado una posición importante en la preferencia de los jóvenes, debido a que se considera más eficaz porque los mensajes llegan al instante y además un aspecto considerable es su forma gratuita, volviéndolo un favorito para comunicarse con los amigos.

Así se concluye que estos resultados se deben a que los jóvenes están en constante bombardeo de las novedades que ofrecen las aplicaciones, dejando en segundo lugar a una de las más conocidas redes sociales, Facebook, todas estas herramientas facilitan el estar al pendiente de lo que sucede con los amigos, familiares o conocidos en cuestión de segundos.

Siendo cada una de ellas comunicación instantánea, permite que la comunicación interpersonal evolucione a niveles sorprendentes, sin olvidar el valor esencial de la comunicación física, pero gracias a los *smartphones* y a Internet se puede estar en comunicación directa sin importar la distancia, convirtiéndola en una herramienta de suma utilidad.

4.2.6. Usos de Internet desde un *smartphone*.



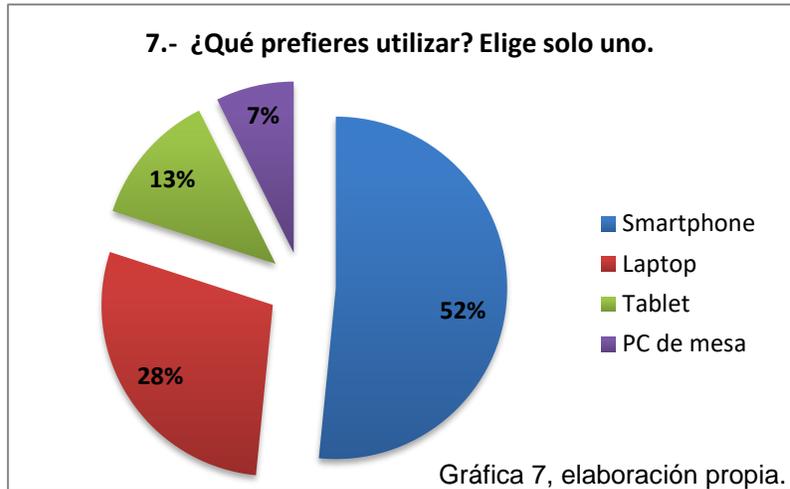
Gráfica 6, elaboración propia.

Se observó que los jóvenes no solamente accedan a Internet para revisar las redes sociales sino también hacen uso de otros servicios, entre ellos están la búsqueda de información con fines académicos, seguido del chat y mensajería instantánea y dejando en tercer lugar a las redes sociales, sin olvidar el hecho de que los encuestados son estudiantes universitarios, siendo esto un factor que influye posiblemente en los resultados. A continuación, la tabla de datos obtenidos, el porcentaje solo incluye la suma de datos relevantes (con frecuencia y siempre):

Aspectos	Nunca	Rara vez	A veces	Con frecuencia	Siempre	% Siempre – Con frecuencia
Redes sociales	2	5	18	36	31	19%
Chats y mensajería instantánea	2	8	10	35	38	20%
Navegar en la web	5	11	29	29	18	13%
Buscar información académica	1	5	11	41	36	21%
Descargar música, imágenes y documentos	11	24	23	15	20	10%
Ver películas, series, etc.	33	23	26	8	3	3%
Escuchar música o ver videos	14	16	25	23	9	9%
Juegos On-line	60	19	10	11	0	3%
Otros	56	5	9	5	3	2%
Totales	184	116	161	203	158	100%

4.2.7. Tecnología preferida.

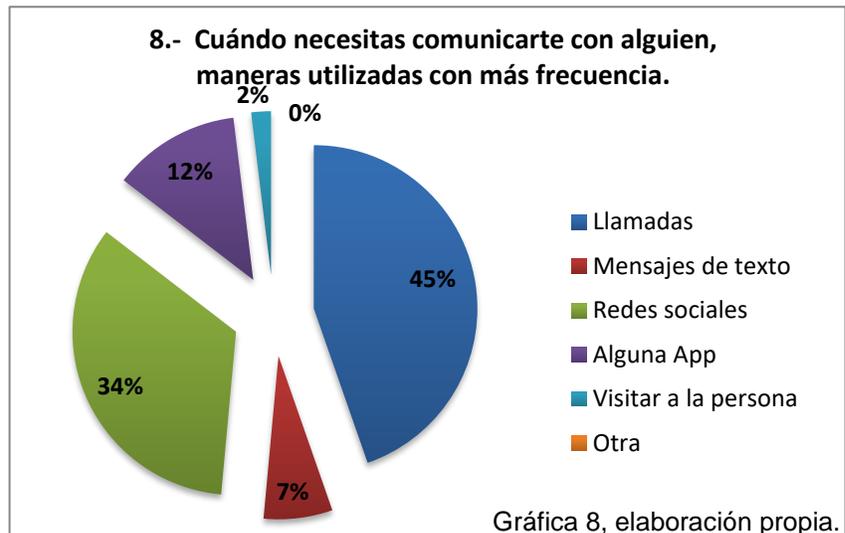
Aspectos	Total	%
Smartphone	49	52%
Laptop	27	28%
Tablet	12	13%
PC de mesa	7	7%
Totales	95	100%



Con un resultado esperado, la gráfica permite observar que los *smartphones* son la tecnología portátil vanguardista preferida por los jóvenes encuestados, con más del 50%, dando como muestra que el auge que tienen los teléfonos inteligentes cada día ira creciendo aún más debido a la tecnología que poseen.

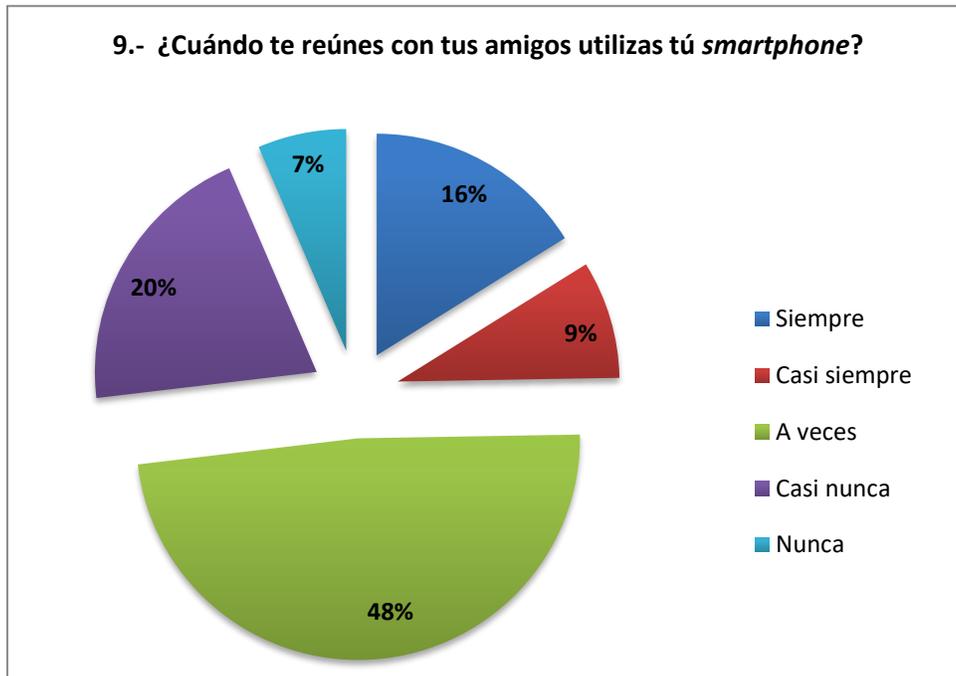
4.2.8. Maneras más frecuentes para comunicarse

Aspectos	Total
Llamadas	46
Mensajes de texto	7
Redes sociales	35
Alguna App	13
Visitar a la persona	2
Otra	0
Total	103



Los datos demuestran que se sigue prefiriendo estar comunicados con las personas utilizando uno de los medios más antiguos que es la voz, claro que de forma moderna a través de un aparato tecnológico que da como resultado una llamada, seguida con un porcentaje significativo por las redes sociales.

