



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Área de la Educación, el Arte y la Comunicación

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**“EL USO DE LA MENSAJERÍA INSTANTÁNEA A TRAVÉS DE
DISPOSITIVOS MÓVILES, Y SU INCIDENCIA EN LA CONSTRUCCIÓN DE
UNA NUEVA FORMA DE COMUNICARSE ENTRE LOS ADOLESCENTES DE
LA CIUDAD DE LOJA, PERIODO ENERO-JULIO 2014. LINEAMIENTOS
ALTERNATIVOS”.**

**Tesis previa a la obtención del Grado
de Licenciado en Ciencias de la
Comunicación Social.**

AUTOR: Carlos Rodrigo Yunga Cueva

DIRECTOR: Ing. Wilman Vicente Merino Alberca, Mg. Sc.

**LOJA-ECUADOR
2015**



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA DE LA EDUCACION, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
BIBLIOTECA

CERTIFICA:

Ing. Wilman Vicente Merino Alberca, Mg. Sc.
**DOCENTE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.**

CERTIFICA:

Haber dirigido, asesorado, revisado, orientado con pertinencia y rigurosidad científica en todas sus partes, en concordancia con el mandato del Art. 139 del Reglamento de Régimen de la Universidad Nacional de Loja, el desarrollo de la Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social, titulada: "El uso de la mensajería instantánea a través de dispositivos móviles, y su incidencia en la construcción de una nueva forma de comunicarse entre los adolescentes de la ciudad de Loja, periodo enero-julio 2014. Lineamientos alternativos", de autoría del señor Carlos Rodrigo Yunga Cueva. En consecuencia, el informe reúne los requisitos, formales y reglamentarios, autorizo su presentación y sustentación ante el tribunal de grado que se designe para el efecto.

Loja, 19 de junio de 2015

Atentamente

Ing. Wilman Merino, Mg. Sc.
DIRECTOR



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA DE LA EDUCACION, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
B I B L I O T E C A

AUTORÍA

Yo, Carlos Rodrigo Yunga Cueva, declaro ser autor(a) (es) del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

Autor: Carlos Rodrigo Yunga Cueva

Firma:

Cédula: 1103871719

Fecha: 19 de junio de 2015.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA DE LA EDUCACION, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
B I B L I O T E C A

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Carlos Rodrigo Yunga Cueva, declaro ser autor (a) de la Tesis titulada: El uso de la mensajería instantánea a través de dispositivos móviles, y su incidencia en la construcción de una nueva forma de comunicarse entre los adolescentes de la ciudad de Loja, periodo enero-julio 2014. Lineamientos alternativos, requisito para optar por el Grado de Comunicador Social; y, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los diecinueve días del mes de junio del dos mil quince, firma el autor.

FIRMA:.....

AUTOR: Carlos Rodrigo Yunga Cueva

NÚMERO DE CÉDULA: 1103871719

DIRECCIÓN: Ciudadela La Banda

CORREO ELECTRÓNICO: carlos1987rodrigo@hotmail.com

TELÉFONO: 2541016 CELULAR. 0994321745

DATOS COMPLEMENTARIOS

PRESIDENTA DEL TRIBUNAL. Dra. Bélgica Aguilar Aguilar, Mg. Sc.

PRIMER VOCAL. Lic. Alulema López Fernández, Mg. Sc.

SEGUNDO VOCAL. Lic. Isabel Enríquez Jaya, Mg. Sc.



AGRADECIMIENTO

Expreso mi gratitud a la Universidad Nacional de Loja, a la Carrera de Comunicación Social, por haberme instruido con la más alta calidad teórico-científico para avanzar en mi proceso de formación profesional. Al ingeniero Wilman Vicente Merino, Mg. Sc, director de tesis, por haberme brindado su confianza y mejor apoyo, al brindar sus sabios conocimientos; y, guiarme durante el desarrollo de este trabajo de investigación para de esta manera lograr mi meta, así como a todos quienes de manera desinteresada aportaron para la culminación del presente estudio.

El autor



DEDICATORIA

A mi madre y hermanos que siempre me han apoyado para llegar a conseguir este título; y, que con su sacrificio me han enseñado a valorar la vida, quienes me indujeron para seguir adelante con mi preparación académica y alcanzar mis propósitos.

A todos quienes me incentivaron y brindaron toda su ayuda para dar cumplimiento con mi sueño de ser un profesional en Ciencias de la Comunicación Social. A todos ellos gracias.

Carlos Rodrigo



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
 AREA DE LA EDUCACION, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
 BIBLIOTECA

ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN

BIBLIOTECA: ÁREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN SOCIAL

TIPO DE DOCUMENTO	AUTOR NOMBRE DEL DOCUMENTO	FUENTE	FECHA AÑO	ÁMBITO GEOGRÁFICO						OTRAS DESAGREGACIONES	OTRAS OBSERVACIONES
				NACIONAL	REGIONAL	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	BARRIOS		
TESIS	Carlos Rodrigo Yunga Cueva "El uso de la mensajería instantánea a través de dispositivos móviles, y su incidencia en la construcción de una nueva forma de comunicarse entre los adolescentes de la ciudad de Loja", periodo enero-julio 2014. Lineamientos alternativos.	UNL	2015	NACIONAL	REGIONAL	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	BARRIOS	CD	Lic. en Ciencias de la Comunicación Social
				ECUADOR	ZONA 7	Loja	Loja	El Valle	El Valle, Gran Colombia, La Inmaculada		



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA DE LA EDUCACION, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
BIBLIOTECA

MAPA GEOGRAFICO Y CROQUIS
UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL CANTÓN DE LOJA



CROQUIS DE LA INVESTIGACIÓN: CIUDAD DE LOJA



www.mapaloja.com, consultado julio de 2014



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA DE LA EDUCACION, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
B I B L I O T E C A

ESQUEMA DE CONTENIDOS.

- i. PORTADA
- ii. CERTIFICACIÓN
- iii. AUTORÍA
- iv. CARTA DE AUTORIZACIÓN.
- v. AGRADECIMIENTO
- vi. DEDICATORIA
- vii. MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO
- viii. MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS.
- ix. ESQUEMA DE CONTENIDOS
 - a. Título
 - b. Resumen (Castellano e inglés) SUMMARY.
 - c. Introducción
 - d. Revisión de literatura
 - e. Materiales y métodos
 - f. Resultados
 - g. Discusión
 - h. Conclusiones
 - i. Recomendaciones
 - ✓ Propuesta Alternativa
 - j. Bibliografía
 - k. Anexos
 - Proyecto de Tesis.
 - Otros anexo

a.- TITULO

“EL USO DE LA MENSAJERÍA INSTANTÁNEA A TRAVÉS DE DISPOSITIVOS MÓVILES, Y SU INCIDENCIA EN LA CONSTRUCCIÓN DE UNA NUEVA FORMA DE COMUNICARSE ENTRE LOS ADOLESCENTES DE LA CIUDAD DE LOJA, PERIODO ENERO-JULIO 2014. LINEAMIENTOS ALTERNATIVOS”.

b.- RESUMEN

En el presente apartado se encuentra la parte esencial de este trabajo, donde se puede evidenciar una explicación total sobre los componentes de la misma, desde el instante de observarse la problemática hasta plantear lineamientos para solucionarla, por ello el interés de hacer un estudio de: **El uso de la mensajería instantánea a través de dispositivos móviles, y su incidencia en la construcción de una nueva forma de comunicarse entre los adolescentes de la ciudad de Loja, periodo enero-julio 2014. Lineamientos alternativos**, para lo cual se precisó un examen directo de cómo los jóvenes de la parroquia el Valle, del cantón Loja hacen uso de la mensajería instantánea por medio de los dispositivos móviles y la construcción de una nueva forma de comunicación, pudiéndose determinar que a los jóvenes les interesa enviar el mensaje antes que la forma de cómo está escrito, pese a que son conscientes que de alguna manera se atenta contra la gramática, es decir que si existe una influencia para no escribir en lenguaje escrito, los adolescentes consideran a esta situación como una manifestación o costumbre de poder comunicarse más rápidamente por medio de los mensajes cortos de texto. Los objetivos tanto generales como específicos fueron comprobados mediante el trabajo de campo, por cuanto todos escriben como les parece al enviar un contenido al instante. Lo anteriormente señalado se halla representado en cuadros estadísticos y explicados en los análisis e interpretaciones. Además, se emplearon los métodos científico y estadístico, que contribuyeron a recopilar información valedera para dar explicación lógica al presente estudio. Las técnicas como: la encuesta y entrevista fueron necesarias para obtener opiniones específicas para entender de mejor manera el fenómeno, por lo tanto darle una solución, a través del planteamiento de la propuesta

alternativa que se encuentra posterior a los apartados de las conclusiones y recomendaciones.

Palabras clave: Mensajes cortos de texto, mensajería instantánea, dispositivo móvil, lenguaje escrito, expresión escrita.

c.- INTRODUCCIÓN

La importancia de los medios de comunicación está determinada por el uso que las personas le dan a los mismos, independientemente de cual sea. Hoy en día es fácil mantener contacto al instante o en tiempo real, a través de la Internet o mediante el celular, es decir se cumplen procesos de interrelación con cualquier individuo aunque este se encuentre en otra geografía cercana o lejana.

En este contexto y una vez realizado un estudio detenido y luego de haber hecho un examen detenido sobre: El uso de la mensajería instantánea a través de dispositivos móviles, y su incidencia en la construcción de una nueva forma de comunicarse entre los adolescentes de la ciudad de Loja, como problemática motivo de averiguación, sobre la mensajería instantánea, ha permitido construir ideas realidades respecto a la forma en como son escritos, conforme lo señalan los resultados arrojados por el estudio de campo. Los objetivos planteados en el estudio fueron: conocer si el uso de la mensajería instantánea que envían los adolescentes de la ciudad de Loja, por medio de dispositivos móviles, contribuye a la creación de nuevas formas de comunicarse y dinamizarla, además: verificar si las personas que promueven la mensajería instantánea y contribuyen a la generación de un nuevo discurso juvenil. Verificar si la mensajería instantánea mediante los dispositivos móviles promueve una interacción social. Analizar porque los adolescentes usan del lenguaje icónico en la mensajería instantánea y finalmente diseñar una propuesta alternativa que permita a los jóvenes de nuestra ciudad enviar y recibir mensajes de texto que contribuyan a la generación de una adecuada forma de comunicación.

Con estos antecedentes y para conocer como la mensajería instantánea genera influencia en los jóvenes, se aplicó encuestas, a través de las cuáles se pudo conocer las opiniones respecto a la temática motivo de estudio, por ello se tomó una muestra representativa de 400 personas, luego de haberse considerado un universo de 215 mil habitantes, conforme al último censo de población y vivienda realizado en el 2010.

Toda la información se halla interpretada y representada en cuadros y gráficos estadísticos, cuyos resultados permitieron verificar como los jóvenes emplean la mensajería instantánea, por medio de un dispositivo móvil como el celular, y demás dispositivos electrónicos por ende se necesita conocer si están construyendo una nueva forma de comunicación. Asimismo, se plantea una propuesta la misma que dará solución al problema, lo que sin duda sería un aporte desde el punto de vista social.

CONTENIDOS

Los contenidos que se presentan en el presente informe se pueden visualizar a seguidamente, muchos de ellos formar parte de la revisión de literatura tales como: Mensajes cortos de texto, expresión escrita y lenguaje visual, conceptos que son explicados para comprender y profundizar en la temática, posteriormente se encuentran, los materiales y métodos con sus componentes; y, técnicas respectivas luego los resultados, discusión, conclusiones, recomendaciones y la respectiva propuesta alternativa. Todos estos son los contenidos que integran el presente informe.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

Mensajes cortos de texto

Los servicios de mensajería corta por medio de los celulares o entre estos, que en la actualidad está disponible en una amplia gama de redes, donde se pueden incluir hasta 160 caracteres, a los cuales se les puede dar formato o a su vez encadenarlos uno tras de otro con el fin de brindar mayor longitud, aquí se pueden incluir imágenes y sonidos de pequeño tamaño, con el propósito de darles mayor dinamismo y crear acciones especiales en la persona o personas que emplean la mensajería instantánea. Juan Corredor, un estudioso sobre la importancia de ese sistema de comunicación, indica que: “Hay quienes relacionan el descenso cultural y el creciente desconocimiento de las reglas básicas de la lengua escrita con el nacimiento del lenguaje chat” (Corredor, 2005, p. 68).

Por su parte Laura Naranjo (2008), sostiene que:

En el caso de los teléfonos móviles o celulares hereda directamente del telégrafo, en este caso, encontramos también con un medio restrictivo, pues los mensajes cortos pueden contener un máximo de 160 caracteres, lo cual limita la cantidad de palabras que se pueden utilizar para comunicarse. Adicionalmente, en ciertos terminales móviles, el correcto uso de los acentos puede conducir a una reducción del número de caracteres disponibles para el mensaje debido a las carencias del alfabeto utilizado (Naranjo, 2008, p. 7).

Teniendo presente las aseveraciones de Corredor (2005) y de Naranjo (2008), por un lado se puede añadir que se estaría atentando contra las normas y reglas gramaticales y por el otro que la economía del texto puede significar ahorro de recursos como: el tiempo y dinero.

Para contribuir al entendimiento del uso de este tipo de lenguaje, se han creado los SMS, especialmente de las abreviaturas tales como: to2 por dos, qdms a ls 8, por quedamos a las 8 que sería lo más correcto y usual, por ello es que se han creado diccionarios para

guiar a los que no conocen de las abreviaturas que se emplean en los mensajes cortos de texto difundidos a través de los móviles.

Hay tantas formas de escribir mensajes de texto, como personas que dedican gran parte de su tiempo para hacerlo, siendo el principal grupo los jóvenes, por lo tanto se estaría creando el primer diccionario donde se consideren estas abreviaturas, por cuanto en el dispositivo móvil no existe el suficiente espacio para redactar un mensaje, por ello la economía en las palabras aunque para muchos no es lo más correcto. Aunque se trataría con ello mostrar lo que está aconteciendo hoy en día.

Mensajería instantánea

Esto se trata de un punto intermedio entre los sistemas de chat y también los mensajes de correo electrónico, serían las herramientas de mensajería instantánea, son programas gratuitos que residen en el escritorio y mientras exista una conexión a Internet estarán activos. Se habla de WhatsApp, Facebook, Messenger y otros.

La mensajería permite intercambiar mensajes de texto entre usuarios que por lógica tienen la necesidad de comunicarse, por lo tanto un servidor muestra con anterioridad los estados, si están disponibles, no disponibles o desconectados del área de intervención, es decir del dispositivo que les muestra tal disponibilidad o no de una lista de usuarios que están registrados como amigos especialmente.

Este tipo de comunicación se lo hace en tiempo real, esto implica según Marcelo Fernández (2009), “el envío de pequeños o simples mensajes que son inmediatamente enviados a los usuarios conectados o con presencia activa en ese preciso momento” (Fernández, 2009, p. 67).

La mensajería instantánea se extenderá a las videoconferencias, que son utilizados más por los jóvenes que por los adultos, por las actividades que ellos mismos realizan, entonces por ello su crecimiento en todo el mundo.

Cabe aclarar que todas estas arquitecturas propuestas intentar imponerse bajo un esquema P2P híbrido, ya que existe un servidor que concentra la información de estado, pero el intercambio real de mensajes y recursos ocurre directamente entre nodos pares (Tolosa, 2008, p. 67).

Sin duda que debe existir un servidor que está disponible para establecer comunicación por medio de redes conectadas, las mismas que son utilizadas por las personas que están disponibles para establecer contacto, que pueden estar ubicados en cualquier parte del planeta. Esta es una de las ventajas disponibles y que pueden ser aprovechadas en cualquier momento.

Dispositivo móvil

César Tardaguila, (2012), especialista en multimedia, sostiene que los dispositivos móviles son aparatos pequeños para poder transportarlos de un lugar a otro y que pueden emplearse en cualquier momento, se pueden conectar además a cualquier red inalámbrica, en la actualidad se habla de la conectividad a través de WiFi, obviamente donde existe disponibilidad de la Internet.

En el mundo lo móvil está de moda, no hay más que visualizar a nuestro alrededor para darnos cuenta. Un ejemplo muy común son los usuarios de telefonía móvil debido a que estos se han multiplicado hasta límites no previstos, convirtiéndose en el mayor y más difundido exponente de ese mercado. No obstante, no es solo el teléfono, también están los reproductores MP3, las consolas de juegos, las agendas y asistentes personales y las computadoras portátiles o mejor conocidas como laptops (www.alegsa.com).

Esta clase de sistemas tienen la gran ventaja para su uso en virtud de que se pueden transportar a cualquier parte, es decir que el usuario aunque esté viajando puede establecer alguna conexión o enviar información si así lo considera necesario, aunque estos resulten

pequeños, lo que vendría a constituirse también en un problema, sin embargo puede emplearse teclados extras, en virtud de la incorporación de los mismos y la limitación para establecer una escritura correcta.

Las personas cada vez encuentran más ventajas en los dispositivos móviles ya que al ser un medio de comunicación y herramienta de trabajo tiene las posibilidades de conectarse a Internet, es decir hacer de la vida más común y sobre todo práctica.

Los usuarios de dispositivos móviles son mayores a los 13 años de edad y lo hacen a través de wifi contratado o de acceso público, mediante plan de datos contratado o de un plan de datos prepago, en este sentido el uso de tales herramientas electrónicas es para hacer uso de las redes sociales en especial y en menor proporción por correo electrónico.

Lenguaje escrito

El lenguaje del chat se constituye en una forma abreviada de escribir un mensaje para que sea más corto y rápido sobre todo. Tomando en consideración la teoría de la comunicación social constituiría una simbolización especial al idioma que es propio, aplicados a los SMS o mensajería instantánea, en este sentido se puede añadir que el lenguaje no tiene universalidad, por lo tanto cada idioma tiene sus propias reglas y la fonética de cada lengua.

Los chat surgen como una alternativa de comunicación por ello es común observar la falta de tildes, sacrificándose las normas y reglas gramaticales, con el pretexto de la rapidez o ahorro de tiempo y sobre todo de dinero.

De la misma manera, esta clase de lenguaje, podría adolecer de comunicación extra, por ejemplo se puede establecer una conversación face to face, en la cual no cuentan las propias palabras sino los movimientos que se puedan emplear, por ello el uso de emoticonos, los mismos que atraen el interés de los usuarios (Yus, 2001, p. 70).

En este contexto se podría decir que en la escritura se reemplaza palabras por medio de simbologías, es decir se usan letras que las reemplacen pero que suenan similar, entonces la forma de escribir que utilizan los jóvenes vendría a constituirse en una nueva forma de lenguaje, con lo que se estaría alterando la realidad misma de la gramática. Esto sin duda vendría a constituirse en los cambios de fonemas y grafemas que se observan constantemente en los celulares y chats especialmente.

Para Bertha Nogueira (2008), estudiosa de la lengua castellana:

Existe un buen número de personas que considera que el uso del lenguaje chat supone un empobrecimiento de la lengua y un retroceso en la cultura y la difusión de ortografía y otras normas lingüísticas, llegando a calificarlo de aberración. Sin embargo, no son pocos los que consideran que dependiendo del contexto, este tipo de lenguaje son comprensibles o incluso recomendables (Nogueira, 2008, p. 126).

Tomando en consideración estas aseveraciones se considera que la economía de letras, al momento de enviar un mensaje corto de texto por medio de un dispositivo móvil trata de la rapidez y síntesis.

Expresión escrita

El escribir correctamente significa un esfuerzo que en muchas ocasiones resulta algo forzoso, sin embargo lo más recomendable es que se trate de hacerlo correctamente para evitar una serie de errores que suelen presentarse en un escrito, por ello la necesidad de tener sumo cuidado.

