

**UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA**  
**FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y**  
**HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



**Título:**

*“La incidencia de la comunicación digital WhatsApp en la comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019- I”.*

**Tesis presentada por:**

*BACH. AITANA MILAGROS HERRERA REJAS*

**Para obtener el Título Profesional de:**

*Licenciada en Comunicación Social*

**TACNA – PERÚ**

**2019**

### *Dedicatoria*

A mi mamá y hermana, quienes son la razón de mi vida y me acompañaron durante toda esta etapa universitaria, gracias por confiar en mí, esto es para ustedes.

A mamá Rosa y Carla, mis dos ángeles, que, aunque ya no están aquí me guiaron desde el cielo y me dieron las fuerzas necesarias para continuar y cumplir este anhelo.

A ti, nunca dejes de soñar porque los sueños sí se pueden hacer realidad.

### *Agradecimiento*

A Dios por darme la oportunidad y la habilidad de culminar esta etapa de mi vida, considero que todo se lo debemos a él, a mi familia que siempre estuvo ahí a pesar de todo lo bueno o malo que podíamos pasar, a mis amigos (alguno en especial) que estuvieron apoyándome en estos años de estudio y nunca me dieron la espalda a pesar de las situaciones que se presentaban, a mis docentes (algunos en especial) sin ellos no podría haber terminado la carrera, sus enseñanzas me las llevo en el alma, en la mente y en el corazón, a mi asesora, que merece estas líneas porque gracias a ella hoy este sueño es realidad, a todas las personas que confiaron en mí y a las que no confiaron también, me enseñaron que aunque existen obstáculos en la vida uno siempre puede seguir y crecer, finalmente y no menos importante le agradezco a la vida, porque gracias a ella sigo aquí y pude escribir estas líneas con tanto esfuerzo y dedicación.

**“La incidencia de la comunicación digital WhatsApp en la comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019-I”.**

**Autora:**

Bach. Aitana Milagros Herrera Rejas

**Asesora:**

Lic. Jessica Macchiavello Albarracín

**Línea de investigación:**

Desarrollo de la comunicación, marketing y periodismo

**Sub línea de investigación:**

Relaciones Públicas

<b>RESUMEN.....</b>	<b>12</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>13</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>14</b>
<b>I. CAPÍTULO I: El problema.....</b>	<b>16</b>
<b>1.1. Determinación del problema.....</b>	<b>16</b>
<b>1.2. Formulación del problema.....</b>	<b>17</b>
<b>1.2.1. Problema General: .....</b>	<b>17</b>
<b>1.2.2. Problemas Específicos: .....</b>	<b>17</b>
<b>1.3. Justificación de la investigación .....</b>	<b>18</b>
<b>1.4. Objetivos .....</b>	<b>18</b>
<b>1.4.1. Objetivo General:.....</b>	<b>18</b>
<b>1.4.2. Objetivos Específicos: .....</b>	<b>19</b>
<b>1.5. Antecedentes del estudio.....</b>	<b>19</b>
<b>1.6. Definiciones operacionales.....</b>	<b>23</b>
<b>1.6.1. Variables: Definición conceptual.....</b>	<b>23</b>
<b>1.6.1.1. Variable dependiente: Comunicación Interpersonal .....</b>	<b>23</b>
<b>1.6.1.2. Variable independiente: WhatsApp .....</b>	<b>23</b>
<b>II. CAPÍTULO II: Fundamento teórico científico de la variable Comunicación Interpersonal.....</b>	<b>25</b>
<b>2.1. Definición: .....</b>	<b>25</b>
<b>2.2. Tipos de aspectos: .....</b>	<b>25</b>
<b>2.2.2. Aspecto No Verbal:.....</b>	<b>28</b>
<b>2.2.2.1. Kinesia: .....</b>	<b>29</b>
<b>2.2.2.2. Gestos faciales: .....</b>	<b>30</b>
<b>2.2.2.3. Contacto visual: .....</b>	<b>31</b>
<b>2.2.2.4. Movimiento de brazos y manos:.....</b>	<b>31</b>
<b>2.2.2.5. Postura:.....</b>	<b>32</b>
<b>2.2.2.6. Paralingüística:.....</b>	<b>32</b>
<b>2.2.2.7. Inflexiones de nuestra voz: .....</b>	<b>33</b>