4.2.9. Papel que ocupa el *smartphone* al estar con amigos.



Gráfica 9, elaboración propia.

Aspectos	Total	Porcentaje
Siempre	15	16%
Casi siempre	8	9%
A veces	45	48%
Casi nunca	19	20%
Nunca	6	6%
Totales	93	100%

Un dato importante para comprobar es la verificación de que papel ocupan los *smartphones* al momento de la sociabilización física entre amigos y se descubrió que su uso está posicionado en el medio con la categoría de a veces teniendo el 48% y además sesgándose un poco más al hecho de no ser tan utilizado al momento de reunirse, esto demuestra que aún se presta más atención a la compañía física que a la tecnológica, aunque esto va cambiando con el paso del tiempo.

4.2.10. Al utilizar el *smartphone* prestas atención al alrededor.



Gráfica 10, elaboración propia.

Aspectos	Total	Porcentaje
Siempre	21	23%
Casi siempre	33	35%
A veces	33	35%
Casi nunca	2	2%
Nunca	4	4%
Totales	93	100%

Según los resultados poco a poco se pierde la conectividad con el mundo físico cambiándola por el mundo virtual y eso se ve reflejado en el entorno, basta solo con mirar al lado cuando caminas por la calle y se puede observar fácilmente los cambios.

La mayoría de las personas que no están acompañadas están con sus teléfonos, muchas veces sin prestar la debida atención al entorno, con esto se debe tener cuidado porque pueden ocurrir accidentes al no prestar atención al caminar o realizar alguna otra actividad fuera de casa.

4.2.11. Utilidad del *smartphone* al estar acompañado.



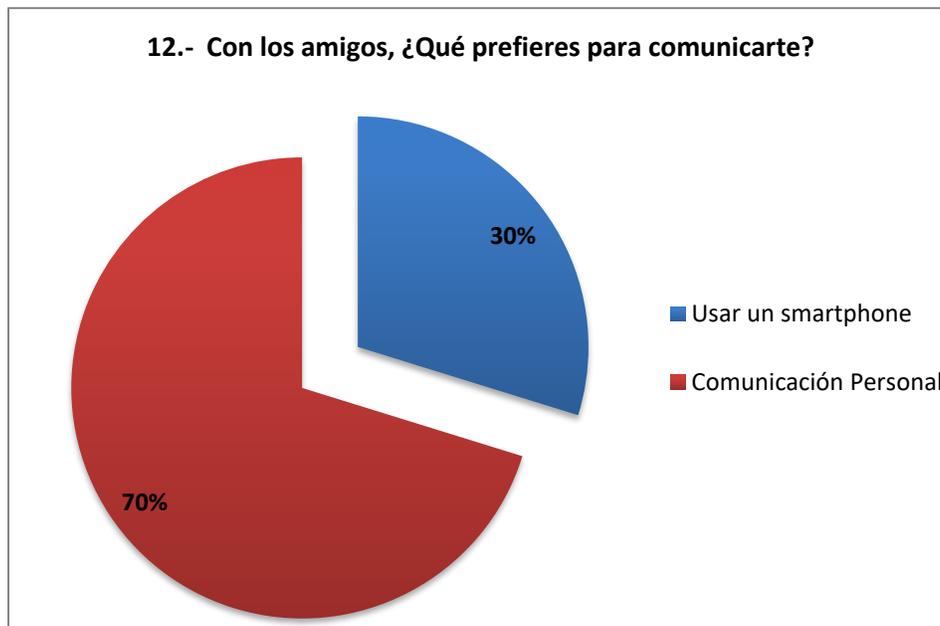
Gráfica 11, elaboración propia.

Aspectos	Total	Porcentaje
Mensajear (App)	17	14%
Revisar redes sociales	33	28%
Llamadas	33	28%
Ver videos	6	5%
No lo utilizo	31	26%
Totales	120	100%

La gráfica muestra un balance entre las opciones redes sociales, llamadas y no utilizarlo, concluyendo que al estar acompañados se prefiere prestar atención a la persona y solo de ser necesario utilizar el móvil, como se da en el caso de las llamadas telefónicas, aunque depende de la situación y del acompañante.

En general se puede llegar a la premisa de la preferencia por lo menos actualmente del contacto físico, aunque por la comodidad y facilidad de uso los *smartphones* tienen gran aceptación.

4.2.12. Con los amigos, ¿Qué prefieres para comunicarte?



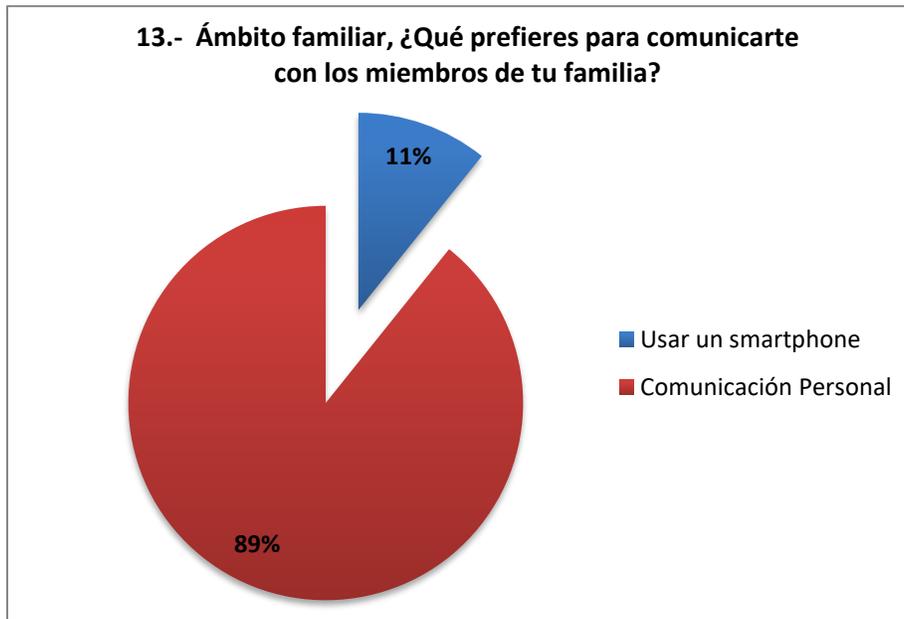
Gráfica 12, elaboración propia.

Aspectos	Total	Porcentaje
Usar un <i>smartphone</i>	28	30%
Comunicación Personal	66	70%
Totales	94	100%

Los encuestados prefieren la comunicación personal para comunicarse con los amigos porque se puede compartir de una manera clara.

Esto demuestra que aún no se ha cambiado completamente la comunicación interpersonal física ya que este dato se ha comprobado tanto con esta pregunta como con preguntas anteriores y los resultados siempre indican que la comunicación interpersonal física es más leal que la comunicación a través de un aparato.

4.2.13. Ámbito familiar, preferencias para comunicarse



Gráfica 13, elaboración propia.

Aspectos	Total	Porcentaje
Usar un <i>smartphone</i>	10	11%
Comunicación Personal	83	89%
Totales	93	100%

Comparada con la gráfica anterior los datos demuestran que en el ámbito familiar se prefiere casi al 90% la comunicación personal, dato que varía por décimas de la anterior, debido a que con los amigos muchas veces es más rápido o cómodo utilizar el teléfono inteligente para poder estar en contacto sin necesidad de un encuentro físico por ello es que están empezando a tomar ventaja los *smartphones* en la comunicación interpersonal con amigos pero con la familia cercana se prefiere la comunicación personal, recalcando que cuando se trata de la familia lejana la tecnología permite tener comunicación clara y fluida porque esta acorta distancias y posibilita el contacto en cualquier momento y lugar.