En cuanto al proceso de escritura Lomas (2005) dice:

Escribir constituye fundamentalmente una actividad que se realiza en situaciones concretas, diferenciadas y con propósitos claros. Producir un texto escrito surge la necesidad de comunicarnos. La escritura es una mera actividad gramofotriz, centrada en desarrollar aspectos caligráficos y ortográficos. En este sentido restringido, el énfasis en la producción de textos coherentes que responden a una situación comunicativa (Lomas, 2005, p.67).

Por otro lado los mensajes de texto, según Charles Espinoza Méndez (2007) indica que: “mensajes cortos o SMS es un servicio disponible en los teléfonos móviles que permite el envío de mensajes cortos (también conocidos como mensajes de texto, o más coloquialmente, textos o mensajitos) entre teléfonos móviles, teléfonos fijos y otros dispositivos de mano. SMS fue diseñado originariamente como parte del estándar de telefonía móvil digital GSM, pero en la actualidad está disponible en una amplia variedad de redes, incluyendo las redes 3G” (Espinoza, 2007, p. 45).

Lenguaje visual

Según Gómez T. (2012). El lugar y el tiempo donde se observa la imagen son muy importantes. Las interpretaciones que se hacen de la misma son muy diferentes, no por las vivencias y recepciones receptor sino también por el lugar y el momento concreto en el que se consume. No es lo mismo ir al cine que ver una película en casa, de la misma manera que no es igual observar una imagen a los 15 años que a los 40.

La percepción y la asimilación que se tenga de un producto visual depende, en gran medida de contexto espacio temporal. Las variaciones espacio – temporales pueden modificar sustancialmente el significado de un artefacto visual.

Las pinturas rupestres, por ejemplo, tenían un claro significado en el momento de ser realizadas. Sin embargo en la actualidad hay muchas hipótesis, y ninguna realmente probada, que expliquen su origen o la finalidad de las mismas.

Existen muchas interpretaciones para explicar una imagen, tantas como receptores. Hay sin embargo una especial, la interpretación histórica, es decir, la interpretación que le da el autor a lo que está realizando en el momento de la creación.

El hecho de que los productos audiovisuales no tengan una sola interpretación no significa que tengan explicaciones ilimitadas.

Es importante al mecanismo de referencia, esto es, a las pistas que el emisor transmite en su mensaje visual. Comprender una imagen implica preguntar que nos quiere decir esa imagen, cual es el mensaje que nos quiere transmitir. Solo así se puede llegar a un nivel más profundo de entendimiento del lenguaje visual. Para alcanzar a asimilar realmente un producto visual es necesario conocer las herramientas que se han empleado para configurarlo (Gómez, 2012, p, 45).

Este documento parece interesante, por ello me atrevo a interpretar según mi cosmovisión y sobretodo el compartir con muchas ideas, que considero interesantes, con ello no pretendo decir que sea la realidad, sino que acompañan a los pensamientos propios, por lo tanto el lenguaje visual hacia un escrito de tal magnitud, es que se pretende decir con algo que se ve, y aún más ese algo cuando se lo observa, entonces es de acuerdo a como se ven las cosas. Es decir que significa y como se lo explica, se torna un tanto complejo, porque la persona que lea estas líneas opinara distinto eso sin duda que ocurrirá.

La comunicación y los adolescentes

Ningún actor político, social o económico del país podría pensar en estrategias de inclusión en la sociedad, de defensa de sus derechos y de lograr invasiones sin tomar en cuenta la necesidad de tener voz y participar con la sociedad a la que pertenece.

La evolución de los modos e instrumentos de interacción humana ubica a la comunicación mediática como uno de los recursos principales, tanto por su importancia para el acceso a la información como por la necesidad obvia de conseguir un espacio, imprescindible para generar y dar a conocer noticias, hechos y opiniones. No obstante, muchos de los actores que tienen pocas oportunidades y espacios para difundir sus mensajes a través de los medios cuentan con otras posibilidades de conseguir visibilidad, como el uso del espacio público y otras acciones con las que esperan ser escuchados (UNICEF, 2012, P. 2).

Pero hay una gran excepción en este universo complejo: la adolescencia no; además, por lo común, no son tomados en cuenta a la hora de hacer aportes a la sociedad a la que pertenecen, inclusive en los temas que más estrechamente les conciernen.

Es así que, en atención a los derechos de la adolescencia contemplados en la Convención de los Derechos del Niño, el Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) tratan y luchan siempre para que los derechos sean cumplidos en función de sus intereses, porque cada ser humano tiene la obligación de informarse, comunicarse de diferentes

formas, es decir nadie puede abolir aquello, por cuanto cada uno debe integrarse a la sociedad por medio de la comunicación.

Una gran parte de la comunicación reproduce y refleja la discriminación que padecen los adolescentes en la sociedad. Este segmento de la población, que salvo en el caso de los adolescentes estudiantes casi no tiene instancias de representación social, no es tomado como un actor social en paridad con los demás, con su capacidad de hacer aportes al conjunto que integra, les motiva para opinar y decidir sobre los asuntos que le pertenecen. Como afirma la organización internacional Save the Children (2012), nuestras sociedades son “adulto céntricas”: organizadas y pensadas por adultos, en función de sus intereses y obligaciones, sobre todo para garantizar las condiciones de la productividad que el sistema les impone.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Materiales Utilizados

Computadora portátil

Infocus

Reglas

Pantalla

Tinta

Papel

Plegables

La presente investigación constituyó un análisis descriptivo, en primera instancia, fue necesario la recolección y posterior estudio del material bibliográfico que estuvo relacionado a la temática motivo de indagación, el mismo ayudó a fundamentar conocimientos, facilitando entender al objeto de estudio. En este sentido fue necesario también recurrir a otros métodos, los que permitieron tener mayor claridad, para dar sustento lógico al trabajo.

Métodos

- **Método Científico:** Al ser el conjunto de procedimientos lógicos que sigue una investigación de tipo social, permitiendo descubrir sus principales relaciones internas y externas de los procesos de la realidad, es decir determinando las causas, razones y consecuencias del porqué de la problemática, por ello se realizó una observación directa en zona donde se detectó el problema, en este caso la parroquia El Valle, tomando en consideración a una muestra representativa de 400 encuestas, como fueron:

jóvenes de entre 14 a 20 años de edad, determinándose la manera sobre el uso del teléfono móvil, asimismo, se realizó un sondeo previo para indagar si la colectividad conoce a cabalidad de los acontecimientos que se genera mediante este dispositivo electrónico.

- **Método Estadístico:** Con este método se pudo organizar y analizar los datos recopilados en la investigación de campo, encuestas y entrevistas, que al interpretarse los resultados arrojados por las encuestas, se pudieron interpretar y analizar, para su posterior presentación en cuadros y gráficos estadísticos acompañados de sus resultados en calidad de porcentajes, los mismos que se muestran en el resultados, toda esta amalgama de información fue suficiente para el establecimiento de las discusiones y la posterior determinación de conclusiones y recomendaciones.

Una de las técnicas a las que se recurrió fue la entrevista que estuvo dirigida principalmente a los representantes de las operadoras de teléfonos celulares como: Claro, Movistar y CNT, en la ciudad de Loja, cuyos criterios sirvieron para dar sustento lógico a la presente investigación. Al terminarse esta etapa, se procedió a interpretar los datos obtenidos, organizándolos por medio de tablas y gráficos estadísticos conforme se lo explica con anterioridad.

Inmediatamente se procedió a la verificación de la hipótesis, establecimiento de conclusiones, construcción de la propuesta alternativa, y, por último la redacción de este informe final.

Para determinar el tamaño de la muestra recurrí a la fórmula para públicos finitos propuesta por el profesor español Restituto Bravo Sierra, la misma que fue despejada para encontrar el tamaño de la muestra representativa, que en este caso fue de 400 muestras, luego de haberse determinado el universo respectivo que fue de 215 mil habitantes de la ciudad de Loja, conforme al censo del 28 de noviembre de 2010, de los cuales 112 mil son jóvenes, para ello se identificó a la parroquia El Valle del cantón Loja como el punto de observación para la aplicación de las encuestas, empleándose para ello el cuestionario como instrumento de medición.

$$n = \frac{\sigma^2 \times p \times q}{E^2}$$

N = tamaño de la muestra o población a estudiar

E = error

σ = (sigma) nivel de confianza

p = varianza, (es preciso suponer el caso más desfavorable de p=50)

q = varianza, al igual que p, tiene un valor de q=50

Así se tiene que:

$$n = \frac{4 \times 50 \times 50}{25}$$

$$n = \frac{10.000}{25}$$

n= 400 Rta.

Consecuentemente, el tamaño de la muestra corresponde a 400 encuestas que se aplicaron en la parroquia del Valle del cantón Loja. Este tamaño de la muestra, corresponde al 0.23% del universo objeto de estudio.

Técnicas

- **Análisis bibliográfico de:** fuentes primarias y secundarias.
- **Encuestas:** Se aplicaron encuestas a los jóvenes fuera de los espacios educativos de manera individual con un número aproximado de 400 entre colegios y universidades. Diseñadas con preguntas cerradas y de opción múltiple, validadas previamente.
- **Grupos Focales:** Número de participantes por grupo focal: de 100 jóvenes. Se consideraron a los estudiantes de colegios y universidades y a las redes sociales de los primeros participantes. Se pretende obtener diversas aproximaciones desde una visión grupal. Para ello se establecieron cuatro grupos.
- **Entrevistas:** Para el presente estudio se realizaron entrevistas cualitativas en profundidad, entendida no solo como un encuentro casual y aislado, sino como “reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, con lo que se pudo clarificar de mejor manera la presente investigación.

f. RESULTADOS

Luego de haberse aplicado las encuestas respectivas, para la obtención de criterios sobre la problemática motivo de indagación, se procede a la presentación de los resultados.

Pregunta 1. ¿Defina la importancia de la mensajería instantánea en la vida cotidiana de los seres humanos?

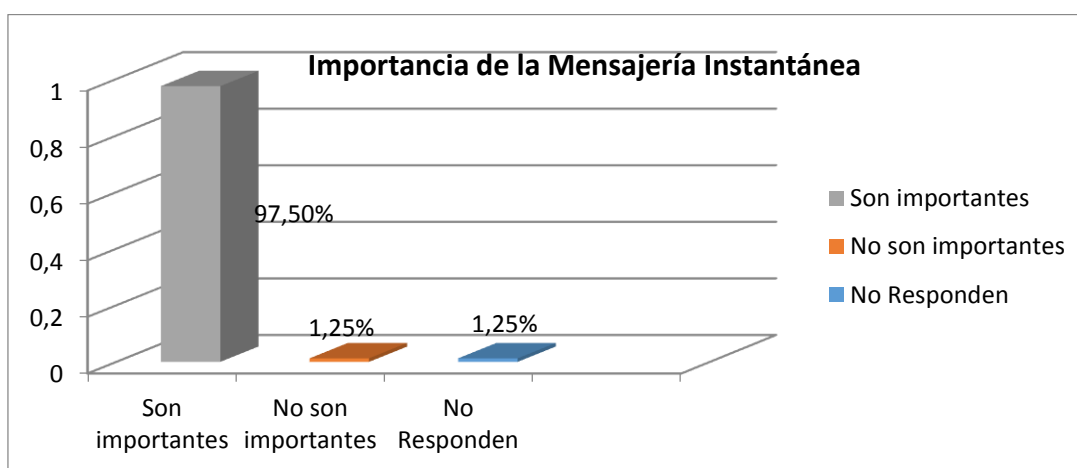
Cuadro 1

Importancia de la Mensajería Instantánea

VARIABLE	F	%
Son importantes	390	97.5
No son importantes	5	1.25
No responden	5	1.25
TOTAL	400	100%

Fuente: Jóvenes de entre 14 a 20 años de edad de la parroquia El Valle
Investigador: Carlos Yunga Cueva

Gráfico 1



Fuente: Jóvenes de entre 14 a 20 años de edad de la parroquia El Valle
Investigador: Carlos Yunga Cueva.

Análisis e interpretación

De la totalidad de encuestados, el 97.5% que constituyen 390 personas sostienen que la mensajería instantánea por medio de dispositivos móviles son importantes. Un 1.25%, es decir 5 consultados añaden que no, mientras una proporción similar no responden. En este contexto se afirma que para los jóvenes de entre 14 a 20 años de edad los mensajes que envían vía móvil son importantes, por cuanto pueden establecer conexión con sus amigos, ya sea para hacerlos consultas o simplemente por mantenerse en contacto. Otros no responden y un porcentaje igual de respuestas dadas a la presente interrogante indican que no son trascendentes, lo ideal es dialogar directamente, para evitar malos entendidos en el momento que se escribe un contenido, por cuanto mediante el chat se suelen omitir palabras.

Es así, que para la gran mayoría de encuestados los mensajes son bastante importantes, para establecer interrelación, en tiempo real, con cualquier persona ubicada en alguna parte de la geografía mundial.

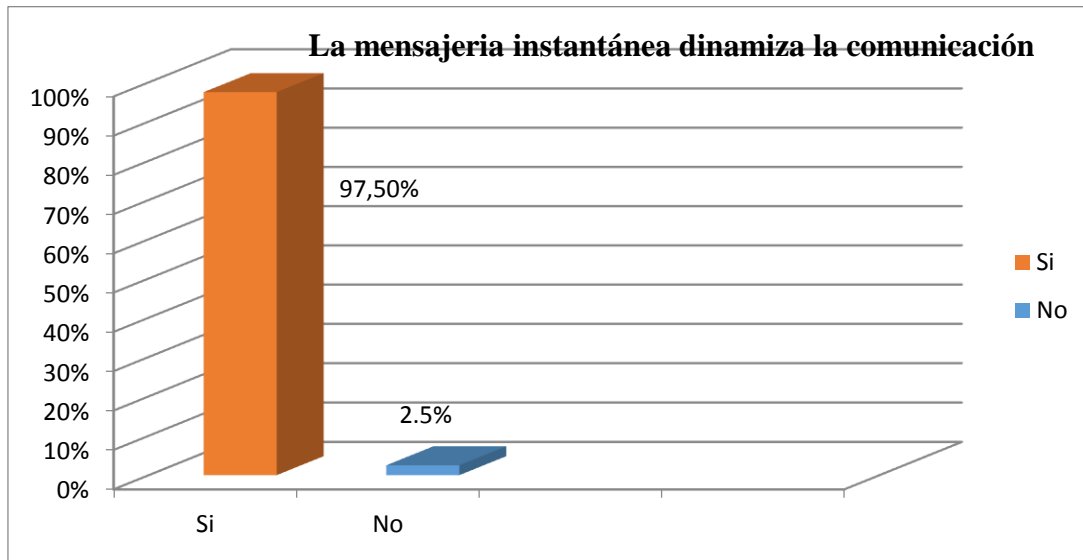
Pregunta 2. ¿La mensajería instantánea ayuda a una nueva forma comunicación entre las personas y dinamizarla?

Cuadro 2 Los mensajería instantánea dinamiza la comunicación

VARIABLE	F	%
Sí	390	97.5
No	10	2.5
TOTAL	400	100%

Fuente: Jóvenes de entre 14 a 20 años de edad de la parroquia El Valle
Investigador: Carlos Yunga Cueva

Gráfico 2



Fuente: Jóvenes de entre 14 a 20 años de edad de la parroquia El Valle
Investigador: Carlos Yunga Cueva

Análisis e interpretación

Las respuestas dadas, indican que el 97.5%, es decir 390 personas señalan que sí. Un 2.5% que corresponde a 10 encuestados sostienen que no. Haciendo el análisis respectivo, se puede señalar que la mayor parte de jóvenes sostienen que la mensajería instantánea dinamizaría la comunicación, en virtud que les permiten establecer contacto instantáneo con otros pares para intercambiar conversaciones vía chat, por medio de los dispositivos móviles como el celular. Un número menor dice que no porque al momento de escribir, porque se cortan las palabras o contenidos del texto a transmitirse, es decir una nueva forma de comunicación.

Pregunta 3. ¿Cree que los SMS y la mensajería instantánea, les convierte en sujetos virtuales que contribuyen al desarrollo tecnológico de la sociedad, procurando un nuevo discurso juvenil?

Cuadro 3

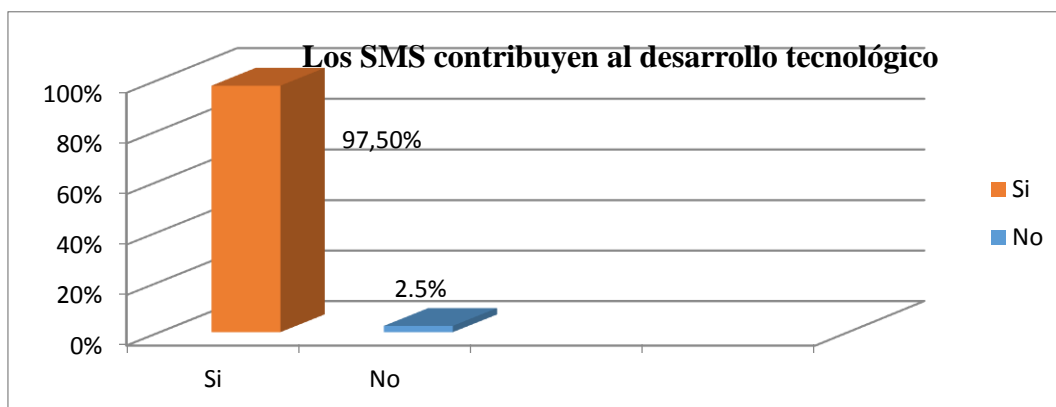
Los SMS contribuyen al desarrollo tecnológico

VARIABLE	F	%
Sí	390	97.5
No	10	2.5
TOTAL	400	100%

Fuente: Jóvenes de entre 14 a 20 años de edad de la parroquia El Valle

Investigador: Carlos Yunga Cueva

Gráfico 3



Fuente: Jóvenes de entre 14 a 20 años de edad de la parroquia El Valle

Investigador: Carlos Yunga Cueva

Análisis e interpretación

De 400 encuestas realizadas, 390 que corresponde al 97.5%, indican la mensajería instantánea si contribuyen al desarrollo tecnológico de la sociedad. Un 2.5%, es decir 10 personas interrogadas sostienen que no.

La mayor parte de encuestados señalan que mediante el uso de los mensajes de texto, por medio de los celulares se aporta al desarrollo de la tecnología, en vista de que cada vez

en el mercado existen móviles más sofisticados, con una infinidad de aplicaciones que pueden ser utilizados constantemente, pues los mensajes pueden ir acompañados de emoticonos, con los cuáles se puede crear estilos de ánimo, además de convertirse en sujetos virtuales, también estarían descubriendo un nuevo discurso juvenil, otro grupo menor de respuestas, indican no emplean mensajes de texto, al no disponer de un celular.