2.2.2.8.	<b>Proxemia:</b> .....	33
2.2.2.9.	<b>Distancia Corporal:</b> .....	35
2.2.2.10.	<b>La Sinergología:</b> .....	35
<b>III.</b>	<b>CAPÍTULO III: Fundamento teórico científico de la variable WhatsApp</b> .....	<b>37</b>
3.1.	<b>Definición:</b> .....	37
3.2.	<b>Elementos Lingüísticos:</b> .....	37
3.2.1.	<b>Mensaje de Texto:</b> .....	38
3.2.2.	<b>Mensaje de Voz:</b> .....	38
3.2.3.	<b>Multimedia:</b> .....	39
3.2.4.	<b>Llamada:</b> .....	39
3.2.5.	<b>Videollamada:</b> .....	40
3.2.6.	<b>Estados:</b> .....	40
3.3.	<b>Elementos No Lingüísticos:</b> .....	40
3.3.1.	<b>Imágenes:</b> .....	40
3.3.2.	<b>Emoticones:</b> .....	41
3.3.3.	<b>Stickers:</b> .....	42
3.3.4.	<b>Gifs:</b> .....	42
<b>IV.</b>	<b>CAPÍTULO IV: Metodología</b> .....	<b>44</b>
4.1.	<b>Enunciado de las hipótesis</b> .....	44
4.1.1.	<b>Hipótesis General:</b> .....	44
4.1.2.	<b>Hipótesis Específicas:</b> .....	44
4.2.	<b>Operacionalización de variables y escalas de medición</b> .....	45
4.3.	<b>Tipo y diseño de investigación</b> .....	48
4.3.1.	<b>Tipo de estudio:</b> .....	48
4.3.2.	<b>Diseño de estudio:</b> .....	48
4.3.3.	<b>Ámbito de la investigación</b> .....	49
4.4.	<b>Unidad de estudio, población y muestra</b> .....	49
4.4.1.	<b>Unidad de estudio:</b> .....	49
4.4.2.	<b>Población:</b> .....	49

4.4.3. Muestra: .....	49
4.5. Procedimientos, técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	50
4.5.1. Procedimientos:.....	50
4.5.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	50
V. CAPÍTULO V: Los resultados .....	54
5.1. El trabajo de campo .....	54
5.2. Diseño de presentación de los resultados .....	54
5.3. Los resultados .....	54
5.4. Comprobación de las hipótesis.....	102
5.4.1. Hipótesis estadística general.....	102
5.4.2. Hipótesis estadísticas específicas 1 .....	104
5.4.3. Hipótesis estadísticas específicas 2 .....	106
5.4.4. Hipótesis estadísticas específicas 3 .....	108
5.5. Discusión: .....	109
VI. CAPÍTULO VI: Conclusiones y sugerencias .....	112
6.1. Conclusiones .....	112
6.2. Sugerencias.....	113
VII. Referencias bibliográficas.....	115
Anexos .....	117

Tabla 1. Definiciones operacionales de la variable dependiente .....	24
Tabla 2. Definición operacional de la variable independiente .....	24
Tabla 3. Sexo .....	54
Tabla 4. Edad.....	56
Tabla 5. ¿Con qué frecuencia utiliza la herramienta mensaje de texto empleada dentro de WhatsApp?.....	57
Tabla 6. <i>¿Prefiere utilizar los mensajes de texto a comparación de las otras herramientas (voz, multimedia...) que conforman WhatsApp?</i> .....	59
Tabla 7. <i>¿Considera que la herramienta mensaje de voz, es más cómoda y práctica a la hora de usar WhatsApp?</i> .....	60
Tabla 8. <i>¿Considera que la herramienta mensaje de voz es más empleada actualmente por sus amigos, familiares y compañeros de estudio?</i> .....	62
Tabla 9. <i>¿Emplea los mensajes multimedia (videos) dentro de sus conversaciones por WhatsApp?</i> .....	64
Tabla 10. <i>¿Considera que los mensajes multimedia que utiliza y envía son divertidos y de interés para quien lo recibe?</i> .....	66
Tabla 11. <i>¿Utiliza imágenes en sus conversaciones de WhatsApp?</i> .....	68
Tabla 12. <i>¿Es más divertido enviar imágenes que escribir un texto?</i> .....	69
Tabla 13. <i>¿El uso de los emoticones en sus conversaciones logra expresar claramente el mensaje que trasmite?</i> .....	71
Tabla 14. <i>¿Prefiere usar emoticones a la hora de responder WhatsApp?</i> .....	73
Tabla 15. <i>¿Usa gif frecuentemente dentro de WhatsApp?</i> .....	75
Tabla 16. <i>¿Considera que los gif son más prácticos y sencillos que enviar videos, imágenes o texto?</i> .....	77
Tabla 17. <i>¿Usa frecuentemente la llamada en WhatsApp?</i> .....	78
Tabla 18. <i>¿Usa frecuentemente las videollamadas en WhatsApp?</i> .....	80
Tabla 19. <i>¿Actualmente hace uso de los estados en WhatsApp?</i> .....	81
Tabla 20. <i>¿Prefiere comunicarse con stickers en vez de texto en WhatsApp?</i> .....	83
Tabla 21. <i>¿Usa con frecuencia los stickers en WhatsApp?</i> .....	85
Tabla 22. <i>¿WhatsApp permite transmitir lo que piensa de manera clara?</i> .....	86
Tabla 23. <i>¿Logra entender los mensajes que recibe en WhatsApp (emoticones, gif, íconos, etc.)?</i> .....	88
Tabla 24. <i>¿Al usar las herramientas (emoticones, gif, texto, etc.) siente que WhatsApp expresa con mayor facilidad sus ideas, emociones y sentimientos?</i> .....	90
Tabla 25. <i>¿Con qué frecuencia usa los chats grupales en WhatsApp?</i> .....	92
Tabla 26. <i>¿Prefiere solo conversar por WhatsApp a interactuar físicamente con sus amigos, familiares, etc?</i> .....	94