4.2.14. ¿Recibes visitas de amigos el fin de semana?



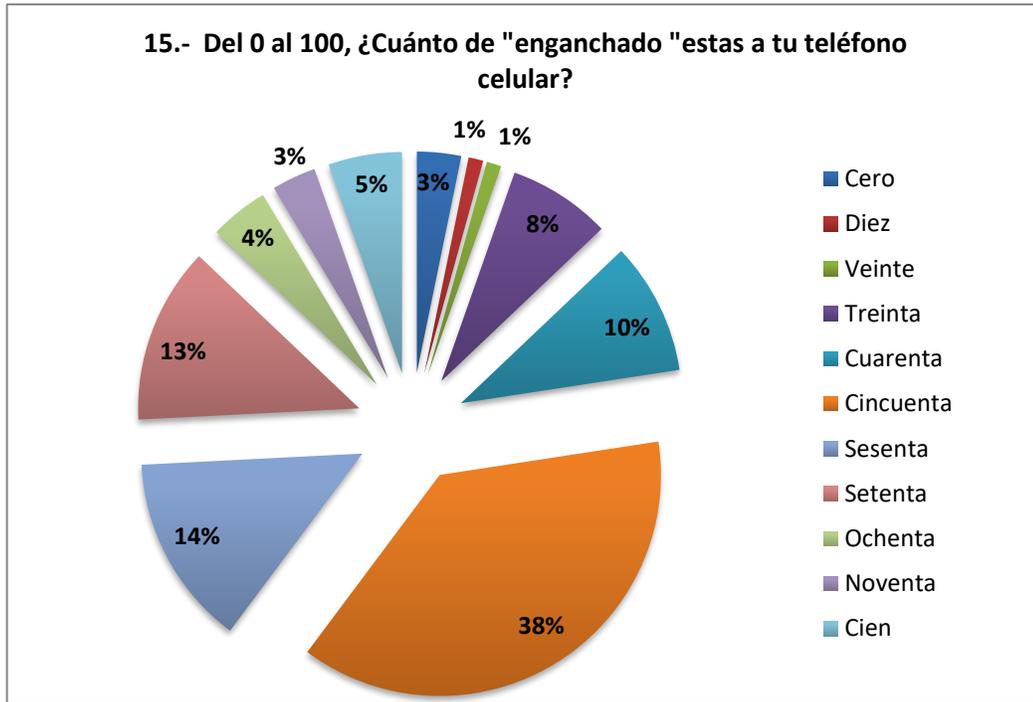
Gráfica 14, elaboración propia.

Aspectos	Total	Porcentaje
Si	14	15%
En ocasiones	44	47%
No	35	38%
Totales	93	100%

En este ítem interesa conocer cómo ha cambiado la comunicación interpersonal y se observa que se está perdiendo poco a poco la comunicación física, aunque se considera que es mejor, pero de igual manera se ha ido reemplazando por la digital.

Algunas de las razones se ven reflejadas por la influencia que tienen las modas en los jóvenes sobre sus preferencias al momento de comunicarse debido a que la innovación tecnológica facilita las formas de transmisión y recepción de mensajes en cuestión de segundos y de una manera eficaz.

4.2.15. Porcentaje de adicción al *smartphone*.



Gráfica 15, elaboración propia.

Aspectos	Total	Porcentaje
Cero	3	3%
Diez	1	1%
Veinte	1	1%
Treinta	7	8%
Cuarenta	9	10%
Cincuenta	35	38%
Sesenta	13	14%
Setenta	12	13%
Ochenta	4	4%
Noventa	3	3%
Cien	5	5%
Totales	93	100%

Algunas personas se obsesionan con el uso de los *smartphones*, ya que estos ofrecen una gran diversidad de actividades que pueden ser realizadas gracias a estos aparatos por lo que se evaluó el nivel de adicción que tienen los usuarios hacia ellos y los resultados obtenidos fueron que la mayoría de los datos se sesga al 50% o más, siendo datos impactantes estos revelan que los jóvenes se están convirtiendo en dependientes a estos dispositivos.

Por lo tanto, se deben tomar medidas de prevención para no llegar a ser dependientes a los teléfonos inteligentes sino todo lo contrario aprovechar la tecnología y usarla de la manera adecuada.

4.2.16. Actitudes al recibir una llamada al estar acompañado



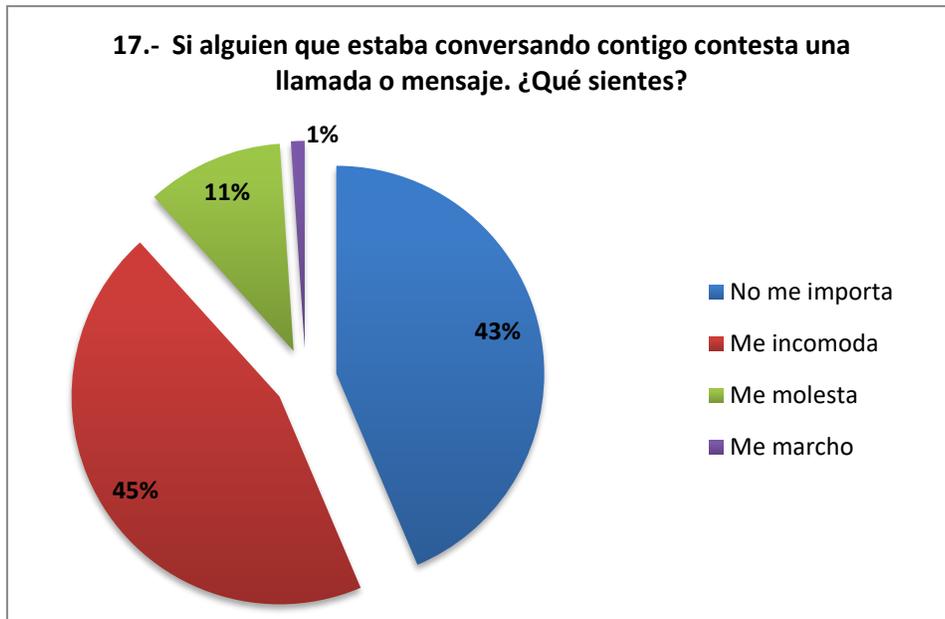
Gráfica 16, elaboración propia.

Aspectos	Total	Porcentaje
Contesto	11	12%
Me disculpo y contesto	68	73%
Me alejo y contesto	9	10%
No contesto	5	5%
Totales	93	100%

La mayoría contestan las llamadas, pero se disculpan con la persona que los acompaña esto es porque no se sabe qué tan importante pueda ser la misma pero siempre se da la importancia y el respeto que se merece la persona que los acompaña físicamente.

Lo que justifica los datos es que cuando se recibe una llamada casi siempre se contesta la llamada porque la persona que llama puede necesitar algo de importancia, pero esto no es igual al momento de recibir una notificación de alguna aplicación o mensaje de texto, porque la importancia es menor en la mayoría de los casos.

4.2.17. Tú actitud ante alguien que contesta una llamada.



Gráfica 17, elaboración propia.