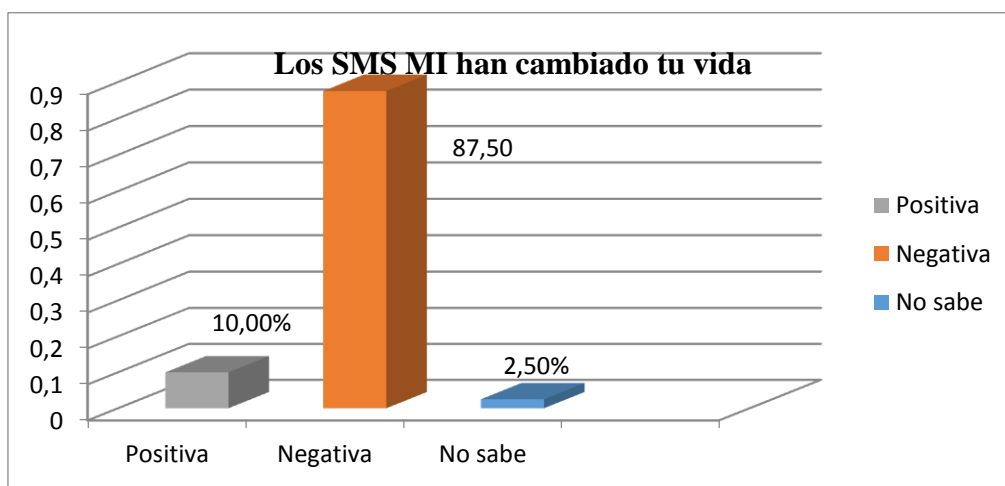
Pregunta 4. ¿Los SMS y la mensajería instantánea han cambiado tu vida, de qué manera?

Cuadro 4 Los SMS y MI han cambiado tu vida

VARIABLE	F	%
Positiva	40	10
Negativa	350	87.5
No sabe	10	2.5
TOTAL		100

Fuente: Jóvenes de entre 14 a 20 años de edad de la parroquia El Valle
 Investigador: Carlos Yunga Cueva

Gráfico 4



Fuente: Jóvenes de entre 14 a 20 años de edad de la parroquia El Valle
 Investigador: Carlos Yunga Cueva.

Análisis e interpretación

El 87.5%, es decir 350 personas encuestadas del universo total, indican que los mensajes han sido negativos. El 10%, que constituyen 40 interrogados afirman que han sido positivos y un 2.5%, que corresponde a 10 consultados no saben. Tomando en consideración estas perspectivas, se puede añadir que la mayor parte de jóvenes de entre 14 a 20 años de edad que han sido motivo de consulta, sostienen que no han sido positivos, por cuanto han recibido en la mayoría de ocasiones contenidos ofensivos, es decir faltándoles el respeto por medio del chat, para un porcentaje menor, les ha resultado positivos, los contenidos recibidos han sido correctamente estructurados, por ello los han comprendido de forma clara.

Pregunta 5. ¿Cuándo definitivamente no haces uso de la mensajería instantánea?

Cuadro 5

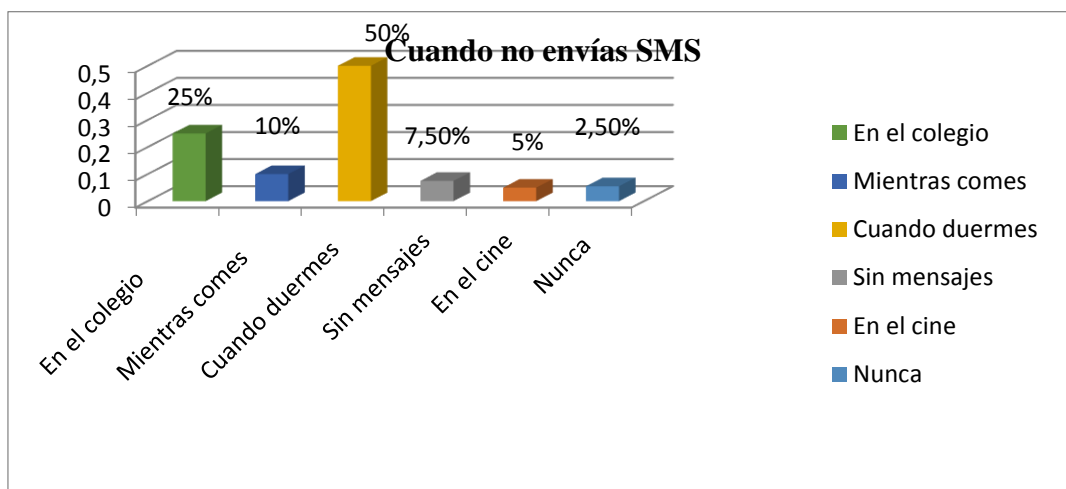
Cuando no usas MI

VARIABLE	F	%
En el colegio	100	25
Mientras comes	40	10
Cuando duermes	200	50
Cuando no tienes mensajes	30	7.5
En el cine	20	5
Nunca	10	2.5
TOTAL	400	100

Fuente: Jóvenes de entre 14 a 20 años de edad de la parroquia El Valle

Investigador: Carlos Yunga Cueva.

Gráfico 5



Fuente: Jóvenes de entre 14 a 20 años de edad de la parroquia El Valle
Investigador: Carlos Yunga Cueva

Análisis e interpretación

Del total de encuestados, el 50%, es decir 200 personas consultadas dicen que no envían mensajes solamente cuando duermen. El 25% que constituyen 100 personas afirman cuando están en el colegio. El 7.5% que conforman 30 investigados cuando no disponen de mensajes. El 10% (40), cuando están alimentándose. Un 5% en el momento que se hallan en el cine y un 2.50% no lo hacen nunca, se habla de un total de 30 examinados en su conjunto.

En este sentido, se puede afirmar que los jóvenes no envían o construyen mensajes solamente en el momento que están durmiendo, otros cuando se hallan en las aulas del colegio o universidad, en proporciones menores cuando están alimentándose, y porcentajes menores cuando no disponen de saldo o cuando se hallan en el cine, en cambio un porcentaje menor nunca envía, porque no disponen de celular, no han podido adquirir alguno por su situación económica básicamente.

Pregunta 6. ¿Organizas encuentros espontáneos a través del celular y haciendo uso de la mensajería instantánea con la finalidad de promover la interacción social?

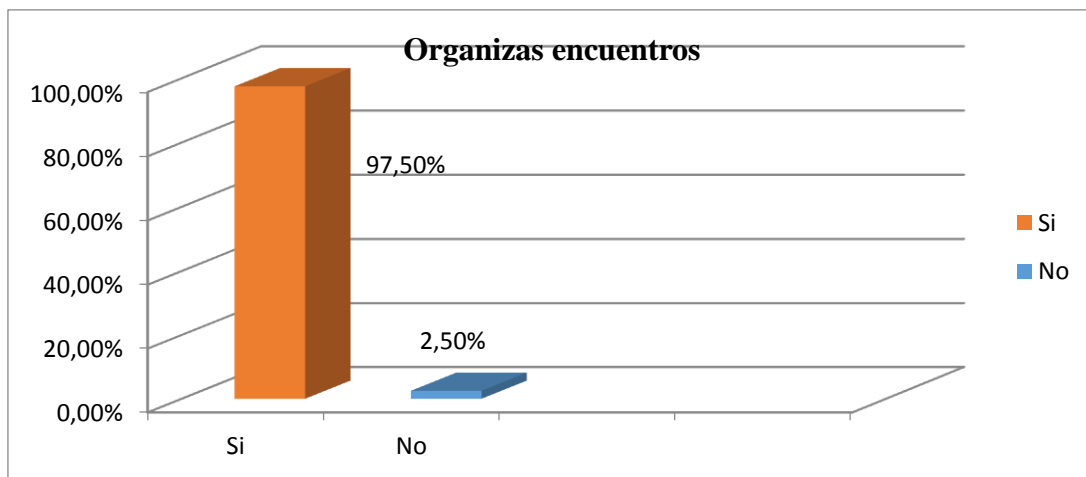
Cuadro 6

Organizas encuentros

VARIABLE	F	%
Si	390	97.5%
No	10	2.5%
Total	400	100%

Fuente: Jóvenes de entre 14 a 20 años de edad de la parroquia El Valle
 Investigador: Carlos Yunga Cueva

Gráfico 6



Fuente: Jóvenes de entre 14 a 20 años de edad de la parroquia El Valle
 Investigador: Carlos Yunga Cueva

Análisis e interpretación

El 97.5%, es decir 390 jóvenes encuestados sostienen que organizan encuentros por medio del envío de mensajes instantáneos, el 2.5% en cambio dicen que no, se habla de un total de 10 investigados.

Teniendo en cuenta estas aseveraciones, se puede sostener que los jóvenes organizan fiestas, reuniones entre amigos y generalmente salidas por medio del envío de los mensajes cortos de texto que los transmiten por medio del uso del celular. El objetivo fundamental estar juntos con sus amigos, compartir momentos agradables, es decir procurando una interacción, aunque en ocasiones lo hacen para realizar trabajos de clases, sin embargo un número menor no utilizan los mensajes al no contar con un dispositivo móvil, sus posibilidades económicas limitan su adquisición, entonces al momento de establecer alguna cita lo hacen directamente en el colegio, determinando una hora para el encuentro respectivo.

Pregunta 7. ¿Qué tipo de mensajes te movilizan a ti y a tus amigos? (Por ejemplo)

Cuadro 7

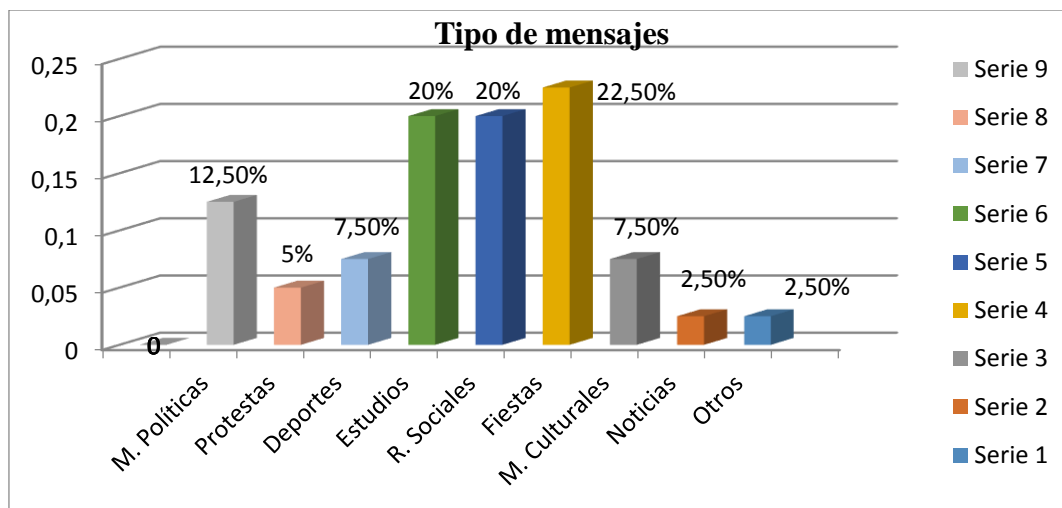
Tipo de mensajes

VARIABLE	F	%
Manifestaciones Políticas	50	12.5
Protestas	20	5
Deportes	30	7.5
Estudios	80	20
Reuniones sociales	80	20
Fiestas	90	22.5
Manifestaciones culturales	30	7.5
Noticias	10	2.5
Otros	10	2.5
TOTAL	400	100

Fuente: Jóvenes de entre 14 a 20 años de edad de la parroquia El Valle

Investigador: Carlos Yunga Cueva.

Gráfico 7



Fuente: Jóvenes de entre 14 a 20 años de edad de la parroquia El Valle
Investigador: Carlos Yunga Cueva

Análisis e interpretación

Del total de encuestados, el 22.5% (90) encuestados sostienen que los mensajes que les motivan son los relacionados con las fiestas. El 20%, es decir 80 consultados les agrada los contenidos relacionados con reuniones sociales y un porcentaje similar los estudios, se habla de 40 personas en su conjunto. Un 7.50% que constituyen 30 personas les agrada los deportes aunque el mismo porcentaje les gustan las manifestaciones culturales. El 12.5% que corresponde a 50 interrogados apuestan por las manifestaciones culturales, en tanto que por noticias va un 2.5%, que representa a respuestas de 10 personas, un porcentaje similar prefieren otras temáticas aunque no las describen.

Según los resultados del estudio de campo, la mayoría de jóvenes les motivan los mensajes que están relacionados con las fiestas, por medio de estas se relacionan de mejor manera con sus amigos y otros pares. Aunque también les agradan las reuniones sociales, los estudios, los deportes, las manifestaciones políticas, protestas, noticias y otras

temáticas, por cuanto todas sin duda son interesantes, en definitiva para los jóvenes de entre 14 a 20 años todos los mensajes que reciben por medio del celular resultan interesantes, aunque muchos no sean de su agrado para establecer contactos efectivos con sus similares.

Pregunta 8. La forma en que usan el celular los adolescentes. ¿Es diferente de cómo lo hacen los adultos?

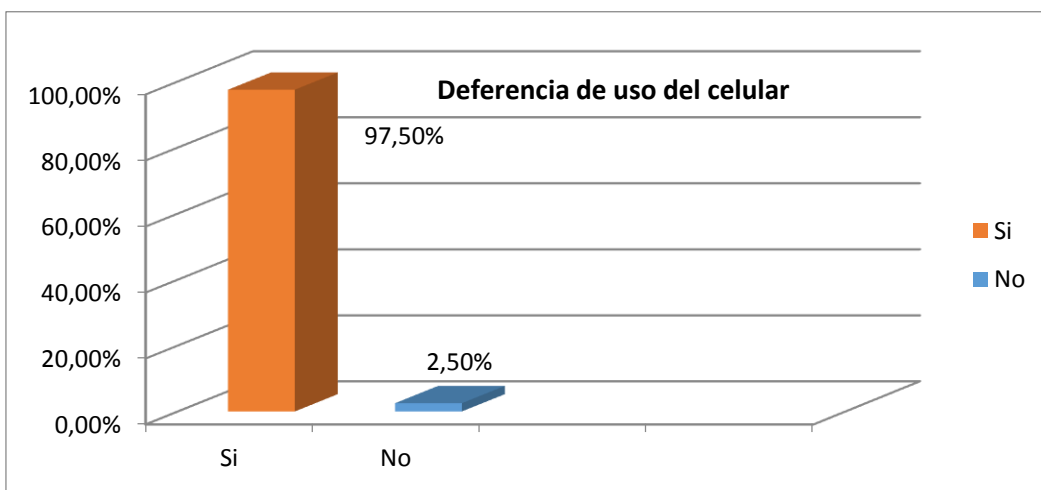
Cuadro 8

Deferencia de uso del celular

VARIABLE	F	%
Si	390	97.5
No	10	2.5
Total	400	100

Fuente: Jóvenes de entre 14 a 20 años de edad de la parroquia El Valle
 Investigador: Carlos Yunga Cueva

Gráfico 8



Fuente: Jóvenes de entre 14 a 20 años de edad de la parroquia El Valle
 Investigador: Carlos Yunga Cueva

Análisis e interpretación

Los encuestados indican en un 97.5% que los adultos utilizan el celular de diferente manera, se está hablando de un total de 390 personas encuestadas. En cambio un 2.5% sostienen que lo hacen de igual manera, es decir 10 consultados. A esto se puede añadir que los jóvenes piensan diferente a las personas adultas, lo hacen para causar fastidio, conforme lo señalan ellos mismos, conforme lo señalan ellos mismos, pues les permite relajarse, pueden enviar emoticonos para despertar emociones. En cambio los adultos, lo hacen solamente cuando tienen necesidad de información sobre aspectos que estén relacionados con sus actividades laborales, en tanto que otros opinan que lo hacen de igual forma, porque existen adultos que también mensajean con sus amigos, lo que no resulta una novedad.

Pregunta 9. ¿Qué medios son de tu preferencia para el uso de los SMS?

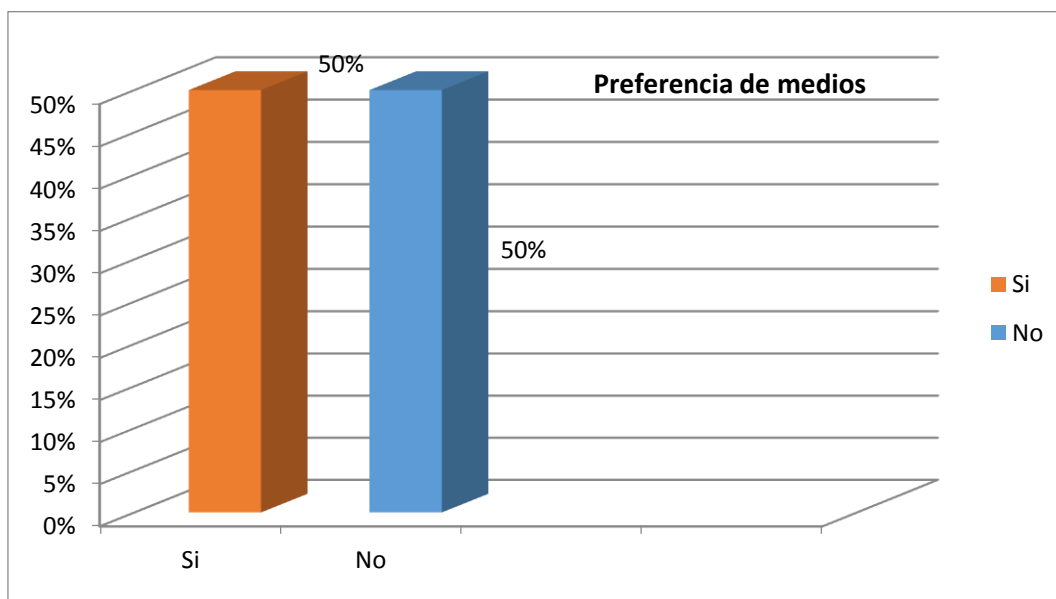
Cuadro 9

Preferencia de medios

VARIABLE	F	%
SMS	200	50
Redes sociales	200	50
Total	400	100

Fuente: Jóvenes de entre 14 a 20 años de edad de la parroquia El Valle
 Investigador: Carlos Yunga Cueva.

Gráfico 9



Fuente: Jóvenes de entre 14 a 20 años de edad de la parroquia El Valle
Investigador: Carlos Yunga Cueva.

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados, el 50%, es decir, 200 encuestados, usan las redes sociales con mayor frecuencia, 200 interrogados más lo hacen mediante uso de celular. En consecuencia, en el momento que no disponen de saldo en sus celulares recurren a la Internet, para comunicarse por medio de las redes sociales, lo que les interesa es mantenerse en contacto con sus amigos, en su mayoría lo hacen por Facebook otros por Twitter, lo que hay que considerar además es que mediante el chat los jóvenes en especial escriben como a ellos se les antoja o les parece correcto.

Análisis cuantitativo de entrevistas

De la misma manera dentro del presente trabajo de investigación se realizaron algunas entrevistas a personas conocedoras de la temática, por lo que seguidamente se presentan las interpretaciones respectivas.

1.- ¿Tiene usted algún conocimiento sobre el uso de la mensajería instantánea como nueva forma de interacción juvenil en los adolescentes lojanos?

Los representantes de las telefonías móviles: Movistar, Claro y CNT, coinciden al señalar que: La mensajería instantánea por medio del uso de los celulares, se constituye en un proceso de interacción de los jóvenes, por cuanto ellos establecen relación con sus pares; hacen nuevos amigos, envían fotografías, emoticonos, en definitiva una infinidad de formas, de escritos, para ello no les interesa como los escriben sino que los entiendan, por ello esa cantidad de formas, es decir el establecimiento de esa economía al momento de enviar un contenido, que en su contexto constituye una nueva forma de escribir, aunque los literatos no lo acepten, porque para ellos es un atentado a lengua castellana.

2.- ¿Cuáles son las ventajas entre los usuarios al momento de hacer uso del teléfono móvil al instante de comunicarse vía SMS, o al hacer una llamada y de qué manera beneficia a la empresa?