Tabla 27. <i>¿Sus emociones (alegría, tristeza, enojo, llanto, etc.) se ven reflejadas en sus conversaciones de WhatsApp?</i> .....	96
Tabla 28. <i>¿Siente que es más sencillo conversar a través de WhatsApp?</i> .....	98
Tabla 29. <i>¿Utiliza WhatsApp cuando se encuentra en reuniones, fiestas o cualquier evento social?</i> .....	100

Gráfico 1. Sexo .....	55
Gráfico 2. Edad.....	56
Gráfico 3. ¿Con qué frecuencia utiliza la herramienta de texto empleada dentro de WhatsApp? .....	58
Gráfico 4. ¿Prefiere utilizar los mensajes de texto a comparación de las otras herramientas (voz, multimedia...) que conforman WhatsApp?.....	59
Gráfico 5. ¿Considera que la herramienta mensaje de voz, es más cómoda y práctica a la hora de usar WhatsApp?.....	61
Gráfico 6. ¿Considera que la herramienta mensaje de voz es más empleada actualmente por sus amigos, familiares y compañeros de estudio?.....	63
Gráfico 7. ¿Emplea los mensajes multimedia (videos) dentro de sus conversaciones por WhatsApp?.....	65
Gráfico 8. ¿Considera que los mensajes multimedia que utiliza y envía son divertidos y de interés para quien lo recibe?.....	67
Gráfico 9. ¿Utiliza imágenes en sus conversaciones de WhatsApp? .....	68
Gráfico 10. ¿Es más divertido enviar imágenes que escribir un texto?.....	70
Gráfico 11. ¿El uso de los emoticones en sus conversaciones logra expresar claramente el mensaje que trasmite?.....	72
Gráfico 12.¿Prefiere usar emoticones a la hora de responder WhatsApp? .....	74
Gráfico 13. ¿Usa gif frecuentemente dentro de WhatsApp? .....	76
Gráfico 14. ¿Piensa que los gif son más prácticos y sencillos que enviar videos, imágenes o texto? .....	77
Gráfico 15. ¿Usa frecuentemente la llamada en WhatsApp?.....	79
Gráfico 16. ¿Usa frecuentemente las videollamadas en WhatsApp?.....	80
Gráfico 17. ¿Actualmente hace uso de los Estados en WhatsApp?.....	82
Gráfico 18. ¿Prefiere comunicarse con stickers en vez de texto en WhatsApp?.....	83
Gráfico 19.¿Usa con frecuencia los Stickers en WhatsApp?.....	85
Gráfico 20. ¿WhatsApp permite transmitir lo que piensa de manera clara? .....	87
Gráfico 21. ¿Logra entender los mensajes que recibe en WhatsApp (emoticones, gif, íconos, etc.)?.....	89
Gráfico 22. ¿Al usar las herramientas (emoticones, gif, texto, etc.) siente que WhatsApp expresa con mayor facilidad sus ideas, emociones y sentimientos?.....	91
Gráfico 23.¿Con qué frecuencia usa los chats grupales en WhatsApp? .....	93
Gráfico 24. ¿Prefiere solo conversar por WhatsApp a interactuar físicamente con sus amigos, familiares, etc?.....	95
Gráfico 25. ¿Sus emociones (alegría, tristeza, enojo, llanto, etc.) se ven reflejadas en sus conversaciones de WhatsApp? .....	97