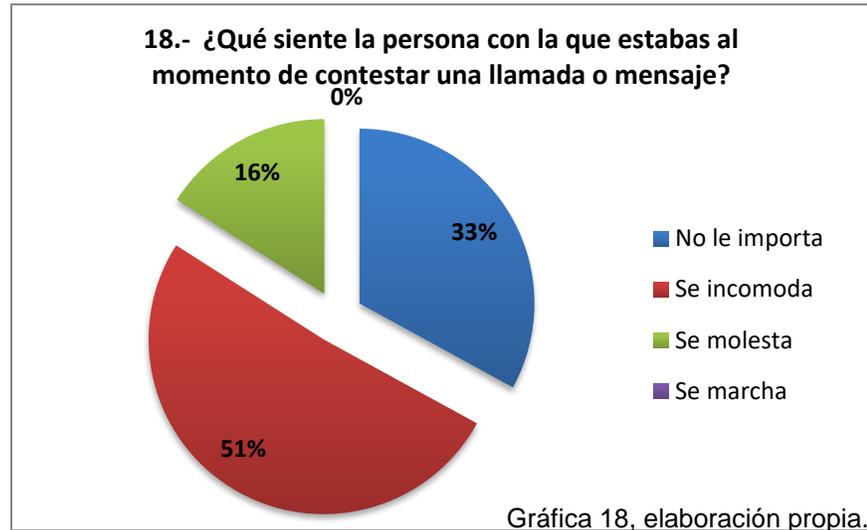
Aspectos	Total	Porcentaje
No me importa	41	44%
Me incomoda	42	45%
Me molesta	10	11%
Me marcho	1	1%
Totales	94	100%

Este ítem está unido con el siguiente porque interesa saber que piensan los jóvenes cuando se desplaza la atención física ante una comunicación artificial y la respuesta es que están equilibradas entre no me importa y me incomoda, ya que depende de que tan enganchados estén al móvil porque si se está muy enganchado no les importa debido a que tienen una actitud parecida al del acompañante pero pasa lo contrario si no se está tan enganchado al móvil porque van a sentirse incómodos o ignorados por la persona que está atendiendo el móvil antes que a ellos.

Se debe ser tolerante y sincero si estas situaciones son incómodas y así no crear malas interpretaciones o disgustos por falta de comunicación.

4.2.18. Actitud de alguien cuando contestas una llamada.

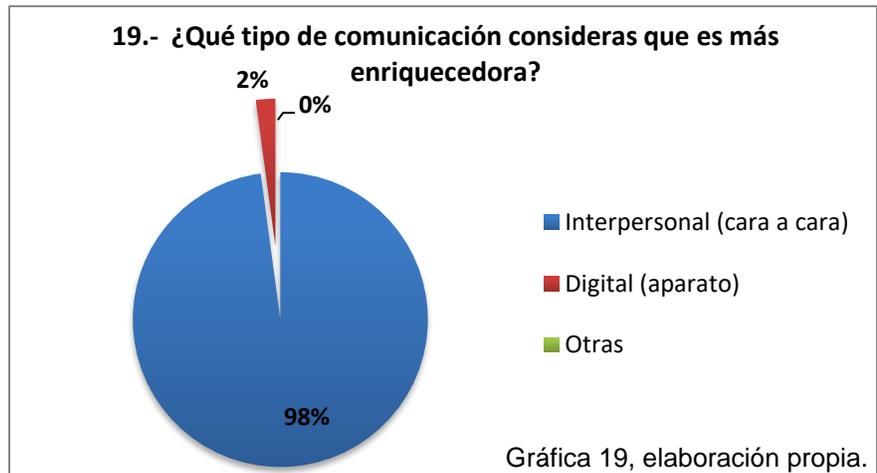
Aspectos	Total
No le importa	31
Se incomoda	48
Se molesta	15
Se marcha	0
Totales	94



Con respecto a la pregunta anterior aquí se puede observar que la mayoría opina que el acompañante se incomoda, esto da la conclusión que la incomodidad es recíproca ya que para el subconsciente es más fácil aceptar que alguien más se incomoda que decir que se está incómodo.

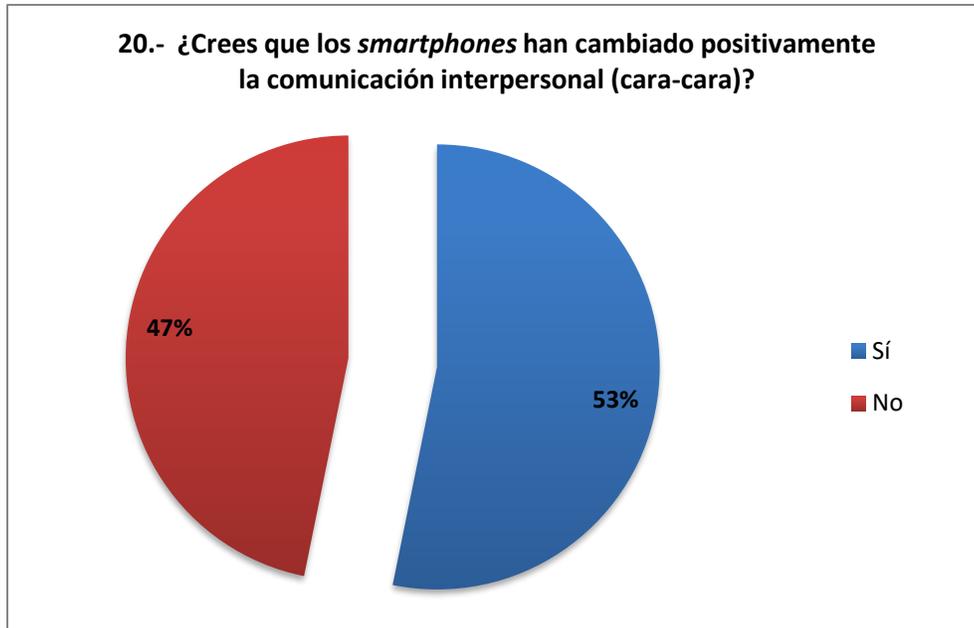
4.2.19. Comunicación más enriquecedora

Aspectos	Total
Interpersonal (cara a cara)	92
Digital (aparato)	2
Otras	0
Totales	94



Según los datos se concluye que la comunicación más enriquecedora es la comunicación interpersonal física debido a que no se puede reemplazar las conductas como ver a la persona, compartir sentimientos, oír la voz, ver los gestos, es la comunicación más completa y se considera que la más sincera.

4.2.20. Influencia del uso de los *Smartphones* en la comunicación interpersonal



Gráfica 20, elaboración propia.

Aspectos	Total	Porcentaje
Sí	50	53%
No	44	47%
Totales	94	100%

Los datos son casi del 50% para cada opción, porque se considera como la mejor comunicación, la interpersonal física, debido a la información antes mencionada, pero a la vez se sabe que los *smartphones* han mejorado la comunicación acortando distancias, facilitando la interacción, entre otras.

El problema surge por el uso inadecuado de este aparato que muchas veces entorpece la comunicación y la despersionaliza, llegando en ocasiones a aislar al individuo y en otras facilita el envío y recepción de información cuando no es posible tener una comunicación física por cualquier motivo.

4.3. Resultado de la entrevista

Entrevista realizada a la licenciada Mayra Paredes, coordinadora de servicios al usuario de la biblioteca central de la Universidad de San Carlos de Guatemala, con el propósito de obtener información con respecto a la influencia del uso de los teléfonos inteligentes en la comunicación interpersonal de los jóvenes.

Mayra Paredes explica que “todos los medios son importantes y máximo si se trata de los teléfonos inteligentes porque acorta distancias pero muchas veces en el núcleo familiar ha delimitado el espacio entre la comunicación debido a que todo mundo actualmente presta demasiada atención a sus teléfonos y esto ha cambiado a la comunicación de tiempos atrás en donde se profundizaba de temas diversos, ahora solo medio se platica porque están ocupados con el teléfono, entonces el teléfono es importante para asuntos de emergencia o necesarios, pero si se utiliza demasiado tiempo desliga a los individuos de la sociedad, porque cada quien en lo suyo y se pierden del contacto físico con las personas cercanas”.

Agrega “en biblioteca no existe ninguna norma o regla que prohíba el uso de los *smartphones* o cualquier otro dispositivo portátil porque son necesarios para alguna emergencia que se le pudiera presentar a los jóvenes, en cuanto al personal de la biblioteca tampoco tiene prohíbo el uso del dispositivo pero al estar brindando un servicio de atención, si deben dejar a un lado el teléfono para atender a los usuarios, pero los usuarios lo pueden usar con libertad siempre y cuando no levanten el tono de voz o volumen, por respeto a los demás”.