Según los entrevistados, la ventaja es que se pueden comunicar en tiempo real, pueden establecer contacto con sus semejantes, ya sea por medio de mensajes cortos de texto o llamada telefónica, al final es un servicio que las empresas ofrecen a sus usuarios. Como toda empresa, independientemente de su función o servicio que oferta tiene que recibir una ganancia y esa es que se cobra un porcentaje a cada usuario porque también hay que pagar impuestos, entonces nadie puede ofrecer algo sin obtener nada a cambio, pero lo que interesa en el sentido general es dar un buen servicio y mantener contentos a los usuarios, porque están pagando su dinero, entonces no se los puede defraudar por ningún motivo.

3.- ¿Quiénes están encargados de monitorear el consumo de mensajería instantánea por parte de los usuarios?

Son las mismas operadoras, a través de los dispositivos electrónicos y sus centrales, es decir que no se controla la cantidad de mensajes que se envían por parte de un usuario, él es responsable de administrar su aparato electrónico, puede ser que emita 10 o más mensajes en determinado tiempo, pero ellos deben ser conscientes que cada envío tiene un costo, y lo que se consume es su dinero o saldo que está disponible en su línea. Tampoco se puede controlar la forma como los escriben, por cuanto es un aparato particular y privado, entonces son ellos mismos los que tienen el derecho de hacerlo bien o de manera equivocada.

4.- ¿Cree usted que los adolescentes lojanos hacen rutina del dispositivo móvil al momento de hacer uso de los SMS, y cómo incide en la comunicación interpersonal?

Todo depende, hay jóvenes que usan SMS para contactarse con sus amigos en forma frecuente, otros son más cautos y lo hacen en menores proporciones, hablando de envíos, sin embargo todo depende de la situación económica que disponga el joven, porque si no dispone de recursos económicos deberá ser ahorrativo, entonces siempre depende del usuario del móvil, porque es su aparato, es su dispositivo electrónico al que deberán emplearlo cuando lo crean necesario. La incidencia está en la respuesta que pueda tener del destinatario, el cual recibe el mensaje.

5.- Dentro de los clientes de la empresa, ¿quiénes tienen más consideración los clientes prepago o los postpago?

Todos son clientes, y merecen el mismo servicio, porque todos invierten su dinero, entonces no se podrá hablar de preferencias para unos o para otros, claro que también depende hay clientes que cuentan con planes y cuando hacen algún reclamo es porque el servicio falló o está fallando, a ellos como a los otros hay que darles una explicación.

6.- ¿Conoce usted sobre algún manual que oriente y sensibilice a quienes hace uso de los SMS para redactar de la manera correcta y no dañar nuestra gramática y lenguaje?

Existen manuales obviamente que no son aceptados por la Real Academia de la Lengua Española, hay algunos autores y autoras que han escrito sobre ello, hablando de diccionarios por ejemplo, sin embargo no se podría establecer algo como rígido mientras los organismos de la gramática así lo consideren, mientras tanto habrá que seguir aceptando como los jóvenes y adultos escriben, se estará atentando o no a las reglas gramaticales, cada cual tendrá sus propias apreciaciones, pero como operadoras lo que nos interesa es dar servicio, como se escriba es hasta cierto punto lo de menos.

7.- ¿Estaría usted de acuerdo en que se implemente una campaña informativa para el uso adecuado de los SMS y la mensajería instantánea con el objetivo de lograr una adecuada técnica de redacción?

Los criterios de los entrevistados son coincidentes en el sentido de sostener que sería adecuado porque si se estarían olvidándose de las reglas y normas gramaticales que tanto han inculcado los profesores en los centros educativos, pero todo es responsabilidad de quienes son los autores de los escritos, más bien en los establecimientos educativos se debería exigir tal respeto, acá como empresas lo que se ofrece es un servicio nada más, porque mientras más corto sea el mensaje eso significa un ahorro de tiempo y dinero.

g.- DISCUSIÓN

Verificación de objetivos

Objetivo general

- **Conocer si el uso de la mensajería instantánea que envían los adolescentes de la ciudad de Loja, por medio de dispositivos móviles, contribuye a la creación de nuevas formas de comunicarse.** Este objetivo se verifica con los resultados dados a la pregunta dos de la encuesta y uno de la entrevista donde el 97.5% de jóvenes sostienen que: la mensajería instantánea dinamizan la comunicación, en virtud que les permiten establecer contacto instantáneo con otros pares para intercambiar conversaciones vía chat, por medio de los dispositivos móviles como el celular u otros dispositivos. Un número menor dice que no, más bien se atenta contra las reglas ortográficas y de la gramática, al momento de escribir, porque se cortan las palabras o contenidos del texto a transmitirse, es decir una nueva forma de comunicación.

Objetivos específicos

- **Verificar si las personas (jóvenes) que pertenecen a la parroquia El Valle del cantón Loja se consideran asiduos a la mensajería instantánea y contribuyen a la generación de un nuevo discurso juvenil.** Se verifica con los resultados dados a la pregunta tres de la encuesta y dos de la entrevista donde la mayor parte de encuestados señalan que mediante el uso de los mensajes instantáneos, por medio de los celulares se aporta al desarrollo de la tecnología, en vista de que cada vez en el mercado existen móviles más sofisticados, con una infinidad de aplicaciones que pueden ser utilizados constantemente, pues los mensajes pueden ir acompañados de emoticonos, con los cuáles se puede crear estilos de ánimo,

además de convertirse en sujetos virtuales, también estarían descubriendo un nuevo discurso juvenil.

- **Verificar si la mensajería instantánea mediante los dispositivos móviles promueven una interacción social.** Se verifica con los resultados dados a la pregunta 7 de la encuesta donde el 97.5% de los jóvenes organizan fiestas, reuniones entre amigos y generalmente salidas por medio del envío de los mensajes cortos de texto que los transmiten por medio del uso del celular. El objetivo fundamental estar juntos con sus amigos, compartir momentos agradables, es decir procurando una interacción,
- **Analizar porque los adolescentes usan el lenguaje icónico en la mensajería instantánea.** Se logra mediante los resultados de la pregunta 9 de la encuesta, pues los jóvenes piensan diferente a las personas adultas, en la manera de cómo ellos utilizan el celular, ellos lo hacen para fastidiar, conforme lo señalan, pues les permite relajarse, pueden enviar emoticonos para despertar emociones y una infinidad de elementos para despertar el interés en sus amigos.
- **Diseñar una propuesta alternativa que permita a los jóvenes de nuestra ciudad enviar y recibir mensajes de texto que contribuyan a la generación de una nueva forma de comunicación.** Se verifica con los resultados de la pregunta 10 de la encuesta, 6 y 7 de la entrevista donde la mayoría de consultados afirman que sería necesario la implementación de una campaña que motive a los jóvenes hacer uso correcto de las normas gramaticales, es decir una adecuada comunicación, especialmente en materia de redacción, con lo que se estaría elevando el nivel cultural de cada individuo.

h.- CONCLUSIONES

- Los jóvenes de entre 14 a 20 años de edad los mensajes que envían vía móvil son importantes, por cuanto pueden establecer conexión con sus amigos, por mantenerse en contacto y sobre todo relacionarse ya sea individual o colectivamente.
- Los jóvenes sostienen que los mensajería instantánea dinamiza la comunicación, en virtud que les permiten establecer contacto instantáneo con otros pares para intercambiar conversaciones vía chat, por medio de los dispositivos móviles como el celular.
- Para algunos jóvenes el uso inadecuado de los mensajes de texto atentan contra las reglas ortográficas y gramaticales, al momento de escribir, porque se cortan las palabras o contenidos del texto a transmitirse, es decir una nueva forma de comunicación.
- A los jóvenes consultados les gusta recibir una infinidad de invitaciones vía mensajes cortos de texto, sin embargo en su mayoría les gusta chatear, por ser una de las novedades más conocidas por ellos y que es de su mayor agrado, pese a que el contenido pueda ser incompleto, en cuestión del uso de abreviaturas.
- La mayor parte de jóvenes de entre 14 a 20 años de edad que han sido motivo de consulta, indican que no han sido positivos, por cuanto han recibido en la mayoría de ocasiones contenidos ofensivos, es decir faltándoles el respeto.
- Los jóvenes no envían o construyen mensajes solamente en el momento que están durmiendo, otros cuando se hallan en las aulas del colegio o universidad, en

proporciones menores cuando están alimentándose, pero si no existiesen esos tiempos, lo harían siempre.

- Los consultados sostienen que organizan fiestas, reuniones entre amigos y generalmente salidas por medio del envío de los mensajes cortos de texto que los transmiten por medio del uso del celular. El objetivo fundamental estar juntos con sus amigos, compartir momentos agradables, es decir procurando una interacción.
- Los resultados del estudio de campo determinan que la mayoría de jóvenes les motivan los mensajes que están relacionados con las fiestas, por medio de estas se relacionan de mejor manera con sus amigos y otros pares. Aunque también les agradan las reuniones sociales.
- Los encuestados piensan diferente a las personas adultas, en la manera de cómo ellos utilizan el celular, ellos lo hacen para fastidiar, conforme lo señalan ellos mismos, pues les permite relajarse, pueden enviar emoticonos para despertar emociones.
- Hay que enfatizar que porcentajes iguales usan en unos casos el celular y en otros las redes sociales para enviar los mensajes de texto, sin embargo no les interesa la forma en como estén escritos, por lo que será necesario buscar alternativas para motivar a los jóvenes para que los escriban correctamente.

i. RECOMENDACIONES

- Es recomendable que los jóvenes de entre 14 a 20 años de edad que habitan en la parroquia El Valle, del cantón Loja, establezcan conexión con sus pares y se mantengan en contacto siempre, pero siempre y cuando los mensajes sean de vital trascendencia, evitando contenidos que atenten contra los valores y la ética de los individuos que los reciben.
- Es menester que los jóvenes de entre los 14 a 20 años de edad de la parroquia El Valle del cantón Loja, mantengan contacto instantáneo con sus amigos con la finalidad de fortalecer la actividad comunicacional.
- Se sugiere a los jóvenes lojanos, respetar las normas gramaticales para evitar la destrucción de la lengua castellana que ocurre en el momento que se escriben los mensajes cortos de texto, al emplearse una serie de abreviaturas que son desconocidas para muchos.
- Los jóvenes pueden recibir una infinidad de contenidos ya sea para reuniones, invitaciones, es decir establecer relaciones conjuntas con sus amigos, pero siempre respetando la ortografía, con ello se demostraría el nivel cultural que tiene cada individuo como autor de tal contenido.
- Los jóvenes que emplean el celular como medio de transmisión de mensajes cortos de texto, deberían respetar los espacios de sus pares con la finalidad de establecer normas de conducta, a fin de no dañar la integridad de los mismos, es decir la positividad de los escritos.
- Se recomienda a los padres de familia, docentes de establecimientos educativos, inculcar en los jóvenes la práctica del buen uso del celular, sobre todo en el

momento que escriben mensajes cortos de texto, especialmente cuando exista tal necesidad.

- Se sugiere a los jóvenes mantener procesos de interrelación con sus amigos o pares, pero siempre teniendo presente que no siempre en las reuniones se pueda hacerlo, sino utilizar un mensaje cuando los valores y el respeto estén de por medio y no lo hagan solamente por fastidiar o porque el pretexto sea un festejo colectivo.
- Los padres de familia y los docentes, deberían estar atentos para conocer qué tipo de mensajes están siendo enviados o recibidos por sus hijos y alumnos, por cuanto en la mayoría de los casos son para la organización de fiestas que en ocasiones no son una actividad para la diversión.
- Se sugiere a los jóvenes y padres de familia hacer uso correcto del celular, especialmente cuando se envían mensajes de texto, aunque las ideas sean distintas en cada uno de los grupos sociales a los que pertenecen, es decir no usarlo por el simple hecho de causar fastidio o impresión en los demás.
- Se sugiere a los padres de familia, docentes y medios de comunicación impulsar campañas de educación con la finalidad de motivar a los jóvenes a que escriban correctamente, actividad que la pueden hacer ya sea por medio de los dispositivos móviles o por redes sociales, lo importante es su correcta redacción.

PROPUESTA ALTERNATIVA

CAMPAÑA DE ORTOGRAFÍA, PARA INCENTIVAR EL CORRECTO USO DE LAS NORMAS Y REGLAS GRAMATICALES AL MOMENTO DE ESCRIBIR CUALQUIER MENSAJE DE TEXTO.

ANTECEDENTES

Es en los mensajes de texto, mediante el uso de dispositivos móviles, donde se centra el siguiente trabajo, puesto que se pretende conocer como la limitación de caracteres, el uso de abreviaturas, símbolos y emoticonos influyen en la escritura de los jóvenes al momento de construir un mensaje corto de texto.

La ortografía y las reglas son de carácter sistemático y memorístico, por tanto esta pueda ser una razón por la que los adolescentes no logren distinguir la tipografía de los mensajes de texto y de la ortografía.

Este tipo de escritura, como se sabe, se ha extendido a través de varios canales de comunicación que se usan en la actualidad, como los distintos servicios de mensajería. Pese a ello, no son pocos los especialistas que sostienen que la realidad es distinta.

El Centro Nacional de Investigaciones Científicas (CNRS), con sede en París (Francia), publicó un estudio con la finalidad de responder a varias apreciaciones donde se señala que las palabras contraídas o abreviadas conducen a que los jóvenes cometan más faltas ortográficas al escribir fuera del ámbito de los mensajes de texto o chat, al respecto la profesora platense Teresita de Antueno (2009), docente de lengua y castellano, sostiene que las nuevas tecnologías “contribuyen a empobrecer la ortografía de los jóvenes,

aunque no es un problema que atraviesen sólo los adolescentes sino también los adultos”, en sentencia de la pedagoga, “los chicos suelen tener poca memoria visual y actualmente tienen serios problemas para retener las reglas ortográficas” (De Antueno, 2009, p. 76). En este contexto, el mismo análisis realizado por los investigadores del CNRS, afirma que el uso de la mensajería instantánea por parte de los jóvenes, no influye en la ortografía, sino más bien su nivel de ortografía es el que determina la cantidad de faltas que pueden estar presentes en los textos, sino más bien que son quienes mejor nivel tienen en la ortografía tradicional.

Los académicos insisten en que en los correos electrónicos, mensajes de móvil y redes sociales "no se debería descuidar la norma APA". Y no creen que se le deba "echar la culpa del mal dominio de la lengua" por parte de la juventud a esos medios electrónicos. Si no se expresan con corrección es, según el académico Salvador Gutiérrez, "porque no han aprendido bien" la lengua. "El peor daño que se le puede hacer a la lengua es la poca importancia que se le otorga a la enseñanza de esta disciplina", sostiene.

Tomando en consideración todas estas apreciaciones como antecedentes como investigador de esta temática considero que existe la necesidad de proponer algunos lineamientos a forma de recomendaciones, con la finalidad de brindar un aporte a los jóvenes con el propósito de que los puedan poner en práctica en función de no dañar o destruir las normas ortográficas de la gramática o de la lengua, pese a que muchos consideran como se lo señalaba con anterioridad que la mensajería instantánea no influyen en la ortografía, sin embargo los académicos piensan que sí, entonces tomando como referencia estos aspectos y conforme lo indica la obra publicada por la Real

Academia de la Lengua Española (2010) y titulada, El buen uso del español, habrá que respetar los lineamientos establecidos.

JUSTIFICACIÓN

El uso de la mensajería instantánea, a través de los dispositivos móviles es un tema que pone a pensar el por qué los jóvenes han distorsionado la escritura. Muchas veces se puede ver en tareas de los jóvenes (estudiantes) que emplean la escritura tal cómo se escribe en los mensajes de texto, pudiéndose dar cuenta que lo ideal es hacerlo correctamente y emplear una buena ortografía; pero ahora los estudiantes recurren a otras normas para escribir basándose en los mensajes de texto donde utilizan otras formas de escritura, basándose exclusivamente en las formas de pronunciación.

Por lo tanto, tomando en consideraciones estas aseveraciones constituiría un reto para docentes y para los propios estudiantes hagan reflexiones respecto al uso correcto de las normas y reglas de la ortografía, conforme lo señalan estudiosos de la lengua castellana.

En este sentido, el interés de realizar un estudio respecto a la forma de cómo los jóvenes redactan los mensajes de texto y los envían a un destinatario, por ello se plantea la presente propuesta, a manera de recomendación, la misma que se constituirá en un valioso aporte para la juventud, por ello se justifica a plenitud. El afán no es realizar una imposición, sino más bien aportar para cambiar la realidad.

OBJETIVOS

General

- Dar a conocer a los jóvenes las normas gramaticales por medio de una campaña de ortografía, el respeto a las normas y reglas ortográficas al momento de construir mensajes cortos de texto.

Objetivos específicos

1- Motivar a los jóvenes de la ciudad de Loja, para que por medio de la campaña educativa escriban correctamente los mensajes de texto, para evitar la erosión de la lengua castellana.

2- Determinar la predisposición juvenil a escribir de manera similar en los trabajos académicos a la escritura utilizada en la mensajería instantánea, por medio de los dispositivos móviles.

3.- Motivar a los jóvenes de la ciudad de Loja para que escriban correctamente los mensajes cortos de texto y de este modo se respete las normativas ortográficas.

VIABILIDAD O FACTIBILIDAD

Para lograr la puesta en práctica de la presente propuesta, fue necesario realizar contactos con los directivos de la empresa de transportes 24 de Mayo, Cuxibamba quienes cubren la ruta Argelia-Sauces Norte, quienes se han comprometido a brindar las facilidades para que se promueva esta campaña de ortografía en este medio de transporte. El objetivo fundamental es lograr que la mayoría de personas que viajan en estos medios conozcan de la importancia que tiene la ortografía al momento de redactar cualquier texto, el mismo

que pueda ser conocido por un destinatario, especialmente cuando se emplean los dispositivos móviles.

Conforme a los resultados del test aplicado a los docentes que imparten lengua y literatura en el colegio Fiscomisional Calasanz e Instituto Radiofónico Fe y Alegría, indican que el 80% de jóvenes tienen problemas con la ortografía, presentan una infinidad de incongruencias en trabajos de escritura, peor aun cuando utilizan los dispositivos móviles, donde no hay quien los controle o exija, es decir que lo hacen a su manera, donde se cortan las palabras o se usan una serie de abreviaturas, inventadas pero no reconocidas por la Real Academia de la Lengua Española. Asimismo, algunos estudiantes consideran que esto ocurre porque existe poca exigencia por parte de los maestros para que se respeten las normas y reglas ortográficas, además algunos alumnos en forma de broma indican que la ortografía es gratis, sin embargo no se percatan que: escribirla correctamente cuesta. Además, se contará con la colaboración de cuatro docentes de estos establecimientos educacionales.

Tomando en consideración estas concepciones se ha creído pertinente realizar esta campaña de ortografía la misma que será difundida a través de este medio de transporte, por donde viajan aproximadamente unas 4 mil personas en el día. La finalidad es brindar un aporte para procurar un nivel de conocimiento y cultural de los individuos más alto.

Se ha escogido este medio para la realización de la campaña porque ello resultará novedoso, y además se darán lecciones gratis sobre esta temática, Además tomando en consideración que existen pocos hábitos de lectura, por ello no se utilizan los medios de

comunicación impresos, radiales o televisivos tampoco por cuanto poca gente escucha radio o ve la televisión, especialmente la local, por ello se considera viable su ejecución.

Campaña

La campaña sirve para involucrar a un conjunto de personas en el objetivo que se persigue, sin embargo pueden aparecer contratiempos salvables, entonces a través de una apelación a la forma o educación del público, y en la que no se hace publicidad de marca alguna sino que se crea una determinada necesidad o hábito sobre algo cuya última consecuencia sea la adquisición del producto. La campaña llevará por nombre: **“La mala ortografía es una enfermedad de transmisión textual. Protégete”**. Se ha escogido esta frase, por cuanto resulta penetrante y sobre todo porque expresa lo mal que se escribe tanto jóvenes como adultos donde el desenfreno de escribir incorrectamente es algo común y frecuente. Sería una falta de cultura, para unos, para otras actitudes delictivas.