Gráfico 26. ¿Siente que es más sencillo conversar a través de WhatsApp?.....	99
Gráfico 27. ¿Utiliza WhatsApp cuando se encuentra en reuniones, fiestas o cualquier evento social? .....	101

## RESUMEN

La presente investigación titulada “La incidencia de la comunicación digital WhatsApp en la comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019- I, se realizó con el objetivo de determinar la incidencia que existe entre las variables ya mencionadas. Para llevar a cabo este fin, se utilizó el instrumento de encuesta para la recolección de datos, la misma que fue validada por profesionales expertos en la materia, siendo docentes de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna. La encuesta fue aplicada a 26 estudiantes del I ciclo que cumplían con las características de inclusión determinadas para la investigación, luego de procesar los datos estadísticos se llegó a la conclusión de que la comunicación digital WhatsApp, incide significativamente en la comunicación interpersonal, ocasionando en los estudiantes dependencia a este medio, desplazando la comunicación directa y dinámica entre dos personas.

**Palabras claves:** Incidencia, WhatsApp, comunicación interpersonal.

## **ABSTRACT**

The present research entitled "The incidence of digital communication WhatsApp in the interpersonal communication of the students of the first cycle of the Professional Career in Communication Sciences of the Faculty of Education, Communication Sciences and Humanities of the Private University of Tacna in the academic semester 2019-I, was carried out with the objective of determining the incidence that exists between the variables already mentioned. To carry out this purpose, the survey instrument was used to collect data, which was validated by experts in the field, being teachers from the Faculty of Education, Communication Sciences and Humanities of the Private University of Tacna. The survey was applied to 26 students of the first cycle who fulfilled the characteristics of inclusion determined for the investigation, after processing the statistical data it was concluded that the digital communication WhatsApp, significantly affects the interpersonal communication, causing in the students dependence on this medium, displacing direct and dynamic communication between two people.

**Keywords:** Incidence, WhatsApp, interpersonal communication.

## **INTRODUCCIÓN**

En la actualidad, cada día los peruanos usan más el servicio de mensajería para comunicarse de manera virtual, siendo la comunicación digital WhatsApp la más utilizada por los usuarios, puesto que es muy fácil de descargar y no tiene costo alguno en el caso de los teléfonos móviles. Por tal motivo, la comunicación interpersonal ha tenido que ajustarse a esta manera de interacción en la actualidad, llegando a ser simplemente un mensaje de voz, mensaje multimedia o nada más un mensaje de texto.

Es por eso que la comunicación digital en la actualidad forma parte de una comunicación social; pero usada de una manera descontrolada ya que los usuarios no se dan cuenta que esto ha sustituido la comunicación directa y fluida entre el emisor y receptor, basándose solo en el canal y no en cómo emiten sus mensajes dejando de lado la importancia de saber si el receptor entendió el mensaje o no, puesto que la mayor parte del tiempo los mensajes son solo un emoticón o imagen enviada por la acción de un clic.

Las relaciones interpersonales son la base de la sociedad dado que el mismo ser humano es quien está incluido en el proceso de comunicación, el individuo obtiene gracias a este proceso la capacidad de adaptarse y realizarse en su medio, el no tener estos atributos mencionados provocarían en las personas sentir rechazo y por ende aislarse del medio. (Conteras, 2014, p.8).

Por tal motivo, es importante analizar a nuestra sociedad y cómo esta acepta las nuevas tecnologías de comunicación y cómo repercute en su entorno.

La presente tesis tuvo como objetivo general determinar el nivel de incidencia existente entre la comunicación digital WhatsApp y la comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la

Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 -I.

Esta investigación es de tipo descriptiva correlacional, ya que espera mostrar las barreras que nacen en torno a la comunicación y cómo incide en las relaciones interpersonales de los estudiantes.

De esta forma se confirma que los jóvenes expuestos a estos aplicativos tienen mayor ausencia de integración y como resultado falta de comunicación interpersonal, mostrando como mayor prioridad comunicarse por medio de un ente digital, aun estando acompañados por amigos o en grupo de reuniones.