“la mayoría de las facultades o las escuelas tiene la modalidad de subir a Internet los trabajos, por eso se tiene a la disposición del usuario Wi-Fi en todos los niveles de biblioteca, también por las bases de datos internas y externas en donde el usuario puede obtener información si no encontrara la información de forma física, algunas de

las que puedo mencionar son Google Books, Google Scholar que poseen fuentes confiables”, confirma Paredes.

En cuanto a su influencia, menciona que “ha delimitado la comunicación física porque la concentración al teléfono es mayor que la del acompañante por ello se pierde la atención visual al hablar cara a cara y llega a ser una falta de respeto. En el aspecto intelectual, en muchos casos bloquea a las personas porque ya no les permite pensar sino solo se busca una solución pronta y terminan anotando lo primero que ven sin verificar la fuente, existen fuentes electrónicas verídicas y con información valiosa con temas novedosos, pero se debe saber buscar en la web y así encontrar las paginas confiables”.

Añadió que “los *smartphones* son útiles en la búsqueda de información porque hay fuentes con las que no se contenta físicamente y existen páginas de datos en las que se puede confiar y además permiten estar comunicados en cualquier momento y utilizando diferentes formas como mensajitos, llamadas, aplicaciones, etc., que es de gran utilidad en emergencias, pero el dispositivo se debe usar de la manera adecuada”.

Agrego que “cuando se trata de distancias, la comunicación digital facilita el contacto con las personas de manera fácil y rápida, y enfatizando sobre las bases de datos existen muchas páginas electrónicas confiables que son avaladas por profesionales académicos, pero cuando se trata de conversar siempre se necesita del contacto físico para que sea enriquecedora y natural”.

Finalizo, “en cuanto a las innovaciones tecnológicas de la biblioteca se cuenta con computadoras, tablets, se tienen disponibles las tesis en formato digital, las bases de datos internas, links a bases de datos de otras universidades del país e internacionales y todo esto está disponible en la página web de la biblioteca”.

4.4. Análisis de resultados (triangulación)

Para la realización del análisis se usó la triangulación de resultados la cual consiste en comparar la teoría recolectada y los datos obtenidos y así formar en base a esto, un nuevo criterio de valor sobre cada aspecto importante para la investigación.

A continuación, se ve una gráfica con la cual se observa cómo funciona la triangulación, esta será utilizada para cada uno de los aspectos analizados.

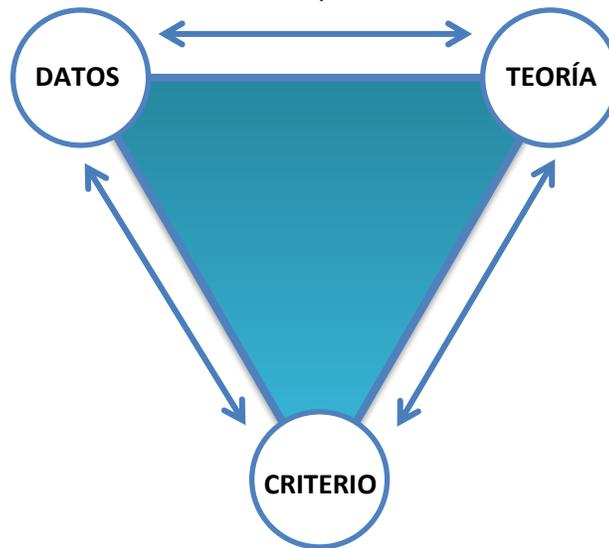


Figura 8, elaboración propia.

Se buscaba conocer cuál es *la posición del smartphone como nueva tecnología*, esto corresponde a la gráfica 7, ¿cuál es la tecnología preferida de los jóvenes?, los datos obtenidos por más de la mitad de los encuestados fue que prefieren los *smartphones*, la teoría muestra según los resultados de Jackeline León (2012) que es porque “son aparatos que combinan las funciones de una computadora personal con las de un teléfono celular”, y reforzando lo anterior Cardona (2014) agrega “crean una comunicación accesible que vino a evolucionar al mundo, debido a la facilidad con la que se presta un servicio y la comodidad de tener un aparato de estos, el cual da un servicio de comunicación no importando el lugar donde se esté”.

Por lo tanto, se concluye que prefieren los *smartphones* porque la telefonía celular sigue evolucionando día a día, unificando las diferentes pantallas en una sola, además se ha transformado en un aparato con gran auge y aceptación, el cual se ha ido introduciendo en los hogares con facilidad, convirtiéndose en una parte importante en las diferentes áreas de la vida de los jóvenes, ofreciendo una extensa variedad de herramientas que siguen renovándose.

A partir de lo anterior se observa cuáles son *los principales motivos para obtener un smartphone*, según Javier Lillo (2015), los *smartphones* cumplen con un rol fundamental en la vida de cualquier persona por su movilidad y gran accesibilidad a la información por medio de Internet, también sus aplicaciones les permiten acceder a redes sociales, mensajería instantánea, navegadores, información y entretenimiento, además Paredes agrega que es necesario para emergencias.

Lo anterior se refuerza con las gráficas 1,2 y 3, en donde se comprueba que el principal motivo para poseer un *smartphone* es por la accesibilidad porque permite acceder a varios servicios de manera cómoda ya sea con Internet o sin Internet, a través de sus diferentes aplicaciones y herramientas integradas, siendo uno de sus grandes atractivos la conectividad a Internet, esto convierte al *smartphone* en un aparato completo y adictivo ya que según los datos los jóvenes se conectan a Internet todos los días a través de su *smartphone*, mostrando la gran aceptación que ha adquirido, siendo además un aparato personal y privado.

Por lo tanto se observa que los jóvenes han aprobado los avances de la tecnología celular tanto que ha empezado a desempeñar un papel importante en la comunicación interpersonal, transformándola y llevándola a nuevos horizontes ya que gracias a los *smartphones* se acortan distancias y se tienen más opciones de comunicación; de esa manera la comunicación deja de limitarse y se expande de una forma acelerada, esto representa pasos gigantescos en la evolución humana siempre y cuando, esta sea usada de la manera correcta, sin perder la esencia de la comunicación física y personal.

El fenómeno de estar *enganchado al smartphone* se ha ido incrementando gradualmente, Echeburúa y Requesens (2012) comentan que los principales factores que fomentan las cualidades adictivas a estos son facilidad de acceso a Internet, disponibilidad, falta de límites, distorsión de tiempo mientras se está conectado, anonimato, sentimiento de desinhibición y coste bajo en comparación a otros.

Respondiendo a esta interrogante se utilizó la gráfica 15 para medir el grado de adicción de los jóvenes y se obtuvo que el 40% de los encuestados se consideran adictos en un 50%, seguido por un 15% que se consideran un 60% adictos, aquí se pone en evidencia que cada vez es mayor el número de personas que van haciéndose dependientes de los *smartphones* por las diferentes herramientas que poseen y ofrecen, las cuales se van renovando a gran velocidad.

Las preferencias para comunicarse de los jóvenes según los datos recolectados en la gráfica 8, son las llamadas telefónicas y las redes sociales, Beryl (1982) explica que esto se debe a que en una conversación telefónica se puede dar una interacción mutua, quien llama necesita identificarse e identificar a quien está hablando aunque la naturaleza siempre es indirecta y Patricia Rivera (2014) agrega que los *smartphones* han intensificado la actividad digital, en la utilización de las redes sociales debido a que han abierto la posibilidad de poder conectarse casi desde cualquier lugar, un estudio realizado por Nielsen (US) muestra que el acceso a las redes sociales desde el móvil ha aumentado al 63% mundialmente.

Con respecto a lo anterior, las gráficas 12 y 13, muestran que los jóvenes prefieren comunicarse con sus amigos y familiares utilizando la comunicación personal porque es clara, sencilla y más honesta aunque según los datos de la gráfica 14 se muestra que las visitas personales a los amigos ya casi no se realizan debido a la facilidad de interacción que ofrecen los *smartphones*, lo mismo sucede con la familia lejana, pero a pesar de eso se sabe que la mejor comunicación es la personal sin embargo se está reemplazando rápidamente.