Por su parte, Fausto Aguirre Tirado, miembro de la Real Academia de la Lengua Española y director de la Escuela de Lengua y Literatura de la Universidad Técnica Particular de Loja, sostiene que “la campaña es muy bien pensada, pero quizá resulte insuficiente, porque un gran conjunto de lojanos tiene una ortografía terrible” y esto al considerarse a Loja la ciudad castellana.

Etapas de lanzamiento.- Una vez que se disponga de todo el material informativo, se procederá a realizar la presentación de la campaña, la misma iniciará el 04 de marzo del presente año, para ello se mantendrá una reunión con los directivos y socios de la cooperativa 24 de Mayo, allí se les explicará los alcances, ventajas y desventajas de la campaña, participarán además cuatro docentes de Lengua y Literatura de los

establecimientos educativos de los establecimientos educativos de la zona de influencia motivo de indagación.

Etapa de posicionamiento.- Se trabajarán tres veces por semana, los días: Lunes, miércoles y viernes, con la finalidad de evitar cansar a las personas que viajan en el transporte urbano público, pues muchas personas consideran que es fastidioso que alguien les moleste cuando están trasladándose de un lugar a otro, por ello habrá que buscar las mejores estrategias de comunicación. Se la desarrollará desde octubre a diciembre.

Etapa de evaluación.- En esta fase se procederá a realizar una evaluación con la finalidad de determinar si la campaña dio los resultados esperados, si se cumplieron con los objetivos previstos, para ello se realizará una encuesta en los establecimientos educativos, especialmente aquellos que se ubican en el área de influencia, es decir del sector El Valle, colegio Calasanz e Instituto Radiofónico Fe y Alegría, si los resultados son positivos se podría continuar con esta actividad, pero para ello se solicitaría el apoyo de la Dirección Zonal 7 de Educación, a fin de abrirla a otros sectores de la comunidad lojana y porque no decirlo de la región sur del país.

Público objetivo

Esta campaña va dirigida a niños, jóvenes y adultos, tomando en consideración que en un transporte urbano viajan personas de todas las edades, por ello no se ha podido determinar en forma específica a los jóvenes, aunque esta sea la perspectiva, es decir poner especialmente énfasis en los jóvenes, que también asisten a los establecimientos educativos.

Estrategias

- Utilizar un lenguaje claro, sencillo y común, para que el mensaje pueda llegar con facilidad.
- Valorar y respetar a las personas que viajan en el transporte público.
- Brindar la información suficiente, con la finalidad de que el usuario pueda comprender la intencionalidad del mensaje.
- Emplear procesos de retroalimentación entre emisor y destinatario, con la finalidad de evaluar su comprensión del mensaje.
- Distribución de material de folletería, con ejemplos para que el usuario del medio recuerde posteriormente el contenido del mensaje.
- Usar pancartas previamente escritas con mensajes incorrectos y correctos para que comprendan el mensaje.
- Recordar siempre el título de la campaña, para lograr su posicionamiento en la mente de las personas.
- Preguntar a todo el conjunto de la gente como se escribe tal o cual palabra.
- Señalar que la persona que diga cómo se escribe correctamente una palabra se le evitará cobrar el pasaje, se lo conseguirá mediante un anuncio que estará visible en la parte de enfrente a los viajeros.

- Colocar al interior del bus de transporte urbano un identificativo con el nombre de la campaña de ortografía.

Ante esta situación el objetivo central, es atraer la atención de la gente, generar cambios en sus actitudes y comportamientos, influyendo de esta manera en aspectos psíquicos y en la personalidad de los individuos, para ello se tendrá presente la fórmula AIDAS: Atención, interés, deseo, acción y satisfacción

Atención.- Cuidado, concentración selectiva de la actividad mental que implica un aumento de eficiencia sobre un determinado aspecto.

Interés.- Entero desenvolvimiento, inclinación y preferencia.

Acción.- Aspiración de algo que no se tiene tendencia espontánea y concurrencia hacia un objetivo propuesto o del que se tiene representación.

Satisfacción.- Estado efectivo de lo que obtuvo, de lo que deseaba o merecía.

Diseño del material de folletería para la Campaña de Ortografía: “La mala ortografía es una enfermedad de transmisión textual. Protégete”.

Adhesivo de campaña que se colocará al interior de los buses urbanos

I Campaña

“La mala ortografía es una enfermedad de transmisión textual. Protégete”.

Octubre-Diciembre de 2014



Material que utilizarán los conferencistas

El saber cuándo se pone una tilde y cuando no ya no va ser difícil. En este texto explica de la forma más gráfica y divertida como hacerlo. La regla consiste en: poner tilde en **aún** cuando se pueda sustituir por **todavía**, y **aun** sin tilde cuando se pueda sustituir por **incluso**.

Monosílabos

<p>Con tilde</p> <p>Aún</p> <p>Todavía</p> <p>Aún no han llegado</p>	 <p>Ejemplos</p>	<p>Sin tilde</p> <p>Aun</p> <p>Incluso</p> <p>Aun sin saberlo, conteste</p>
---	--	--


Otra de las dudas que las personas tienen al escribir es con el uso correcto de los verbos. Haber es uno de los verbos más utilizados, por lo que se tiene más problemas en usarlo correctamente.

Verbo haber

Usarse siempre en singular

Había muchas personas
y no
Habían muchas personas

I Campaña sobre Ortografía



La mayoría de las personas le da poca importancia a la calidad de su redacción. Otros simplemente la ignoran deportivamente y los más se lo toman humorísticamente. Habrán algunos que imaginan que todos entendemos esa monstruosidad que ellos usan en sus celulares.

Un ejemplo fue la metida de pata de la ex Miss Universo venezolana Alicia Machado, cuando pretendía mostrar un buen gesto al pedir una oración en momentos en que Corea del Norte y Corea del Sur amenazaban con entrar en conflicto bélico y escribió “paz entre las Chinas”, lo que inmediatamente le valió un sin fin de burlas que la obligaron a cerrar su cuenta de Twitter, cuando debió escribir “paz entre las Coreas”.

Errores más comunes

1. Reemplazo de letras

Como una forma rápida de escribir se ha optado por sustituir letras como la: q por la k para evitarse la u intermedia, aunque en ocasiones, es sólo por estilo como el reemplazo de la s por la z.

2. Uso de mayúsculas y minúsculas

Es habitual observar el uso de mayúsculas y minúsculas sin distinción, combinándolas sin respetar las reglas, ya sea en nombres o en frases completas. Para muchos, es una forma recreada de escribir y asemejarse, para otros es un dolor de cabeza.

3. Sin acentos

Lo más común es la falta de acentos, son nulos en las redes sociales, ya sea para búsquedas, nombres, mensajes o cualquier otra función, se ha suprimido su uso lo que puede ocasionar una lectura difícil o equivocada.

Adverbios

Adverbio	Adjetivo
Estaré solo un rato	Estaré sólo un rato
Sin compañía	Únicamente
I Campaña sobre Ortografía	

Ejemplos de mensajes cortos de texto

Ejemplos de mensajes cortos de texto

Correcto	Incorrecto
Por Dios	XD
Te quiero mucho	TQM
Mañana te veo	MÑN te veo
Que te pasa	K T pasa
Qué es	QS
Mañana a las dos	MÑN a las 2

I Campaña sobre Ortografía

Cronograma de actividades

Actividades	Junio				Julio				Agosto			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Lanzamiento de la campaña												
Posicionamiento de la campaña												
Etapa de evaluación												
Distribución de material												
Inicio. Difusión de la campaña	Los días: Lunes, miércoles y viernes de 6 y 30 a 7 y 30 de la mañana											

Recursos y presupuesto

Talentos humanos

- Docentes de los establecimientos educativos: Calasanz e IRFEYAL
- Proponente de la propuesta: Carlos Yunga
- Directivos de los buses urbanos de la localidad
- Niños y jóvenes que viajan en el transporte público
- Adultos que viajan en los buses urbanos.

Recursos materiales

- Computadora portátil
- Infocus
- Pantalla
- Reglas
- Cámara fotográfica
- Filmadora
- Papel
- Diapositivas
- Tinta
- Memoria rápida
- Material de escritorio
- Cartulina
- Material bibliográfico

- Transporte
- Alimentación
- Imprevistos

Presupuesto

Materiales	COSTOS
Computadora portátil	\$ 1000
Alquiler de infocus	\$ 50
Pantalla	\$ 200
Reglas	\$ 100
Cámara fotográfica	\$ 200
Filmadora	\$ 700
Diapositivas	\$ 20
Papel	\$ 200
Tinta	\$ 100
Memoria rápida	\$ 40
Material de escritorio	\$ 100
Cartulina	\$ 100
Material bibliográfico	\$ 400
Transporte	\$ 100
Alimentación	\$ 200
Imprevistos	\$ 200
TOTALES	\$ 3690

Financiamiento

Los recursos que demanda la puesta en práctica de la presente propuesta serán cubiertos por el investigador.

j.- BIBLIOGRAFÍA

- CORREDOR, J. (2005). El problema de los jóvenes con el lenguaje, artículo publicado por Diario El Mundo. Recuperado de <http://www.boquia.com> consultado agosto de 2014.
- ESPINOZA, Ch. (2007). Afilar el lapicero. Guía de redacción para profesionales. Barcelona, Anagrama.
- FERNÁNDEZ, M. (2009). La mensajería instantánea, Buenos Aires, Argentina, PSP.
- FONDO DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA INFANCIA (UNICEF), (2012). Por una comunicación democrática de la niñez y la adolescencia/ Recuperado de http://www.unicef.org/argentina/spanish/ComDemocratica_web.pdf
- GÓMEZ, T, (2012). La retórica visual, Universidad de la Laguna, Buenos Aires.
- MAYANS, J (2008). De la incorrección normativa en los chats, I Edición, Barcelona, España, Paidós.
- NARANJO, L. (2008). Escribir SMS con acentos correctos puede triplicar el costo de mensajes, artículo publicado en la Vanguardia.
- NOGUEIRA, B. (2008). Aberraciones prácticas, Barcelona, España, Paidós.
- LOMAS, Carlos. (2005). Cómo enseñar a hacer cosas con las palabras. Teoría y práctica de la educación lingüística. Volúmenes I y II. España: Edit. Paidós.
- TOLOSA, F. (2008). Redes compañero a compañero, una realidad al modelo cliente-servidor, Madrid, España.
- YUS, F. (2001). Ciberpragmática, entre la comprensión y el desconocimiento. Recuperado en www.cibersociedad.net, consultado julio de 2014.
- www.alegsa.comar/dic/dispositivo%20bmovil.php.

k. ANEXOS

ANEXO 1



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA
COMUNICACIÓN

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Tema: “El uso de los mensajería instantánea a través de dispositivos móviles, y su incidencia en la construcción de una nueva forma de comunicarse entre los adolescentes de la ciudad de Loja, periodo enero julio 2014. Lineamientos alternativos”

Proyecto de tesis previa a la obtención del título de licenciado en la carrera en ciencias de la comunicación social
--

Autor: Carlos Rodrigo Yunga Cueva.

LOJA - ECUADOR

2014

a. TEMA

El uso de la mensajería instantánea a través de dispositivos móviles, y su incidencia en la construcción de una nueva forma de comunicarse entre los adolescentes de la ciudad de Loja, periodo enero-julio 2014 lineamientos alternativos.

b. PROBLEMÁTICA

UBICACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA

El cantón Loja es la cabecera de la provincia de Loja, cuenta con aproximadamente 215.000 habitantes, situada en el sur de Ecuador. Tiene una rica tradición en las artes; y, por esta razón es conocida como la Capital Musical y Cultural del país. Por su desarrollo y ubicación geográfica fue nombrada sede administrativa de la Región Sur o Región 7, comprendida por las provincias de El Oro, Loja y Zamora Chinchipe. Además, es una ciudad que ha experimentado un notable desarrollo en las últimas décadas en lo que a medios de comunicación se refiere.

La ciudad es hogar de dos universidades importantes netamente locales: la Universidad Nacional de Loja, fundada en 1859 por el Gobierno Federal de Loja, es la más antigua en funciones del país, después de la Universidad Central del Ecuador (Quito), y la Universidad Técnica Particular de Loja que fue fundada en 1971.

La Universidad Nacional de Loja está ubicada en la Argelia en la ciudadela Guillermo Falconí Espinoza. Es una institución de Educación Superior pública y laica, abierta a todas las corrientes del pensamiento, orientadora de la conciencia social; referente fundamental para el desarrollo de la Región Sur y del País; con altos niveles de calidad, pertinencia y compromiso, reconocido prestigio nacional e internacional, por el accionar

de sus profesionales en respuesta a las exigencias sociales, la generación y aplicación de conocimientos científicos y tecnológicos, el reconocimiento de los saberes y prácticas ancestrales y su permanente interacción con los sectores sociales.

Loja es una provincia que ha logrado una peculiar presencia en el ámbito nacional, sobre todo en las manifestaciones espirituales, con una generación de intelectuales de trascendencia en las artes, las letras, la ciencia y demás manifestaciones del conocimiento humano.

Como consecuencia de este desarrollo humano intelectual, la provincia es considerada como una de las más cultas del Ecuador. Esto, a más de la propia dinámica social y por el acelerado avance tecnológico, ha motivado que nuestra ciudad cuente en la actualidad con tres estaciones televisivas de señal abierta.

Ecotel TV, canal 22 en UHF, es una televisora con alcance local en la hoya de Loja, 13 plus en VHF, es un medio que tiene alcance provincial, y UV televisión canal 4 en VHF, que tiene cobertura regional como Loja, Zamora Chinchipe y norte del Perú. Los tres medios televisivos son de propiedad privada por lo tanto son estaciones comerciales cuyos ingresos están supeditados a la venta de espacios publicitarios.

Hoy en día, con el avance tecnológico, el mal uso del lenguaje se vuelve una práctica diaria a través de los SMS, lo cual atropella las reglas ortográficas y sintácticas.

SITUACIÓN ACTUAL DEL PROBLEMA

Se vive en un mundo cada vez más agitado, con un nuevo sistema de esclavitud llamado globalización y capitalismo en donde el que nada tiene, nada vale lo que nos

obliga a pasar más horas en el trabajo y tratar de conseguir ese elemento vital para la vida en que se ha convertido el dinero.

La Internet, los teléfonos móviles, la televisión y las redes sociales se han vuelto más usados por todos, a causa de esto, se está olvidando lo más importante que es la comunicación interpersonal la cual se está perdiendo conforme pasa el tiempo esto afecta a todos ya que entre los adultos y los jóvenes no se comparten ideas que podrían ser utilizadas para el desarrollo de la sociedad y de las futuras generaciones.

Así como también en la sociedad en la que se vive, en donde el materialismo se antepuesto a los valores y afectividad, ha hecho de compartir ideas, pensamientos, y sentimientos en un ambiente tranquilo y pacífico, y de forma personal, ya que se tiene todas las facilidades para hacerlo olvidando la conversación cara a cara. Que ha sido cambiada por una comunicación unilateral, donde estas llegan de una manera espontánea y no es necesario verse para tener tal o cual comunicación siendo cada vez más común.

En este escenario se pudo apreciar un sinnúmero de efectos, entre ellos la migración, tanto interna y externa, que causa la destrucción de hogares y el abandono de los hijos, donde los adolescentes quedan al cuidado de abuelos o familiares, entre los cuales existen abismales diferencias generacionales que ocasionan que la comunicación no sea directa o no haya una experiencia común; pues los tiempos han cambiado tonándose la actualidad diferente a décadas anteriores donde la tecnología era un privilegio para un cierto grupo social, y ahora este fenómeno ha cambiado radicalmente y los jóvenes tienen un libre acceso a la tecnología .

Debido a esta situación por la que se atraviesa, la comunicación interpersonal está tomando un segundo plano y se está priorizando una colectiva, a causa del avance tecnológico como ejemplo se cita: FACEBOOK, TWITER, YOUTUBE, SMS y otras redes sociales, con los teléfonos móviles, entre otras redes invadidas por los jóvenes, pues aquí la comunicación se realiza a través de un dispositivo tecnológico y no de persona a persona como sería lo ideal en la formación de los adolescentes.

Los mensajería instantánea, son mensajes escritos cortos que se construyen en los teléfonos móviles, utilizando las letras de sus teclados los cuales se envían a través de la misma red, esto genera en los jóvenes de la ciudad de Loja, nuevas formas alternativas de relación. La popularización sería de varias maneras en la construcción del lenguaje y consumos culturales que van más allá del uso del artefacto.

Los avances tecnológicos, específicamente la mensajería instantánea, son parte constitutiva y constituyente de las prácticas cotidianas juveniles, de sus consumos, subjetividades, manifestaciones estéticas, maneras de identificarse y construirse a sí mismo y a los otros.

Los SMS se envían a través de impulsos electrónicos por medio de la red, que leen las direcciones y los remiten a su destino. Estos paquetes pueden reordenarse en su trayecto, así se reciben en medio de otros mensajes en lugar de interrumpir la comunicación. Mayor información a menor costo, desde cualquier punto de la red a cualquier otro, porque el medio de transporte distribuye con eficacia los recursos, en lugar de basarse en un sistema centralizado, poco eficiente, donde cada conversación requiere un circuito específico.

Debido a esta ventaja técnica, el envío masivo de mensajes instantáneos resulta mucho más barato que las llamadas telefónicas que se hacen a través de las redes de comunicación por circuitos específicos. De ahí que el considerable incremento en el empleo de SMS se debe, por una parte, a sus ventajas económicas y, por otra, al hecho de que las redes sociales difunden el SMS y a la vez se ven reforzadas por él. (Rheingold, 2004), por tal motivo el envío de SMS es una técnica de interacción y comunicación entre individuos.

DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Dentro del ámbito de la investigación se prevé un detenido análisis y cabe anotar que el primer mensaje de texto se envió en diciembre de 1992 en Reino Unido. A mediados de 2001, se enviaban ya centenares de miles de millones de mensajes al mes en todo el mundo. Las previsiones para el 2002 rondaban un billón de mensajes de texto mensuales en las redes GSM de todo el mundo. Estos datos proporcionan una idea clara del flujo actual de SMS, no sólo en el Ecuador, sino a nivel mundial.

El celular es un terminal multimedia portátil por excelencia. Una convergencia mediática íntimamente ligada con la globalización general de la comunicación. Convergencia intra-medios, “por integrarse funciones de comunicación oral y escrita que fueron patrimonio exclusivo de los medios de comunicación en el pasado” y también convergencia inter-medios, “los distintos medios se complementan entre sí y estimulan a los demás (*cross media*) produciendo así convergencia en los contenidos” (Höflich, 2002, p. 82).

De esta manera, si la fusión entre la televisión y el computador nunca llegó a ejecutarse plenamente, entre éste último y el teléfono celular se logró con éxito. Gracias

al matrimonio entre la telefonía celular y el World Wide Web hoy gozamos de servicios como el envío de mensajes de texto y navegación en Internet, además de un sinnúmero de servicios adicionales.

Basándome en estas concepciones habrá que pensar en la necesidad de realizar un análisis y estudio de esta problemática para conocer el grado de incidencia del proceso comunicacional entre adolescentes, con sus docentes, familiares y amigos, es decir saber cómo afecta en su rendimiento académico, personal y familiar.