El uso de los móviles *modifica las actitudes al estar acompañado*, según Morales y Fayer (2012), esta nueva tecnología ha cambiado el estilo de vida de las personas; su propósito es facilitar la vida, pero el problema es remplazar la comunicación personal por la tecnología móvil, despersonalizándola y aislando a los individuos del entorno, esto es confirmado por la Licda. Paredes en la entrevista realizada.

Según las gráficas 9, 10 y 11, se concluye que casi siempre la tecnología celular aísla al joven del entorno y que aun cuando están con amigos lo usan, pero solo de ser necesario, los usos comunes son en 1/3 para revisar las redes, para llamar o no se usa. Las gráficas 16 a la 18 muestran la conducta al ser interrumpida la comunicación personal, concretamente cuando la persona que es acompañante recibe una llamada, casi siempre es incómodo y viceversa, por eso en esta situación siempre se disculpan y luego contestan, respetando al acompañante.

Se verifico cuáles son los efectos del uso del *smartphone* en la comunicación interpersonal y estas son la optimización y rapidez de las formas de comunicación, pero se debe tener cuidado de no convertirse en adictos al móvil y de prestar atención al alrededor y así no remplazar la comunicación personal por la digital.

La gráfica 6 muestra *los principales usos que los jóvenes le dan a los smartphones* teniendo el primer lugar chat y mensajería instantánea, el segundo búsqueda de información académica y en tercero redes sociales, en la gráfica 5 se descubre que las aplicaciones más populares entre los jóvenes son WhatsApp y Facebook, y la gráfica 4 revela que los jóvenes se conectan a Internet de una a dos horas diarias a través de su *smartphone* para usar alguna de las aplicaciones o redes antes mencionadas.

Esto ocurre según Echeburúa y Requesens (2012) porque los jóvenes pasan cada vez más tiempo frente a sus teléfonos, estudios prueban que los menores están conectados a Internet durante más de 2 horas diarias y ven televisión otras 3.5 horas, si esto aumenta se debe tomar medidas para que no llegue a adicción.

En el marco teórico se encuentra todo lo que se necesita relacionar sobre la comunicación, la comunicación interpersonal y la interacción con los *smartphones*.

Después de analizar los usos que los jóvenes le dan al *smartphone*, se ve *si estos han cambiado positivamente la comunicación interpersonal*, en la gráfica 20, el 53% opina que estos cambian positivamente la comunicación ya que gracias a estos se acorta distancias, facilita la comunicación (reuniones y expresarse), rápida, se conoce a otras personas, es una herramienta alternativa, transmisión de archivos, es cómoda pero el 47% opina que no, porque la comunicación humana es irremplazable, se pierde contacto personal y atención al entorno, hay interferencias, no hay sinceridad, se dan malas interpretaciones, anonimato (diferente personalidad), poca espontaneidad, pérdida de tiempo y privacidad, sin embargo el principal problema es el uso inadecuado, porque facilita la vida pero se debe saber usar en tiempo y espacio.

Por último interesa conocer *si la comunicación interpersonal es más enriquecedora a través del smartphone o del contacto físico*, según la gráfica 19, el 98% de los jóvenes opinan que el contacto físico o comunicación interpersonal cara a cara es indispensable y única porque es una comunicación completa, se conoce a la persona, es fluida y se tiene una total atención, se da una interacción directa, no depende de un aparato intermediario, se comparten gestos, risas, sentimientos, se escucha la voz, contacto visual, es amena, en la mayoría de veces no hay malas interpretaciones (mensaje claro y comprensible), es efectiva y eficiente y se está acostumbrado a esta comunicación. Sin embargo, el 2% opina que la comunicación a través de un aparato o actualmente conocida como comunicación digital es la mejor debido a su rapidez, efectividad y facilidad de uso.

En conclusión, los teléfonos inteligentes han cambiado la comunicación a gran escala debido a que la mayoría depende al menos en un 50% al móvil y esto modifica el comportamiento y conducta a la hora de interactuar y por ello se han y seguirán cambiando las relaciones interpersonales y el entorno de las mismas.

4.5. Cuadro de hallazgos

Con base a los objetivos planteados se muestra un cuadro con el resumen de los hallazgos obtenidos, según las dimensiones de la investigación.

Objetivos específicos	Dimensiones	Indicadores	Hallazgos
<p>Verificar cuál ha sido el efecto en las relaciones interpersonales de los jóvenes debido al uso de los teléfonos inteligentes.</p>	<p>Social</p>	Comunicación	<p>Acorta distancias y tiene más opciones de comunicación; y así deja de limitarla y se expande de una forma acelerada.</p>
		<p>Nivel de atención y modificaciones sociales</p>	<p>Una de las modificaciones en las actitudes al usar el móvil cuando se está acompañado ha sido la pérdida de atención al entorno y algunas veces al acompañante.</p>
		<p>Preferencias comunicativas</p>	<p>Las preferencias para comunicarse de los jóvenes son las llamadas telefónicas, las redes sociales y en 1er lugar la comunicación personal dependiendo de la persona, aunque no siempre es posible utilizarla.</p>
		<p>Cambios y efectos sociales</p>	<p>Uno de los efectos del uso del <i>smartphone</i> en la comunicación interpersonal es que la comunicación personal poco a poco se ve remplazada por la digital, ya que es más utilizada en un 95%.</p>
		<p>Dependencia</p>	<p>Los jóvenes se consideran enganchados o adictos al <i>smartphone</i> en un 50% o más, esto es lógico debido a que es un aparato novedoso pero su uso debe ser cuidadoso y controlado para evita depender de estos.</p>

Cuadro 2, elaboración propia con base a (Sampieri, 2010, p.212).

<p>Analizar qué papel ha desempeñado el uso de los teléfonos inteligentes en la comunicación y como ha sido aceptada por los usuarios.</p>	<p>Tecnológico</p>	<p>Posición</p>	<p>El <i>smartphone</i> posee la primera posición de preferencia como nueva tecnología.</p>
		<p>Frecuencia</p>	<p>Los jóvenes han aceptado la tecnología celular al grado que desempeña un papel importante en la comunicación interpersonal, se mide con la frecuencia de uso el 86% de los jóvenes lo usan entre 1 a 2 horas diariamente.</p>
		<p>Conectividad y motivos para poseer un <i>smartphone</i></p>	<p>Los principales motivos para obtener un <i>smartphone</i> son la accesibilidad, el uso personal y la conectividad, esto ha hecho que se convierta en una necesidad.</p>
		<p>Uso de Internet</p>	<p>Los principales usos que los jóvenes le dan a los <i>smartphones</i> son chat, mensajería instantánea y búsqueda de información académica.</p>
<p>Determinar cuáles son los usos más significativos de los teléfonos inteligentes en la comunicación interpersonal de los jóvenes.</p>	<p>Psicológico</p>	<p>Uso de los <i>smartphones</i> (Interpersonal)</p>	<p>La tecnología celular debe ser usada correctamente, sin perder la esencia de la comunicación física y personal.</p>
		<p>Valores comunicativos</p>	<p>La comunicación personal es irremplazable ya que es la más completa en todos sus elementos en el proceso de la comunicación, pero no se debe olvidar que la tecnología abre las puertas a nuevas formas de comunicación.</p>
		<p>Influencia</p>	<p>En conclusión, de la influencia del uso de los teléfonos inteligentes en la comunicación interpersonal son los cambios, modificaciones del comportamiento y conducta al momento de interactuar (adicción, pérdida de privacidad y de atención al entorno, facilidad de comunicación, comodidad, rapidez, contacto con personas, despersonalización, etc.)</p>

Cuadro 2, elaboración propia con base a (Sampieri, 2010, p.212).

Conclusiones

- ✓ Los principales usos que los jóvenes le dan a los teléfonos inteligentes están enlazados con obtener una comunicación interpersonal rápida a través de llamadas telefónicas, mensajería instantánea, chats o redes sociales online, estas son sus formas de comunicación preferidas porque brindan interacción eficaz, cómoda y contacto inmediato, debido a esto poco a poco se ha reemplazado la comunicación personal por la digital.

- ✓ Los efectos en las relaciones interpersonales por el uso de los teléfonos inteligentes se ven reflejados en diferentes aspectos algunos de ellos son: el 41% de los jóvenes pierden la atención al entorno cuando utilizan los *smartphones*; cuando necesitan comunicarse con sus familiares y amigos, el 95% usa la comunicación digital y el 5% la personal, pero al momento de calificar que comunicación es mejor, el 80% opina que la personal es la más enriquecedora por ser clara, honesta y poseer características únicas como el tono de voz, los gestos, entre otros.

- ✓ Los teléfonos inteligentes han comenzado a desempeñar un papel importante en la comunicación interpersonal ya que el 52% de los jóvenes que usan un teléfono inteligente (*smartphone*), la consideran su tecnología preferida para acceder a Internet y a sus redes sociales, las más utilizadas son Facebook y WhatsApp, asimismo el 86% se conectan a Internet de 1 a 2 horas todos los días, esto deja en manifiesto la gran aceptación de los teléfonos inteligentes.

- ✓ El principal motivo para poseer un teléfono inteligente es la accesibilidad, ya que esta permite el acceso inmediato a los contenidos y a la comunicación, esto influye en la conducta y comportamiento de los jóvenes, por ejemplo, cuando interactúan con amigos, el 27% lo usa para contestar llamadas o revisar redes sociales y el 28% no lo usa, esto comprueba que los jóvenes aun le dan importancia a la persona que se encuentra físicamente presente y el 40% atiende al móvil frecuentemente.

Recomendaciones

- ✓ Los teléfonos inteligentes son herramientas para facilitar la comunicación entre las personas, úselos de la manera más adecuada sin exceder su tiempo de uso y aprovechando al máximo sus ventajas.
- ✓ Si se encuentra en una situación en la que el uso del móvil no es apropiado, pero necesita estar en comunicación por razones de su profesión o personales, debe colocar el teléfono en vibrador, esto le permitirá filtrar sus llamadas y contestarlas según su conveniencia.
- ✓ En algunas actividades de concentración como conducir un automóvil, tenga precaución de no distraerse al hablar, para no causar un accidente. Use el celular cuando las circunstancias del tráfico lo permitan o preferiblemente utilice el altavoz o el aparato de manos libres (FreeHands).
- ✓ Desconfíe de las páginas que le ofrezcan algún premio, es probable que le pidan algo a cambio, este tipo de sitios webs siempre tienen un objetivo concreto, no caiga en la tentación, tampoco brinde datos falsos, ni mucho menos los verdaderos debido a que muchas veces usan sus datos para crear personalidades falsas o para fines ilícitos y cuida lo que publiques en las redes sociales ya que está al alcance de todo el mundo.
- ✓ Algunas aplicaciones son herramientas para que se mantenga en contacto con sus amigos personales y familiares, no las use inadecuadamente y saque el potencial de las mismas ya que son instrumentos diseñados para facilitarle muchas tareas, como por ejemplo buscadores, traductores, entre otros, que deben ser usados con fines académicos.
- ✓ Si tiene algún problema, hable con sus padres o personas de confianza y no con desconocidos. Tenga por seguro que le ayudaran a solucionarlo.

Bibliografía

Ballenato Prieto, Guillermo, (2014). *Comunicación eficaz: teoría y práctica de la comunicación humana*. Madrid: Ediciones Pirámide.

Berlo, David K, (1985). *El proceso de la comunicación*. México: Editorial El Ateneo.

Beryl, Williams, (1982). *La comunicación efectiva*. Argentina: Ediciones Lidiun, Ateneo.

Cardona Rodríguez, Yésica Ninett, (2014). *El uso del teléfono celular como barrera de comunicación familiar*. Tesis de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad San Carlos de Guatemala.

Coronado, Eddy (2014, noviembre 9). *Revolución en smartphones*. *Prensa Libre*, p. 10.

Coronado S.J, Juan José, (1992). *La comunicación más allá de la apariencia*. México: Editorial Universidad ITESO, talleres offset Santiago.

Chóliz, Mariano y Marco, Clara, (2012). *Adicción a Internet y redes sociales*. España: Psicología Alianza Editorial.

De la Torre, Álvaro, (2003). *1,000 consejos sobre Buenas Maneras*. Madrid, España: Ediciones Servilibro.

Echeburúa, Enrique y Requesens, Ana, (2012). *Adicción a las redes sociales y Nuevas tecnologías en niños y adolescentes*. Madrid: Ediciones Pirámide.

Equihua, Saúl M., (2007). *Biblioteca digital: conceptos, recursos y estándares*. Buenos Aires: Alfagrama.

Escobar Sobrino, Hipólito, (1983). *El lector, la lectura, la comunicación*. Madrid: Asociación Nacional de Bibliotecarios, archiveros y arqueólogos (ANABA).

Fonseca, Yerena y del Socorro, María, (2016). *Comunicación oral y escrita*. México: Pearson educación.

Gallino, Luciano, (2005). *Diccionario de sociología*. 3era edición. Argentina: Siglo XXI, editores argentina.

García Melero, Luis y García Camarero, Ernesto, (2001). *La biblioteca digital*. Madrid: Arco/Libros.

Gonzáles, Jorge A, (2003). *Cultura(s) y Ciber_cultur@...s: Incursiones no lineales entre complejidad y comunicación*. México: Universidad Iberoamericana.

Guiraud, Pierre, (1976). *La semiología*. 4ta edición. Argentina: Editores Siglo XXI.

Interiano, Carlos, (2003). *Semiología y comunicación*. 8va edición. Guatemala: Editorial Estudiantil Fenix.

León Cifuentes, Jackeline Sofía, (2012). *Comunicación interpersonal entre adolescentes por medio del teléfono Blackberry*. Tesis de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Lillo, Javier, (2015). *Los 360° de la comunicación*. Bogotá: Ediciones de la U.

Marroquín Pérez, Manuel y Villa Sánchez, Aurelio, (1995). *La comunicación Interpersonal, medición y estrategias para su desarrollo*. España: Editorial Ediciones Mensajero.

Martínez Usero José Ángel, (2007). *Nuevas tecnologías para nuevas bibliotecas: desarrollo de servicios de información electrónica*. Buenos Aires: Alfagrama.

McCloskey Colon, Margot, (2001). *Etiqueta para profesionales*. Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Norma.

Moreno Miranda, José Ramón, (2012). *La comunicación analógica versus la comunicación digital*. España: Editorial recursos y habilidades.

Narciso de León, Noel José Estuardo, (2000). *La segunda y tercera generación de la telefonía móvil en Guatemala*. Tesis Facultad de Ingeniería, Universidad San Carlos de Guatemala.

Núñez Noda, Fernando, (2005). *Guía de comunicación digital: Hacia la autonomía en la distribución de mensajes en bits*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello; CANTV; UNESCO. PDF.

Prensa Libre (2016, mayo 24). *Tendencias en la evolución de la comunicación digital*. Por redacción comercial, p. 53.

Prieto Castillo, Daniel, (1985). *Manual de diagnóstico de comunicación*. Quito: CIESPAL.

Reboloso Gallardo, Roberto, (2005). *La globalización y las nuevas tecnologías de información*. México: Trillas UDEM.

Reynzábal, Isabel y Santiuste, Víctor, (2006). *Lenguaje y nuevas tecnologías de la gramática generativa a la tecnología del habla*. Madrid: Editorial CCS.

Rodríguez Gámez, Orlando y Hernández Perdomo, Reynaldo, (2010). *Telefonía móvil celular: origen, evolución, perspectivas*. PDF tomado de Internet.