Por tal motivo se plantean las siguientes interrogantes:

¿Un proceso deficiente de comunicación interpersonal influye negativamente en el rendimiento académico de los adolescentes en la ciudad de Loja?

¿Los medios de comunicación están ayudando a que exista un buen desarrollo comunicacional en la sociedad?

¿Qué están haciendo los padres de familia para mejorar el proceso comunicacional con sus hijos; y, sociedad en general?

¿De qué manera repercute el avance tecnológico en el desarrollo de la sociedad?

Por esta razón se plantean los siguientes problemas derivados de la temática principal denominada: **“El uso de la mensajería instantánea a través de dispositivos móviles, y su incidencia en la construcción de una nueva forma de comunicarse entre los adolescentes de la ciudad de Loja”, periodo enero-julio 2014 lineamientos alternativos.** Ante esta situación y como investigador estoy en la capacidad de analizar

los problemas de la realidad social; y, se procede a plantear el problema central y sus derivados:

Problema central

El inadecuado uso de la mensajería instantánea por medio de dispositivos móviles y la tergiversación del lenguaje al momento de redactar el mensaje, de qué manera influyen en los adolescentes lojanos.

Problema derivado uno

La falta de conocimientos al momento de hacer uso de los teléfonos móviles y de qué manera se utilizan para la difusión de los mensajes y la creación de un nuevo discurso juvenil.

Problema derivado dos

Los adolescentes dedican más tiempo a la creación de los SMS antes que a las tareas educativas, debido a las ventajas que nos ofrecen los dispositivos móviles al momento de comunicarnos.

Problema derivado tres

No existe sensibilización por parte de quienes hacen uso de los SMS donde se comprometan hacerlo de la manera adecuada.

c. JUSTIFICACIÓN

Justificación social

Las características de la presente investigación, sin lugar a duda brindarán un significativo aporte para la colectividad lojana acerca del buen uso de los SMS en los jóvenes adolescentes de nuestra ciudad, para lograr un cambio y mejoramiento al momento de hacer uso de los mismos y poder interactuar con los demás.

De esta manera se estará aprovechando el poder que tienen hoy en día el envío de los mensajes instantáneos como una nueva forma de interacción juvenil y el impacto que causa al crear un nuevo discurso juvenil, ya que de esta forma se volverá más crítico y exigente en la manera de usar los dispositivos móviles y las ventajas que nos presta pero de mas manera más idónea.

Al menos al momento de usar los SMS se establecerá una socialización acerca de la importancia del avance tecnológico en los casos que como usuarios no hacemos un uso debido, ya que es evidente y de carácter social la presente investigación lo que se la justifica desde esta perspectiva.

En este contexto y dando cumplimiento a las normativas institucionales de la Universidad Nacional de Loja, estamos en capacidad de contribuir al desarrollo de la sociedad, porque este centro forma y viene formando entes capacitados que contribuirán a dar solución a los problemas sociales.

Justificación Institucional

La Universidad Nacional de Loja, ha establecido prioridades en cuanto a líneas de investigación en cada una de las Áreas Académico Administrativas que oferta la institución y que vela por dar solución a los problemas sociales, para fortalecer esta tarea

institucional, y, mejorar el proceso comunicativo de los adolescentes por medio de la mensajería instantánea.

Por otro lado otras de las funciones de nuestra Alma Mater Loja, es la vinculación con la colectividad, con el afán de que es posible materializarlo a través de una adecuada cohesión entre la investigación realizada por el investigador y la comunidad. Más aun cuando el producto de dicha investigación contribuye notablemente a dar soluciones a los problemas sociales a investigarse.

Así la Universidad Nacional de Loja, aporta a la colectividad con la solución a problemas que aquejan a la sociedad en general para transformar la realidad cotidiana, con una pretensión de lograr a largo plazo una verdadera alfabetización científica y tecnológica aprovechando de la mejor manera las nuevas tecnologías de la información y conseguir una verdadera democratización de la ciencia pero con fines de enseñar y de utilizarse de la manera correcta.

Así mismo el compromiso de vinculación con la colectividad sobre diferentes aspectos sociales, económicos, culturales, científicos Y tecnológicos, por lo que la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social busca contribuir con cada uno de los proyectos a posibles soluciones a problemas del ámbito social para el mejoramiento de las estrategias comunicacionales, de esta manera profundizo el tema: “El uso de la mensajería instantánea a través de dispositivos móviles, y su incidencia en la construcción de una nueva forma de comunicarse entre los adolescentes de la ciudad de Loja”, periodo enero-julio 2014 lineamientos alternativos.

Con estos breves antecedentes se justifica desde el propósito institucional la presente investigación.

Justificación Académica

Como estudiante de la Universidad Nacional de Loja, del Área de la Educación, el Arte y la Comunicación, egresado en la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social , estoy en la necesidad de realizar un trabajo investigativo con el fin de dar cumplimiento y solución para así demostrar los conocimientos adquiridos dentro de la institución, con respecto a la investigación, obteniendo una vinculación con la sociedad, de ésta manera planteo el tema denominado: **“El uso de la mensajería instantánea a través de dispositivos móviles, y su incidencia en la construcción de una nueva forma de comunicarse entre los adolescentes de la ciudad de Loja”, periodo enero-julio 2014 lineamientos alternativos.**

Proyecto previo para obtención del título de licenciado en ciencias de la comunicación social.

En calidad de egresado y aspirante a recibir el título de licenciado, es deber y responsabilidad cumplir con el requisito indispensable de conformidad con el Reglamento Académico de La Universidad Nacional de Loja, por lo que el esfuerzo plasmado en este trabajo lo pongo a consideración de la colectividad y de las autoridades competentes.

d. OBJETIVOS

Objetivo general

- Conocer si el uso de la mensajería instantánea que envían los adolescentes de la ciudad de Loja, por medio de dispositivos móviles, contribuye a la creación de nuevas formas de comunicarse y dinamizarla.

Objetivos específicos

- Verificar si las personas que pertenecen a la parroquia El Valle del cantón Loja se consideran sujetos virtuales que promueven la mensajería instantánea y contribuyen a la generación de un nuevo discurso juvenil
- Verificar si la mensajería instantánea mediante los dispositivos móviles promueven una interacción social.
- Analizar porque los adolescentes usan del lenguaje icónico en la mensajería instantánea.
- Diseñar una propuesta alternativa que permita a los jóvenes de nuestra ciudad enviar y recibir mensajes de texto que contribuyan a la generación de una adecuada forma de comunicación.

e. MARCO TEÓRICO

El uso de la mensajería instantánea

La mensajería instantánea es un aspecto central entre los procedimientos de chat y los contenidos de correo electrónico, estos son programas generalmente gratuitos y variables, se encuentran en el escritorio y, mientras haya conexión a Internet, siempre están activos.

Este servicio es un texto plano que podría ir acompañado de emoticonos, para crear estados de ánimo, que un emisor lo envía en tiempo real hacia un destinatario y este a su vez lo puede responder en el acto si así lo considera pertinente.

No se debe olvidar que este sistema ha ganado altos grados de popularidad, entre los usuarios de Messenger de Microsoft, MSN, Messenger de AOL y otros, los mismos que han arrasado con casi todos los usuarios de la red.

Según estudios de American OnLine (2012), uno de los principales proveedores de este sistema, se considera que diariamente se envían 3000 millones de mensajes, pudiéndose deducir que un individuo podría enviar contenidos vía chat, de al menos 3 mensajes por día, al contarse con más de cien millones de internautas.

Independientemente de si ayudan a incrementar la productividad o deteriorarla, los sistemas de mensajería instantánea son una herramienta de trabajo y una forma de comunicación personal hoy imprescindible para muchas personas y empresas que verían afectadas sus actividades si carecieran de ellos (López, 2012, p. 76).

Por su parte, Gilberto Romero, analista de software de Select, empresa dedicada al análisis de la industria de Tecnologías de la Información en México, explica que los usuarios individuales son quienes principalmente utilizan los sistemas de mensajería. "La aplicación es sumamente sencilla de utilizar, combina las prestaciones del chat y del correo electrónico, anexar archivos, fotografías, juegos en línea, entre otras aplicaciones, toda esta funcionalidad lo hace muy atractivo para la gente" (Romero, 2012, p. 89).

En este sentido y coincidiendo con estos autores, se podría decir además que el envío de contenidos o mensajes, a través del chat son fáciles de enviarlos y recibirlos, por medio

de estos se pueden anexar una infinidad de aplicaciones, haciendo a este sistema muy atractivo para las personas que los reciben.

En otros servicios relacionados con Internet, el número de herramientas de mensajería instantánea y proveedores del servicio está en manos de tres empresas, AmericaOnLine, que soporta su Instant Messenger e ICQ, Microsoft, y Yahoo. En el camino han quedado Excite y Terra, que han dejado de ofertar el servicio frente a la monopolización de las señaladas anteriormente, por lo que se han dedicado a otras especificaciones.

En una sociedad tan demandante, este tipo de herramientas es un recurso que no pasa desapercibido, sobre todo para jóvenes y adolescentes que están creciendo en este ambiente y para quienes es más conciso y práctico oprimir dos o tres teclas para estar en contacto con otras personas (Romero, 2012, p. 112).

Los jóvenes son las personas que más contacto tienen con sus pares por medio del chat, pueden estar horas y horas en la red, mediante el uso de redes sociales o simplemente mediante el envío de mensajes de texto por medio de los dispositivos móviles como el celular.

El chat como sistema de comunicación

El chat es un sistema de comunicación a tiempo real con otros individuos, a través de Internet. Existen muchos espacios disponibles en la red. Pueden formar parte de una página web, un blog, constituyéndose así en opciones dentro de un servicio ofrecido por el proveedor.

Estas actividades son consideradas como acciones de ocio, también pueden ser de beneficios educativos. Los alumnos toman contacto con sus iguales de cualquier parte del mundo, en tiempo real, para compartir prácticas, formas de vida y trabajar en conjunto,

es decir que el chat, ofrece muchos beneficios como método de comunicación rápido y eficiente.

Enrique Echeburúa, catedrático de Psicología Clínica de la Facultad de Psicología de la Universidad de San Sebastián asegura que:

La navegación por Internet puede convertirse en una actividad adictiva siempre y cuando implique un impacto negativo en la vida cotidiana de los sujetos en los momentos de ocio y se pierde el control. Lo normal afirma, es que las personas que participan en las charlas virtuales son personas introvertidas, con relaciones sociales pobres, donde el uso de la red les permitiría establecer conexiones sin necesidad de dar la cara, generando la red un espacio para la estimulación social (Echeburúa, 2001, p, 47).

Los sistemas de chat en muchas ocasiones no son seguros, por lo que se atenta contra la intimidad de las personas, por ello quienes usan este sistema deberían conocer los riesgos que corren al no tener configurados los elementos de seguridad, aunque aquello pueda ser jacked o vulnerado el sistema.

Erica Zellener (2013), comunicóloga y estudiosa de los sistemas de transmisión instantánea en la red, sostiene:

Como la cultura es mediada y se realiza a través de la comunicación, las culturas es decir, nuestros sistemas de creencias y códigos históricamente producidos son transformadas substancialmente, y lo serán aun más con el correr del tiempo, por el nuevo sistema tecnológico (Zellener, 2013, p, 4).

Esta nueva forma de comunicación electrónica, mundialmente establecido, interactivo y acompañado por los medios de comunicación está cambiando, transformando la cultura de los pueblos, pues esa forma de interacción con los demás, promulga de disolución de las identidades de los pueblos, es decir que se están minando las costumbres y tradiciones, por cuanto por medio de la red se pueden conocer otras formas de vida y participación social.

“Las comunidades virtuales como complementados sociales que nacen en la Internet, pueden ser consideradas, componentes dentro del espacio virtual-cibernético, ya sea en tiempo real o remoto” (Castell, 1997, p, 5).

Las conversaciones interactivas alcanzan en ocasiones los límites más inesperados. El anonimato hace que ningún aspecto tenga demasiada trascendencia, entre el grupo de internautas, porque no todos colocan sus nombres reales para identificarse, siempre usan identificativos con apodos, con la finalidad de evitar ser reconocidos, con ello no se otorga toda la confianza hacia el perceptor o destinatario del mensaje.

Nuevas formas de comunicación

La interacción a través de los servicios de chat se caracterizan por su dinamismo, por ejemplo, la construcción misma de los mensajes cortos de texto, la construcción de oraciones de varios renglones supone una desventaja, debido al deslizamiento de las líneas de texto. Por otro lado, éstos surgen como una alternativa de relación y comunicación casi igual a una conversación no formal y cotidiana. Es por ello que a,

Menudo se sacrifican las normas gramaticales y ortográficas, en beneficio de una mayor rapidez y agilidad de la comunicación. Así pues el uso de tildes es frecuentemente inexistente. En realidad, aunque se trata de un método de comunicación escrito, equivale a una comunicación oral (Mayans, 2008, p. 17).

El acercamiento entre lenguaje escrito y hablado lleva a veces a un uso voluntario de la representación fonética de expresiones o dialectos, como tomar literalmente del andaluz al lenguaje escrito o cualquier otra forma para establecer comunicación, independientemente de la manera en que se estructuren.

Asimismo, este tipo de lenguaje adolece de una gran falta de comunicación extra más allá de las propias palabras, porque se buscan formas para confeccionar los contenidos o mensajes de la manera más rápida posible, aunque muchos consideran que los jóvenes entienden a sus pares, por ejemplo “en una conversación cara a cara, en la cual no solo se cuentan las propias palabras, sino la entonación o el lenguaje corporal” (Naranjo, 2008, p, 56).

Esta carencia se suple con el uso de emoticonos, con la duplicación de letras o con el uso de letras mayúsculas para captar el interés de otros usuarios, lo que para muchos constituye un atentado para la lengua o la gramática, sin embargo está siendo aceptada en el medio social o grupos a los que pertenecen los jóvenes especialmente.

Aunque en ocasiones debido a la:

Rapidez del medio pueden producirse errores tipográficos casuales (por ejemplo, las letras b y v son contiguas en los teclados QWERTY, los más extendidos), también cabe destacar el uso incorrecto adrede del lenguaje y la transgresión de las normas gramaticales a propósito como recurso humorístico o seña de identidad (Corredor, 2008, p, 15).

Considerando la categoría de edad de los usuarios donde el lenguaje chat está más extendido, precisamente la identificación del individuo cobra una mayor fuerza, al constituirse frecuentemente en adolescentes y jóvenes que desean distanciarse o separarse de sus amigos, bien como simple diferenciación o como una demostración de rebeldía hacia el sistema en que se desenvuelven.

El universo digital

La Internet también ejercerá influencia en las enormes cantidades de “datos útiles”, que se pueden analizar, de ese conjunto denominado universo digital. En el 2013, sólo el 22%

de los datos se consideraron útiles, pero menos del 5% de esos se analizaron, lo cual dejó una enorme cantidad de otros que fueron perdidos como materia oscura en esa plataforma. En este contexto se considera que para el 2020, más del 35% de todos esos fundamentos se podrían considerar necesarios, gracias al crecimiento de la Internet, pero sería una tarea de los negocios emplear aquellos aspectos.

Este fenómeno presentará nuevas formas radicales de interactuar, lo cual estimulará la interrelación entre las personas. Por otro lado, es un gran desafío ya que las personas buscan administrar, almacenar y proteger el inmenso volumen y diversidad de datos. Por ejemplo, IDC estima que el 40% de los datos en el universo digital requieren algún tipo de protección, desde medidas de privacidad intensificadas hasta datos totalmente encriptados. Considerando lo anterior, en realidad solo el 20% de estos recibe protección.

"Internet fue el primer medio masivo de la historia que permitió una horizontalización de las comunicaciones, una simetría casi perfecta entre producción y recepción, alterando en forma indeleble la ecología de los medios. Nacida de una combinación de necesidades militares y experimentales a fines de la década del sesenta (Hafner y Lyon, 1996, Abbate, 1999), sobrepasando sus estrictos cinturones de seguridad y dando lugar a movilizaciones anarquistas y contraculturales a mediados de los noventa, se comercializó e inició una evolución/revolución que ha pasado por varias etapas y que está hoy en plena ebullición." (Piscitelli, 2002: 207).

En este sentido el medio más idóneo y que mantiene en contacto continuo a las personas, sin lugar a dudas es la red, la misma que ofrece una infinidad de situaciones o aspectos que pueden ser de absoluta ayuda en materia del otorgamiento de relaciones sociales.

En este último ámbito, el de la comunicación, Romañach (2001) señala que:

Internet es una herramienta de comunicación social en un doble sentido: personal y estructurada. Cuando habla de medio de comunicación social personal hace referencia a dos tipos de medios: comunicación unipersonal (cuando la comunicación se realiza con un solo individuo) o comunicación multipersonal (cuando el mensaje llegar a varias personas a la vez) (Romañach, 2001, p, 675).

Teniendo en consideración estas aseveraciones de seguro, la red se constituye en el medio de comunicación de mayor trascendencia, por su intermedio se está en capacidad de otorgar una infinidad de elementos, a fin de que el individuo las pueda utilizar para establecer contacto con otras personas, con similares intereses u objetivos.

Es por ello que Castells (2014) afirma denominar informacional a este nuevo modo de desarrollo, constituido por el surgimiento de un nuevo paradigma tecnológico basado en la tecnología de la información. Cada modo de desarrollo—continúa el autor— posee asimismo un principio de actuación estructuralmente determinado, a cuyo alrededor se organizan los procesos tecnológicos: el industrialismo se orienta hacia el crecimiento económico, eso es, hacia la maximización del producto; el informacionalismo se orienta hacia el desarrollo tecnológico, es decir hacia la acumulación de conocimiento y hacia grados de complejidad más elevados en el procesamiento de la información.

Si bien grados más elevados de conocimiento suelen dar como resultado grados más elevados de producto por unidad de insumo, la búsqueda del conocimiento e información es lo que caracteriza a la función de la producción tecnológica en el informacionalismo.

En palabras de Manuel Castells (2014). La Era de la Información en la presente época:

Es un periodo histórico caracterizado por una revolución tecnológica centrada en las tecnologías digitales de información y comunicación, concomitante, pero no causante, con la emergencia de una estructura social en red, en todos los ámbitos de la actividad humana, y con la interdependencia global de dicha actividad. Es un proceso de transformación multidimensional que es a la vez incluyente y excluyente en función de los valores e intereses dominantes en cada proceso, en cada país y en cada organización social. Como todo proceso de transformación histórica, la era de la información no determina un curso único de la historia humana. Sus consecuencias, sus características dependen del poder de quienes se benefician en cada una de las múltiples opciones que se presentan a la voluntad humana (p. 78).

Compartiendo con las aseveraciones de Castells, se podría añadir, sin intentar ser decisorios en la concepción principal, es que los seres humanos se encuentran dominados y hasta capturados por los adelantos de la tecnología de la información y comunicación, obviamente sacando el mejor de los provechos para comprender de mejor manera el proceso de interrelación basado en la comunicación.

El lenguaje o comunicación visual

La **comunicación visual** es un proceso de elaboración, difusión y recepción de mensajes visuales. Para que no se pierda el valor y el sentido de estos, cada elemento que interviene en el envío debe cumplir adecuadamente su función.

Estos elementos son: emisor, mensaje, medio y receptor.

El emisor: es quien origina el mensaje. Puede ser un fotógrafo, un pintor, un publicista, etc. Trata de comunicarse por algún motivo: vender, convencer, protestar, embellecer, etc.

El mensaje: es la información que el emisor desea transmitir hacia un destinatario.

El receptor: es a quien va dirigido el mensaje. Llegar a él es el objetivo del emisor, para ello ha de captar su atención e interesarlo en su imagen o en el mensaje que transmite a través de las imágenes son recibidas por la retina del ojo, posteriormente analiza esos contenidos y los descifra para su mejor comprensión.