Ruiz Martínez, Paola Elizabeth, (2006). *Barreras que causa el uso inadecuado del teléfono celular en las relaciones interpersonales*. Tesis de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad San Carlos de Guatemala.

Salazar Solares, Edgar y Mérida Mérida, Pablo, (2008). *Universidad virtual y biblioteca digital para la escuela de zootecnia*. Tesis de Ingeniero en ciencias y sistemas de la Facultad de Ingeniería, Universidad San Carlos de Guatemala.

Sampieri, Roberto, (2010). *Metodología de la investigación*. 5ta edición. México: McGraw-Hill interamericana editores.

Scheaffer, Richard; Mendenhall, William y Ott Lyman, (1987). *Elementos de muestreo*. México: Grupo editorial Iberoamérica.

Suruy Morales, Mireille Jeanneth, (2014). *El Smartphone como barrera de comunicación interpersonal en la familia*. Tesis de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad San Carlos de Guatemala.

Villalba, María, (2012). *Biblioteca de comunicación: expresión y comunicación 2.0. Volumen 2*. Barcelona: editorial Océano.

E-Grafías

Comunicación digital (<http://blablanegocios.com/comunicacion-digital-consiste/>). Tomado el 09/10/17 a las 8:00 pm.

Inés, 2013, Ondula – la tecnología es para las personas (ondula.org/uso-de-redes-sociales-y-smartphones-entre-los-jovenes/). Tomado el 01/04/15 a las 8:30 pm

Marquina Julian, 2014. (<http://www.julianmarquina.es/el-67-de-los-jovenes-presta-mas-atencion-a-su-smartphone-que-a-su-acompanante/>). Tomado el 10/02/15 a la 1:00 pm.

Morales Catalina y Fayer Wayer, 2012 (<https://www.fayerwayer.com/2012/07/la-tecnologia-y-las-relaciones-interpersonales-como-nos-afecta/>). Tomado el 26/03/15 a las 6:00 pm.

NorfiPC 2015 (<http://norfipc.com/Internet/redes-sociales-mas-populares-exitosas-Internet.html>). Tomado el 25/06/2015 a las 4:20 pm.

Protocolo.org – Protocolo & etiqueta (<http://www.buenosmodales.com>). Tomado el 25/03/16 a las 3:30 pm.

Rivera Patricia, 2014. Media-tics, Información y comunicación en el área digital, Madrid (<http://www.media-tics.com/noticia/3070/Moviles-/Los-smartphones-cambian-el-uso-de-las-redes-sociales.html>). Tomado el 03/04/15 a las 6:30 pm.

Smartphone en la vida diaria (<https://sites.google.com/site/usodelossmartphone/>). Tomado el 25/03/15 a las 5:15 pm.



Sexo: F M Edad: _____ Fecha: _____
Facultad: _____ Semestre: _____

Instrucciones: Marque con una "X" la opción con la que se identifique, las respuestas serán utilizadas para la investigación del proyecto de tesis "La comunicación interpersonal y el uso de los teléfonos inteligentes en los usuarios de la Biblioteca Central (USAC)".

1. ¿Cuál es su principal motivo para poseer un Smartphone?
 Por accesibilidad Por obligación
 Por necesidad Por emergencia
 Para recibir llamadas Por diversión
 Por moda Por comunicación familiar
 Para estar conectado con mis amigos Otros, ¿Cuál? _____

2. Mi Smartphone no puede estar sin:
 Saldo Internet Otros _____

3. ¿Con que frecuencia te conectas a internet a través de tu celular?
 Casi nunca Cuatro o seis días a la semana
 Todos los días Uno o tres días a la semana

4. ¿Cuánto tiempo dedicas a las redes sociales en un día normal usando tu Smartphone?
 Menos de una hora Siete o más horas
 Entre una y dos horas Todo el día
 Entre tres y cinco horas

5. Usando tu Smartphone ¿Cuáles de las siguientes Redes sociales y aplicaciones utilizas para comunicarte con tus amigos?
 WhatsApp Facebook
 Messenger Twitter
 Instagram Snapchat
 Otras: _____

6. Cuando tienes la oportunidad de usar Internet desde tu teléfono celular, ¿Para qué lo utilizas?, toma en cuenta los criterios según la siguiente escala y marca una:

Nunca o casi nunca	Rara vez	A veces	Con frecuencia	Siempre o casi siempre
0	1	2	3	4

I	Redes sociales	0	1	2	3	4
II	Chats y mensajería instantánea	0	1	2	3	4
III	navegar en la web	0	1	2	3	4
IV	Buscar información con fines académicos	0	1	2	3	4
V	Buscar y descargar música, imágenes y documentos	0	1	2	3	4
VI	Ver películas, series, etc. sin descargarlos	0	1	2	3	4
VII	Escuchar música o ver videos	0	1	2	3	4
VIII	Juegos on-line	0	1	2	3	4
IX	Otros	0	1	2	3	4

7. ¿Qué prefieres utilizar? Elige solo uno.
 Smartphone Tablet
 Laptop PC de mesa
 Otra, ¿Cuál? _____

8. Cuándo necesitas comunicarte con alguien, ¿Cuál de las siguientes maneras es la que utilizas con más frecuencia?

Llamadas Alguna App
Mensajes de texto Visitar a la persona
Redes sociales Otra: _____

9. ¿Cuándo te reúnes con tus amigos utilizas tú Smartphone?

Siempre Casi nunca
Casi siempre Nunca
A veces

10. ¿Cuándo utilizas tu Smartphone prestas atención a tu alrededor?

Siempre Casi nunca
Casi siempre Nunca
A veces

11. ¿Cuándo estas acompañado por alguien para que utilizas tu Smartphone?

Mensajear (App) Ver videos Llamadas
Revisar las redes sociales No lo utilizo

12. Con los amigos, ¿Qué prefieres para comunicarte?

Usar el teléfono inteligente Comunicación Personal

13. Ámbito familiar, ¿Qué prefieres para comunicarte con los miembros de tu familia?

Usar el teléfono inteligente Comunicación Personal

14. ¿Recibes visitas de tus amigos el fin de semana?

Sí En ocasiones No

15. Del 0 al 100, ¿Cuánto de enganchado estas a tu teléfono celular? (Selecciona)

0%	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------

16. Cuando estoy con una persona y recibo una llamada ¿Qué hago?

Contesto Me alejo y contesto
Me disculpo y contesto No contesto

17. Si alguien que estaba conversando contigo contesta una llamada o mensaje. ¿Qué sientes?

No me importa Me molesta
Me incomoda Me marchó

18. ¿Qué crees que siente la persona con la que estabas conversando al momento de contestar una llamada o mensaje?

No le importa Se molesta
Se incomoda Se marcha

19. ¿Qué tipo de comunicación consideras que es más enriquecedora?

Cara a cara a través de un aparato Otras

Porque: _____

20. ¿Crees que los Smartphones han cambiado positivamente la comunicación interpersonal (cara a cara)?

Sí No

Porque: _____

¡Muchas Gracias!



Entrevista

Tesis: La influencia del uso de los teléfonos inteligentes en la comunicación interpersonal de los jóvenes.

Nombre:

Cargo:

1. ¿Cree que el uso de los smartphones han influido en la comunicación interpersonal de los jóvenes actualmente? (cambios, positivo, negativo)
2. ¿Existe alguna norma o reglamento que prohíba el uso de los smartphones o TIC'S dentro de la biblioteca central?
3. ¿Cuál es el motivo por el que tienen Wi-Fi en la biblioteca?
4. ¿Cree que los smartphones podrían convertirse en barreras de la comunicación interpersonal entre los estudiantes?
5. ¿Cree que los smartphones son útiles para facilitar el acceso de los contenidos a los usuarios de la biblioteca? ¿Cómo?
6. ¿Crees que la comunicación digital es más enriquecedora que la comunicación personal?
7. ¿Cuáles son las innovaciones tecnológicas que tiene actualmente la biblioteca?