El canal o medio: es el soporte utilizado por el emisor para hacer llegar su mensaje. Es decir, la televisión, Internet, la prensa, los carteles. Cada uno de ellos tiene sus ventajas y

sus limitaciones. Pero en definitiva, el canal ha de ser elegido en función de las características y posibilidades de acceso del perceptor o destinatario.

No todos los medios presentan las imágenes o captan la realidad con el mismo grado de intensidad. Por ejemplo, una cámara fotográfica registrará la realidad muy fielmente, sobre todo si lo hace en color pero su iconicidad es menor que la del cine pues, éste, además, representa el movimiento y el sonido. Un dibujo de un niño tendrá un grado de simbologismo bastante más bajo que cualquiera de las imágenes anteriores, porque está acompañado de una serie de movimientos.

Dentro de la historia de la pintura, por ejemplo, se ha representado la realidad con muy diferentes grados de iconicidad. Así tenemos el estilo realista que representa fielmente la realidad, el estilo figurativo que se aleja de la realidad pero nos permite reconocerla y el estilo abstracto que no la representa.

Las TIC's como sistemas de comunicación

Las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación TIC's, se han convertido en herramientas para establecer contacto no solo individual, sino colectivo, es decir un aspecto del entorno cotidiano y fuente de nuevos lenguajes. Por lo cual se debería dejar de lado los aparatos tecnológicos como tales, y centrarse en nuevos modos de percepción para poder comprender mejor las dinámicas suscitadas a partir del uso de estos procesos en el ámbito social y cultural.

La tecnología puede entenderse, en términos de las relaciones entre el mundo material y humano; y, en términos del conocimiento que se encuentra detrás del artefacto electrónico material, ya que al sobrepasarlo encontramos un sutil fenómeno cultural.

Detrás de las placas de los discos, botones o palancas que conectan nuestra acción con una tecnología particular o con un sistema tecnológico, no solo hay un sistema mecánico o electrónico y un conjunto de circuitos, sino fundamentalmente un texto cultural que adquiere sentido de cuanto acontece para vincular la tecnología con la acción social y productiva (Hill, 1997, p, 89).

En el caso que nos ocupa, el interés que tienen los jóvenes de comunicarse y estar en contacto con sus amigos o grupos sociales a los que pertenecen. Perdurará conforme a sus necesidades.

Hoy en día el uso de celulares y mensajes se ha convertido casi en una necesidad para los jóvenes, pues, según Stephen Hill (1997):

El ordenamiento exitoso de los sistemas tecnológicos implica la expansión del orden al entorno del sistema, ya que la tecnología posee una gran fuerza que logra conformar la cultura, quizá sociedades enteras puedan resistirse por un corto tiempo, pero pronto se verán abrumadas o tendrán que ajustarse progresivamente (Hill, 1997, p, 92).

Por su parte, Jesús Martín Barbero (2002):

Lo que la trama comunicativa de la revolución tecnológica introduce en nuestras sociedades no es tanto la cantidad inusitada de nuevas máquinas sino un nuevo modo de relación entre los procesos simbólicos que constituyen lo cultural y las formas de producción y distribución de los bienes y servicios (Barbero, 2002, p, 3).

Tomando en consideración las aseveraciones de Hill y Barbero, se puede considerar que los escritos son nuevas formas de adquirir conocimiento, que ya no se centralizan únicamente en los espacios educativos, sino que circulan por otros canales. Son saberes que se componen de pequeños o grandes contenidos, haciendo que los adolescentes sepan más que sus propios maestros.

Actualmente, los teléfonos celulares además de ser más pequeños o considerados inteligentes, se han convertido en minúsculos terminales de Internet, por su conexión permanente y que se lo transporta a donde vayan. Las funciones de los aparatos son cada vez mayores, por lo tanto multiplican las potencialidades, viéndose en la obligación las empresas comercializadoras de estos dispositivos a bajar los precios, por cuanto cada operadora compite en función de sus intereses económicos y no tanto en el servicio.

En definitiva, los más trascendentales adelantos no se suscitarán dentro de las grandes industrias tecnológicas, sino en la periferia, en pequeños grupos de jóvenes emprendedores o asociaciones de aficionados, al igual que ha sucedido y sucede con los computadores e Internet, (Rheingold, 2004, p.55).

Estas perspectivas son tan grandes que muchos jóvenes se han visto en la obligación de organizarse para producir sus propios sistemas de comunicación que pueden ser por medio de páginas en la red, blogs o redes sociales.

Procesos comunicativos digitales

Un nuevo modo de comunicación social, introducido por una nueva tecnología, permite mantener relaciones sociales, mediante el uso de un dispositivo móvil como el celular. Así, los jóvenes establecen relaciones con otros, aunque aparezca la diversidad, donde la identificación se logra de forma distinta, entonces el apareamiento del otro virtual que proyecta una imagen diferente, ya que al chatear el sujeto no está con el otro, sino que lo siente en función del interés que tenga el uno con el otro.

Ese otro, se edifica en un lugar virtual, que permite ir más allá de lo que la misma realidad ofrece, ya que no se opone a lo real sino a lo actual que favorece los procesos de creación e imaginación, abre horizontes, cava pozos llenos de sentido bajo la superficialidad de la presencia física inmediata” (Levy, 1999, p. 14)

Lo virtual es aquello que existe y tiende a actualizarse, aunque no se concretiza de modo efectivo o formal ofrece particularidades principales de la virtualización, es decir otorga formas comunes para el emplazamiento de relaciones entre los sujetos.

Los SMS configuran una nueva forma de concebir y configurar las cosas, una nueva forma de vida que inventa su mundo y con este un espacio y tiempo específicos. Es el caso de las comunidades o redes sociales constituidas a través y gracias a los mensajes cortos de texto:

Sus miembros están unidos por los mismos focos de interés, los mismos problemas: la geografía, contingente, deja de ser un punto de partida y un obstáculo. Pese a estar fuera de ahí esta comunidad se anima con pasiones y proyectos, conflictos amistades. Viven sin un lugar de referencia estable: dondequiera que estén sus miembros móviles o en ninguna parte. La Virtualización reinventa una cultura nómada creando un entorno de interacciones sociales donde las relaciones se configuran con un mínimo de inercia (Lévy, 1999, p.21).

En consecuencia, el espacio es un lugar de identidad, relacional e histórico. Es la idea materializada que permite relacionarse unos con otros; así mismo, los lugares se concretan en tiempo y espacio, construyéndose en el preciso momento que se los práctica.

Identidad social

El celular se constituye en una herramienta importante en la construcción de identidad y sobre todo para ser aceptado en un grupo social, pues implica pertenencia e independencia a la vez: “El celular está fuera del control de los padres, es un artefacto personal que permite expresar la propia personalidad del individuo y que también contiene varios indicios de ella” (Mante, Meijer y Pires, 2002, p.47-58).

Hoy la globalización tiende a inscribir las identidades en las lógicas de los flujos, por ello existe:

Multiplicidad de referentes desde los que el sujeto se identifica como tal, pues el descentramiento no es solo de la sociedad sino de los individuos, que ahora viven una integración parcial y precaria de las múltiples dimensiones que los conforman. La identidad no es pues lo que se le atribuye a alguien por el hecho de estar aglutinado en un grupo como en la sociedad de casas sino la expresión de lo que da sentido y valor a la vida del individuo (Barbero, 2002, p.85).

Tomando en consideración estas aseveraciones realizadas por Jesús Martín Barbero, los jóvenes encuentran en los SMS el mecanismo idóneo para estar en contacto con el resto de personas que tienen similares características u objetivos.

La identidad se construye en el diálogo y el intercambio, ya que es ahí donde los individuos y grupos se sienten despreciados o reconocidos por los demás. Las identidades, ciudadanas modernas se construyen en la negociación del reconocimiento por los otros. Ya que es a través de la “acción comunicadora que los actores desarrollan, confirman y renuevan su membresía en los grupos sociales y sus propias identidades” (Hill, 1997, p, 102).

Las identidades juveniles son temporalmente más cortas, dotadas de una flexibilidad que les permite combinar ingredientes provenientes de mundos culturales distintos, por lo tanto atravesadas por interrupciones que en ocasiones no pueden ser descifradas por ellos mismos.

Por su parte Martín Barbero, sostiene:

Frente a la distancia y prevención con que gran parte de los adultos resienten y resisten esa nueva cultura que desvaloriza y vuelve obsoleto muchos de sus saberes y destrezas, los jóvenes experimentan una empatía cognitiva con las tecnologías audiovisuales e informáticas, y una complicidad expresiva con sus relatos e imágenes, sus sonoridades, fragmentaciones y velocidades en los que ellos encuentran su idioma y su ritmo (Barbero, 2002, p.101).

Tomando en consideración estas perspectivas, los jóvenes tienen una relación más directa con los últimos adelantos de la tecnología, por lo tanto mayores posibilidades de

establecer contactos con amigos, familiares, haciendo uso de un lenguaje distinto al de los adultos.

Howard Rheingold (2004) en cambio indica:

Con la telefonía y mensajería móviles los jóvenes han adquirido un papel clave, pues con su difusión han encontrado un medio que les permite comunicarse con sus amigos, fuera del ámbito controlado por los padres y profesores, en un momento de vital importancia, ya que se alejan de la familia para conformar y consolidar su propia identidad como miembros de un grupo, los grupos que conforman (Rheingold, 2004, p, 56).

El modo en que se comunica cada individuo y los grupos que elige como público en su actuación comunicativa forman parte de la maquinaria social utilizada para construir identidades.

Los grupos a los que pertenecen los individuos reflejan la concepción que estos tienen de sí mismos. Esta presentación del yo apunta exteriormente hacia el grupo e interiormente hacia la identidad del que se presenta, todo ello de forma simultánea, a través de los mismos actos comunicativos (Goffman, 1959, p.56).

De esta manera, en los mensajes, la elección del receptor, así como de la forma de respuesta que utilizan los jóvenes se constituye en la base para descubrir un modelo de identidad, no solamente individual sino también colectiva.

Uso de la mensajería instantánea

Como afirma Stephen Hill:

La tecnología puede ser entendida como un texto que es posible leer y construir al mismo tiempo. Por ende, las personas crean sus propios significados en el mundo tecnológico, los viven, se ven limitados por éstos e invierten esos mismos significados en el diseño tecnológico según su propia experiencia diaria (Hill, 1997, p. 83).

Tomando en consideración lo que señala Hill, se puede añadir que los jóvenes crean contenidos particulares acerca de los móviles, los viven y experimentan a diario según las prácticas que estos dispongan, es decir, se apropian de las cosas y cada individuo lo realiza de forma particular.

En este caso los jóvenes constituyen el contexto de la tecnología. Ellos presentan diferentes realidades, pero el interés y preocupación por comunicarse, estar en contacto, poder intercambiar libremente vivencias y actividades con sus pares, con todo y todos; se configuran las características contextuales principales de ellos, conforme ocurre en la ciudad de Loja en la parroquia el Valle, específicamente.

El promedio de mensajes instantáneos que se envían diariamente alcanza niveles formidables, funciona como un intercambio que responde a temporadas de mayor y menor frecuencia; cuando el tráfico es alto se envían entre 500 y 1000 mensajes al día, en cambio en el momento que es menor se envían entre 50 y 100 mensajes, conforme a los comentarios de los propios jóvenes.

En este sentido, los mensajes instantáneos suelen estar determinados por la coyuntura, o sea son construidos rápida y espontáneamente, no obstante, en ocasiones pueden estar sujetos a rigurosos filtros de verificación y perfeccionamiento de parte de los jóvenes. Cuando la conversación trata asuntos importantes o cuando la intención es conquistar o agradar a alguien, son escritos una y otra vez hasta que queden a gusto de sus productores.

Los mensajes de texto permiten que las relaciones entre uno y otro individuo se prolonguen, pueden expresarse mayor y más ampliamente, en cambio en una llamada las

conversaciones son rápidas y puntuales por el costo, en definitiva lo importante es el contenido de lo enviado.

En este sentido el celular sirve como mecanismo de control de parte de los padres. En esos casos apagarlo y recurrir al argumento de que se agotó la batería, o se me olvidó, no hay cobertura, entre muchas otras excusas, sirven para ignorar el llamado de sus progenitores o de cualquier otra persona, el simple hecho es el evitar responder, sin que ello no signifique problemas o reclamos posteriores.

Interacción juvenil

Según manifiestan (Enid Mante y Dóris Pires),

El empleo SMS es parte integral de la cultura juvenil, los chicos miran en los mensajes y en los teléfonos móviles en general la posibilidad de expresarse, de ser ellos mismos, la posibilidad de compartir con quienes realmente los comprenden, es decir el grupo al que pertenece o los rodea (p, 157).

A esto se debe añadir que cuando existe cercanía física los jóvenes intercambian mensajes cortos de texto, por ejemplo mientras se encuentran en clases y se tornan aburridas, es decir por el celular se envían contenidos como ayuda o recordatorios propicios para las pruebas y exámenes, esto en el momento que cometen una actividad fraudulenta.

El teléfono celular es el medio idóneo y casi exclusivo para mantenerse en contacto con sus amigos, es apto para contarse cosas íntimas, ya que cuando los padres o la familia están alrededor, los jóvenes no son capaces de expresarse con libertad y seguridad, es decir no hay una interacción específica.

La mensajería instantánea contiene un elemento expresivo que constituye la reafirmación de una correspondencia social. Así, las relaciones construidas con anterioridad, y las nuevas también, se afianzan y fortalecen a través de los mensajes, pues para los jóvenes es muy importante estar comunicados con sus amigos, suelen ser grupos pequeños los más allegados, de entre dos y tres personas dentro de los cuales en intercambio de mensajes y por supuesto el contacto presencial es a diario.

El intercambio de mensajes instantáneos es constante, pueden permanecer adyacentes durante toda una jornada escolar, más el momento en que se alejan físicamente sienten la necesidad de contactarse, de comunicarse mutuamente y para ello, recurren a elecciones diversas. Así que la tecnología y los celulares en especial se constituyen en la alternativa propicia.

Por ello, experimentar diversas sensaciones también es un efecto propio de los SMS en los jóvenes, ellos involucran sentimientos, apegos, emociones. De acuerdo a la persona que lo envíe, el recibir un mensaje puede causar emoción, angustia, temor, odio, alegría, tristeza, en fin diferentes sensaciones.

Igualmente, a través de la mensajería instantánea es posible entablar nuevas amistades, conocer a gente nueva. Por ejemplo, los jóvenes reciben o envían un mensaje por equivocación y a partir de él inician un intercambio, se hace de amigos. Encuentros sociales o fiestas también son aprovechados, ahí se intercambian números telefónicos móviles y luego entablan conversaciones vía SMS, lo interesante es aproximarse a la persona en cuestión y el celular sirve sobre manera para tal fin.

En este ámbito, si bien los jóvenes pueden hacerse pasar por alguien más en los mensajes, cosa que no es frecuente, esto obedece a propósitos específicos como constatar fidelidad o convicción de parte de las sus parejas amorosas o ser solidarios con los amigos, mas no obedece a un deseo de configurarse como un individuo distinto, cosa que quizá ocurre con frecuencia en el chat de Internet, pero no en el chat SMS, aquí las subjetividades no se escogen a la carta.

Uso de los dispositivos móviles

El celular es un objeto que hace diferenciar a los jóvenes, de ahí su gran despliegue y aceptación. Se une fuertemente a los conceptos sociológicos de grupo y relaciones primarias, especialmente con sus amigos. Tanto la identidad como la comunicación se asocian con dos necesidades urgentes de los jóvenes. Así, mientras la identidad es vista como la necesidad de sentirse diferentes y pertenecer a un grupo juvenil, con un espacio propio, único y privado; la comunicación es el deseo de construir sus redes sociales, sus valores, normas y comportamientos en ese soporte de relaciones.

Este aparato les ayuda a organizarse, a planificar citas, salidas, encuentros y reuniones. Asistiendo, en cierta forma, a los jóvenes que buscan su desenvolvimiento dentro de la sociedad sin el acompañamiento de los adultos. Entonces, valdrá recalcar el concepto del celular como un aparato personal, privado y utilizado en gran medida para relacionarse afectivamente, como lo señala Lorente (2002). Esto nos introduce, de otra manera, en la idea del compañero, de ese aparato que ha adquirido un nuevo valor.

Así, afirmar que el celular es un compañero, es decir que representa a otro que está junto a nosotros significa darle esta simbolización y otorgarle la capacidad de ser

reconocido como un conviviente, el cual corre la misma suerte que su dueño, comparte los mismos espacios que cualquier persona y es una especie de cómplice y soporte en la búsqueda de un determinado fin.

Primero el celular siempre está con su dueño, comparte su vestimenta, por ser el lugar más cómodo para llevarlo. Un bolsillo, una chaqueta, una cartera son los sitios donde se aloja. Duerme con sus dueños, la cama o la almohada, son unos buenos lugares para pasar la noche. Además el celular brinda una ayuda, es el cómplice de los jóvenes para fortalecer su identidad, reafirmar su yo, expresarse, asociarse con los otros y confirmar sus redes.

El chat y los jóvenes

El chat y el discurso juvenil son importantes porque les deja observar varias características propias de los jóvenes. Entonces es una aproximación al lenguaje juvenil, entendido como la unión de aspectos lingüísticos. Estos serán los que den la particularidad y característica especial del conglomerado, dejando además al descubierto detalles que son tomados por estos grupos.

Así, se logrará una comprensión alta, un intercambio constante y una efectividad comunicativa que aleja de ruidos semánticos o falta de entendimiento. Lo importante es que el mensaje se confeccione en términos comunes, por lo tanto para el emisor como para el perceptor, es su código común. Los jóvenes pueden observar un estilo propio, que va cambiando con gran velocidad y a medida que su identidad también se transforma.

Dentro del lenguaje, comprendido por palabras, en su mayoría, es importante especificar y resaltar la utilización de signos dentro de los mensajes de texto. Estos son lenguajes que utilizan una nueva decodificación pero que es comprendida por el grupo juvenil.

No se debe olvidar que el celular, como cualquier otra pantalla presenta: palabras, signos, íconos y colores por lo que cada mensaje está cargado de determinadas características que le dan un sentido único y le hacen fuerte al momento de hablar de un lenguaje juvenil, que emplea cuanto tiene a su alcance para poder enviar un mensaje que es colectivizado y compartido por sus iguales. Por otro lado, es oportuno relacionar la edad del grupo estudiado y los usos lingüísticos.

Entonces no es un lenguaje juvenil homogéneo sino de todo un conjunto de variedades, según las particularidades de los diferentes subgrupos juveniles que existen dentro de este campo de estudio.

Así, el joven es quien enuncia, quien media entre la estructura del código y el discurso, quien genera el discurso y a su vez este discurso permite identificar en él al sujeto, ya que no existe identidad fuera del lenguaje, la identidad se produce en el lenguaje y a partir del joven como sujeto de enunciación (González, 1999, p. 77).

Para entender algo más sobre el código, hay que partir de una aproximación básica, según el modelo de Shannon y Weaver (1997) donde se observa al código como la forma que toma la información que se intercambia entre el emisor y el receptor en un acto comunicativo. Esto implica la comprensión o decodificación de la información que se genera y transmite.

Los códigos fijan las relaciones entre conceptos y signos. Estabilizan el sentido dentro de diferentes lenguajes y culturas. Los códigos nos dicen qué conceptos están en juego cuando oímos o leemos qué signos. Mediante la fijación arbitraria de las relaciones entre

nuestros sistemas conceptuales y lingüísticos los códigos hacen posible que hablemos y escuchemos de manera inteligible, y establezcamos la traducibilidad entre nuestros conceptos y nuestros lenguajes, lo cual permite que el sentido pase de un hablante a un oyente, y sea comunicado efectivamente dentro de una cultura. Esta traducibilidad no está dada por la naturaleza o fijada por los dioses. Es el resultado de un conjunto de convenciones sociales. Es fijado socialmente, fijado en la cultura (Hall, Stuart, 1997, p.96)

A esto se puede añadir que los jóvenes tratan de temas comunes, la diferencia está en la utilización de metáforas y ramificaciones de significado. Esto hace que los códigos cambien en relación a los demás grupos de la sociedad. Como ejemplo podemos observar que los jóvenes realizan una alteración semántica de las palabras, lo que a la larga se convierte en un nuevo lenguaje para delimitar e informar nuevos valores.

Además, existen otros fenómenos relacionados con los usos lingüísticos cuando acortan o comprimen las palabras. Y estos acortamientos no son sólo de abreviación, como lo habitual, sino que van mucho más allá, como se lo detalla en un ejercicio posterior.

Los códigos utilizados en los SMS son códigos nuevos, más o menos secretos, una mezcla de lenguaje simbólico, fonética y acronismos. Este lenguaje tiene dos grandes tipos de códigos: smileys, construidos por signos de puntuación y representando las emociones del interlocutor. Abreviaturas y acronismos, que intentan transmitir el máximo posible de información en un mínimo de tiempo y espacio, hacen caso omiso de la sintaxis y la ortografía. Los smileys son universales, conocidos por la mayor parte de usuarios, simbolizan la cara de una persona y para leerlos se debe inclinar la cabeza hacia la izquierda. Las abreviaturas son más originales y se generan en cada lengua. (Maris y Henin, 2002).

En este contexto, puede afirmarse que el código tiene un estilo “hablado”, que combina aspectos de la composición escrita y de una conversación espontánea, pues se

digita del modo en el que se habla, esta afirmación es compartida entre la mayoría de autores y comunicólogos.

Los mensajes instantáneos tienen una escritura que asume características de la oralidad, está hecha para ser escuchada, la palabra es la alusión de la voz, es inmediata y con la misma rapidez con la que se recibe, desaparece al ser borrada.

Esta fugacidad hace que el emisor olvide reglas ortográficas, como puntuación, acentos, entre otros. Asimismo se aprovecha el sonido completo de las consonantes, se suprimen vocales. Y aunque para los adultos esto es simplemente una violación lingüística, combinada con una moda absurda que arruina el lenguaje, para los jóvenes es un carácter de identidad porque sólo ellos manejan el nuevo código, que combina frescura y expansión.

Asimismo, se encuentran varias frases, que contestaron los chicos, sobre la escritura, códigos, lenguaje y más al momento de realizar su práctica comunicativa vía SMS, lo que refuerza los enunciados que serán tratados y que explicarán en el transcurso de la presente investigación.

MARCO REFERENCIAL CONTEXTUAL

Hoy en día la tecnología interactúa a diario y en diversos espacios con las personas, permitiéndoles mantenerse en contacto mutuo. De alguna manera se ha convertido en compañera fiel más que en una simple herramienta, un fin en sí misma, que extiende tecnológicamente nuestro sistema nervioso central hasta implicarnos con toda la humanidad e incorporarla toda en nuestra sociedad.

La tecnología tiende a la aceleración, permite el almacenamiento de la memoria, hace que tiempo y espacio se disloquen y compriman, reinventa y acompaña la experiencia humana y, sobre todo, está reinventado formas de relacionamiento social.

Por su parte,

Los jóvenes, por haber crecido junto a ella, se perfilan como los más fanáticos consumidores de la tecnología, está inserta en sus estilos de vida; ha sido adaptada y “domesticada” a la vida diaria, por lo que “halla su camino en los hábitos normales de las actividades cotidianas” hasta el punto de ser conocidos como la “Generación @”, la “Generación Windows” o la “Generación de los nuevos medios” (Höflich, 2002, p.84).

Cada vez los jóvenes pasan más tiempo en las escuelas y en general fuera de la tutela de los padres desenvolviéndose solos, esto los lleva a reconocer que no son los seres “omniscientes” que creían, por lo que sus iguales, su amigos, se convierten en su principal punto de referencia, de ahí que comunicarse con ellos es un factor importante en sus vidas y los dispositivos que se los permitan resultan trascendentes. Esto explica la popularización del teléfono móvil y de los SMS, ya que significa interacción social de forma relativamente barata, práctica, impersonal, discreta y directa.

Entonces los insumos relacionados a la percepción de los SMS como nueva forma de interacción juvenil y la demanda que hay en los adolescentes lojanos, mediante dispositivos móviles y la creación de un nuevo lenguaje y tergiversando nuestro lenguaje. Entonces como problema principal de la investigación se ubica en la inquietud que se resume lo siguiente: “El uso de los SMS como instrumento de interacción juvenil entre los adolescentes lojanos, por medio de dispositivos móviles y su incidencia en la construcción de un nuevo discurso juvenil”.

f. METODOLOGÍA

El presente trabajo estudia las nuevas dinámicas de la relación SMS con la juventud-Jóvenes, e intenta dar luces acerca de la cada vez más fuerte la presencia de las TIC`s en los procesos socioculturales. Para ello, se recurrió a técnicas de investigación como la encuesta, entrevista, grupos focales y observación participante, teniendo como informantes principales a jóvenes, pero también considerando a maestros y padres de familia en pos de conseguir información relevante.

La investigación constituye un estudio de carácter descriptivo, en primera instancia, realizaremos el análisis del material bibliográfico relacionado con el tema, el mismo que me ayudará para fundamentar el conocimiento y facilitará comprender la problemática planteada. Para la investigación de campo es necesario recurrir a métodos y técnicas, los mismos que detallamos a continuación.

Métodos

- **Método Científico:** Al ser el conjunto de procedimientos lógicos que sigue la investigación, me permitirá descubrir las relaciones internas y externas de los procesos de la realidad, empezando por uno de sus primeros pasos, como es la observación, la cual se aplicó al momento de analizar el uso del teléfono móvil por parte de los adolescentes lojanos de la parroquia el valle, asimismo, se realizará un sondeo previo para indagar si la colectividad conoce a cabalidad de los acontecimientos que se genera mediante este dispositivo electrónico.

- **Método Estadístico:** Con este método podré organizar y analizar los datos recopilados en la investigación de campo, que permitirá interpretar los resultados que arrojen las encuestas que aplicare a los adolescentes y colectividad en general, considerado como público objetivo, para de esta manera, formular un análisis cuantitativo y cualitativo que servirá para poder determinar las conclusiones y recomendaciones.

Técnicas

Una de las técnicas a las que recurriré, es la entrevista que estará dirigida principalmente al gerente de las operadores de teléfonos celulares como es Claro, Movistar y CNT, que operan en nuestra ciudad.

También se aplicara entrevistas, al azar simple a personas que hacen uso de SMS y por medio del teléfono celular móvil.

Concluida esta fase, se procesara los datos obtenidos de acuerdo con la hipótesis, se organizaran los mismos en tablas estadísticas; y su presentación se hará a través de gráficos estadísticos.

El análisis estará determinado por la confrontación de la frecuencia de los datos obtenidos con el marco teórico. La interpretación estará dada por el juicio de valor del grupo de investigación.

Inmediatamente se procederá a la verificación de las hipótesis, establecimiento de conclusiones, construcción de la propuesta alternativa, y, por último la redacción del informe final.

Para determinar el tamaño de la muestra recurriré a la fórmula para públicos finitos propuesta por el profesor español Restituto Bravo Sierra y de acuerdo al censo del 28 de noviembre de 2010 la población juvenil es de 112 mil jóvenes, tomando en consideración a los 215 mil habitantes de la ciudad de Loja, por lo tanto proponemos el despeje para obtener la muestra representativa.

$$n = \frac{\sigma^2 \times p \times q}{E^2}$$

N = tamaño de la muestra o población a estudiar.

E = error

σ = (sigma) nivel de confianza

p = varianza, (es preciso suponer el caso más desfavorable de p=50)

q = varianza, al igual que p, tiene un valor de q=50

$$N = \frac{4 \times 50 \times 50}{25}$$

$$N = \frac{10000}{25}$$

N= 400 Rta.

Consecuentemente, el tamaño de la muestra corresponde a 400 encuestas que se aplicaran en la parroquia del Valle del cantón Loja. Al constituirse en el punto de

observación. Este tamaño de la muestra, corresponde al 0.23% del universo objeto de estudio.

Técnicas

- **Análisis bibliográfico de:** fuentes primarias y secundarias.

- **Encuestas:** Se aplicarán encuestas a los jóvenes fuera de los espacios educativos de manera individual con un número aproximado de 400 en colegios y universidades. Serán encuestas con preguntas cerradas y de elección múltiple, validadas previamente.

- **Grupos Focales:** Número de participantes por grupo focal: de 100 jóvenes. Se considerará a los estudiantes de colegios y universidades y a las redes sociales de los primeros participantes. Se pretende obtener diversas aproximaciones desde una visión grupal.

- **Entrevistas:** La entrevista es una de las principales técnicas de investigación antropológica, es una “herramienta de excavar” basada en relatos verbales.

Para el presente estudio se empleará la entrevista cualitativa en profundidad, entendida no solo como un encuentro casual y aislado, sino como “reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, encuentros.

DEFINICIÓN DEL UNIVERSO DE ESTUDIO Y TÉCNICAS

ACTORES	DEFINICIÓN	HERRAMIENTAS
JÓVENES	<p><i>Jóvenes entre 14 y 20 años de edad.</i></p> <p><i>Estudiantes de colegios y universidades;</i></p> <p><i>y también abordados fuera del espacio</i></p> <p><i>Educativo. Todos deben poseer celular y un paquete de SMS.</i></p>	<p>Encuesta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grupos Focales <p>Entrevistas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Observación participante • Ejercicios prácticos
PROFESORES	<p><i>Maestros que están en contacto directo</i></p> <p><i>Con los jóvenes y conocen la dinámica de utilización de SMS en las aulas.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas
PADRES DE FAMILIA	<p><i>En contacto con sus hijos y conocen la dinámica SMS en los hogares.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas

g. CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	2014																2015																							
	Octubre				Noviemb.				Diciemb.				Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio							
TIEMPO																																								
SEMANA	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
ELABORACIÓN DEL PROYECTO	█	█	█	█																																				
PRESENTACIÓN Y APROBACIÓN					█	█	█																																	
CORRECCIONES Y APROBACIÓN FINAL									█	█	█																													
RECOPIACIÓN DE BIBLIOGRAFÍA, Y REALIZACIÓN DE ENTREVISTAS									█	█	█	█	█	█	█	█																								
ELABORACIÓN Y REVISIÓN DE TESIS																	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█												
PRESENTACIÓN DEFINITIVA																									█	█	█	█	█	█	█	█								
SUSTENTACIÓN Y DEFENSA																																	█	█	█	█	█	█	█	█

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

Talento Humano

- Investigador: Carlos Rodrigo Yunga Cueva.
- Encuestas: jóvenes de la ciudad de Loja, parroquia el Valle.
- Entrevistados: Personas conocedoras de la temática.

Recursos Materiales

- Computadora
- Impresora
- Teléfono
- Internet
- Grabadora de audio
- Cámara de fotos

PRESUPUESTO

CONCEPTO DE GASTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO(USD)	VALOR TOTAL
Internet	30 horas	1.00 la hora	30.00
Papel INEN A4	2 resmas	5 dólares por resma	10.00
Encuestas (Copias)	3 hojas por encuesta	1200 copias a 0.02	24.00
Movilización	10 dólares diarios	Entre taxi y buses	50.00
Alimentación	2 dólares diario	En un 4 semanas	40.00
Útiles de escritorio			10.00
Anillados	0.05 a B/n	A color 0.25 hasta 0.50	10.00
Grabadora			80.00
Filmadora			800.00
Cámara digital			240.00
Computadora			1.200.000
TOTAL:			2.859

Financiamiento. Todos los gastos serán cubiertos por el autor de la esta investigación; que suman dos mil ochocientos cincuenta y nueve dólares americanos que serán cubiertos por el autor del mismo.

Sumario

A. TEMA

B. PROBLEMA

- Ubicación y Contextualización
- Situación Actual del Problema
- Delimitación del Problema

C. MARCO REFERENCIAL

- Marco Referencial Conceptual
- Marco Referencial Contextual

D. JUSTIFICACIÓN

- Justificación Institucional
- Justificación Académica
- Justificación Social

E. OBJETIVOS

- Objetivo General
- Objetivos Específicos

F. HIPÓTESIS

G. METODOLOGÍA

- Métodos
- Técnicas

H. CRONOGRAMA

I. Recursos Y Presupuesto

- Talentos Humanos
- Recursos Materiales
- Recursos Técnicos

I.- Bibliografía

- CASTELLS, M (2014). Sociedad de información y sociedad informacional, Barcelona, España, UB.
- CORREDOR, T, (2008). El problema de los jóvenes con el lenguaje. I Edición, Barcelona, España, Paidós. Recuperado de [http:// www.boquin.com](http://www.boquin.com)
- ECHEBURÚA, (2001). La navegación en internet , Santiago, Chile, USG.
- GONZÁLES Requena, Jesús (1999). El discurso televisivo: espectáculo de la pos modernidad, España.
- ROMÁN, Gubert, (2000), El Eros electrónico, España: Editorial Taurus.
- HALL, Stuart (1980), "Codificar y Decodificar", en Cultura, Media y Lenguaje, London: Hutchinson. en: <http://www.nombrefalso.com.ar/materias/apuntespdf/hall-3.pdf>.
- HILL, Stephen (1997). La fuerza cultural de los sistemas tecnológicos, en Innovación tecnológica y procesos culturales. Nuevas perspectivas teóricas, compiladores María Santos y Rodrigo Díaz Cruz, México: Ediciones Científicas Universitarias-UNAM-F.C.E.
- HÖFLICH, Joachim y Patrick Rössler (2005). “Más que un teléfono: El teléfono móvil y el uso del SMS por parte de los adolescentes alemanes: Resultados de un estudio piloto”, en Revista de Estudios de Juventud, España: Instituto de la Juventud.
- LEVY, Pierre (1999), ¿Qué es lo virtual?, España: Ediciones Paidós Ibérica.
- LÓPEZ, E. (2012). Mensajería instantánea. México D.F. UNM
- MANTE-Meijer, Enid y Dóris Pires (2005), “El uso de la mensajería móvil por los jóvenes en Holanda”, en Revista de Estudios de Juventud, España: Instituto de la Juventud.

- NARANJO, L. (2008). Escribir SMS con acentos correctos puede triplicar el costo del mensaje, II Edición, Madrid, España, la Vanguardia.
- PISCITELLI, A, (2002). Internet como medio de comunicación, Madrid, España, McGrawhill.
- RHEINGOLD, Howard (2004), Máquinas inteligentes, España: Gedisa.
- RODRÍGUEZ González, F. (2002), “Lenguaje y contracultura juvenil: anatomía de una generación”, en El lenguaje de los jóvenes, coord. Félix Rodríguez, Barcelona, España: Editorial Ariel.
- ROMANÑACH, J. (2001). Utilización de Internet por parte de las personas con fines de comunicación social. Un informe empírico. En Delgado, B y FERNÉNDEZ, B. (coord.): Nuevos conceptos de comunicación, Madrid, Universidad Complutense.
- ROMERO, G, (2012). Tecnologías de la información, Madrid, España, MDF, Select.
- VAN DIJK, Teun (1990). La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información, Barcelona, España: Paidós.
- ZELLENER. E, (2013). Sistemas de red, nuevas formas de comunicación en la red, Madrid, España, IRC.

ANEXOS: DOS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ENCUESTA PARA LOS ESTUDIANTES DE COLEGIOS

Apreciado(a) Sr.(Sra.); como egresado investigador de la Carrera en Ciencias de Comunicación Social, le solicitamos de la manera más comedida, su generosa colaboración brindándonos su respuestas a las siguientes interrogantes que me servirá para el desarrollo de mi proyecto de tesis de investigación que se denomina: **El uso de la mensajería instantánea por medio de dispositivos móviles, y su incidencia en la construcción de una nueva forma de comunicarse entre los adolescentes de la ciudad de Loja, periodo enero – julio 2014. Lineamientos alternativos.**

PREGUNTAS

1. **¿Defina la importancia de la mensajería instantánea en la vida cotidiana de los seres humanos?**

2. **¿La mensajería instantánea ayuda a una nueva forma de comunicación entre las personas y dinamizarla?**

SI ()

NO ()

Estudios () noticias ()

Otros ()

Porque _____

8. La forma en que usan el celular los adolescentes. ¿Es diferente de cómo lo hacen los adultos?

SI () NO ()

En qué se diferencia.-----

9. ¿Qué medios son de tu preferencia para el uso de los mensajes instantáneos?

Celular () Redes sociales ()

Porque-----

Gracias

ANEXO II



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA **ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN** **CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

ENTREVISTAS PARA LOS FUNCIONARIOS DE LAS EMPRESAS MOVILES DE LOJA COMO CLARO, MOVISTAR Y CNT.

Como estudiante egresado en la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, le solicitamos de la manera más comedida, su generosa colaboración brindándonos su respuestas a las siguientes interrogantes que nos servirá para el desarrollo del presente trabajo de investigación que se denomina: **El uso de la mensajería instantánea por medio de dispositivos móviles, y su incidencia en la construcción de una nueva forma de comunicarse entre los adolescentes de la ciudad de Loja, periodo enero – julio 2014. Lineamientos alternativos.**

ENTREVISTA N° 1

Administradores: Claro, Movistar y CNT

- 1.- **¿Tiene usted algún conocimiento sobre el uso de la mensajería instantánea como nueva forma de interacción juvenil en los adolescentes lojanos?**

- 2.- **¿Cuáles son las ventajas entre los usuarios al momento de hacer uso del teléfono móvil al instante de comunicarse vía SMS, o al hacer una llamada y de qué manera beneficia a la empresa?**

- 3.- **¿Quiénes están encargados de monitorear el consumo de mensajería instantánea por parte de los usuarios?**

4.- ¿Cree usted que los adolescentes lojanos hacen rutina del dispositivo móvil al momento de hacer uso de los SMS, y cómo incide en la comunicación interpersonal?

5.- Dentro de los clientes de la empresa, ¿quiénes tienen más consideración los clientes prepago o los postpago?

6.- ¿Conoce usted sobre algún manual que oriente y sensibilice a quienes hace uso de los SMS para redactar de la manera correcta y no dañar nuestra gramática y lenguaje?

7.- ¿Estaría usted de acuerdo en que se implemente una campaña informativa para el uso adecuado de los SMS y la mensajería instantánea con el objetivo de lograr una adecuada técnica de redacción?

GRACIAS

ÍNDICE

	PÁGS
PORTADA.....	i
CERTIFICACION.....	ii
AUTORIA.....	iii
AUTORIZACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
ÁMBITO GEOGRÁFICO.....	vii
UBICACIÓN GEOGRÁFICA.....	viii
ESQUEMA DE CONTENIDOS.....	ix
a.- TITULO.....	1
b.- RESUMEN.....	2
c.- INTRODUCCIÓN.....	4
d.- REVISIÓN DE LITERATURA.....	6
e.- MATERIALES Y MÉTODOS.....	14
f.- RESULTADOS.....	18
g.-DISCUSIÓN.....	35
h.- CONCLUSIONES.....	37
i.- RECOMENDACIONES.....	39
j.- BIBLIOGRAFÍA.....	56
k.- ANEXOS.....	57
INDICE.....	108