## I. CAPÍTULO I: El problema

### 1.1.Determinación del problema

En la actualidad, con los avances tecnológicos que día a día aumentan, nos enfrentamos a diversas realidades que antiguamente no existían y que hoy en día están causando un impacto en la sociedad, más aún en los jóvenes. Si bien es cierto, actualmente, las formas de comunicación tradicionales que se usaban ya no se usan, han cambiado, se han ido cayendo al abismo y esto ha sido gracias a las distintas plataformas digitales que nos ha ido trayendo la nueva tecnología.

Sin embargo, se puede rescatar que la forma de comunicación usada en la actualidad es la no verbal, esto gracias a la nueva tecnología que día a día nos invade y crea diversas maneras no verbales para poder emitir un mensaje por redes sociales y/o aplicativos de comunicación, para ser más precisos el famoso WhatsApp, se podría decir que en la actualidad uno se comunica más por un simple teléfono que en persona.

Después de haber realizado una observación sensorial en los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna, se pudo inferir que los estudiantes hoy en día se comunican más por sus aparatos electrónicos que en persona, incluso cuando están en grupos de amigos, ellos están al pendiente del teléfono y no de lo que sucede a su alrededor.

Por consiguiente, se plantea la siguiente incógnita, **¿Qué nivel de incidencia tiene la comunicación digital WhatsApp en la comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 -I?**

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema General:**

¿Qué nivel de incidencia tiene el WhatsApp en la comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 -I?

### **1.2.2. Problemas Específicos:**

¿Incide la comunicación digital WhatsApp en el aspecto verbal de la forma de comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 -I?

¿Incide la comunicación digital WhatsApp en el aspecto no verbal de la forma de comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 -I?

¿Cuál es el nivel de uso de la comunicación digital WhatsApp de los estudiantes del I ciclo de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 -I?

### **1.3. Justificación de la investigación**

La comunicación interpersonal sucede entre dos individuos cuando están cerca, capaces de proporcionar retroalimentación inmediata y utilizar múltiples sentidos (gestos, manos, tono de voz, postura y distancia corporal) para entablar una buena comunicación, sin embargo; esto se ha visto opacado por las nuevas tecnologías que no permiten esta comunicación eficaz siendo una de la más influyentes la comunicación digital WhatsApp.

Considerando que el WhatsApp hoy en día es un ente referente no sólo en la juventud sino en toda la sociedad a nivel mundial, se reconoce que nuestro país no es ajeno a esta realidad, pues se evidencia de una y mil maneras la incidencia que tienen los medios digitales en las personas.

Bajo las premisas expuestas anteriormente y con lo alarmantes que son, se ve oportuno realizar una investigación que nos permita determinar el nivel de incidencia existente entre la comunicación digital WhatsApp y la comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 –I, además, de comprobar que las formas de comunicación interpersonal verbales y no verbales son influenciadas por la comunicación digital WhatsApp. Así mismo, analizar el nivel de uso de esta comunicación en los estudiantes.

### **1.4. Objetivos**

#### **1.4.1. Objetivo General:**

- Determinar el nivel de incidencia existente entre la comunicación digital WhatsApp y la comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de

Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 -I.

#### **1.4.2. Objetivos Específicos:**

- Determinar la incidencia de la comunicación digital WhatsApp en el aspecto verbal de la comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 -I.
- Determinar la incidencia de la comunicación digital WhatsApp en el aspecto no verbal de la comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 -I.
- Determinar el nivel de uso de la comunicación digital WhatsApp en los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 -I.

#### **1.5. Antecedentes del estudio**

En la presente investigación se usaron diferentes fuentes tanto de carácter, nacional como internacional para confrontar los resultados.

Según Urbano Richard; Universidad Cesar Vallejo (2016), en su tesis para optar el grado académico de Licenciado en Ciencias de La Comunicación, “El uso de la aplicación WhatsApp y la disminución de la comunicación verbal en el entorno del estudiante de 17 a 22 años de Ciencias de la Comunicación de la UPN Lima

Norte, 2016”, asevera que el uso del WhatsApp hace que los jóvenes estén siempre conectados a sus teléfonos celulares, lo que hace que le den más importancia a su dispositivos electrónicos que a lo que ocurre en su entorno, originando la falta de interés ante las relaciones personales como amigos, pareja, familiares, etc.

Dicho estudio fue de tipo descriptivo, correlacional, cuantitativo, donde se buscó conocer a través de encuestas y valores estadísticos el nivel de adicción que tiene la aplicación WhatsApp en los jóvenes y como va decayendo la comunicación verbal. Llegando a la conclusión que WhatsApp tiene una relación inmediata con la disminución de la comunicación verbal presencial puesto que es uno de los factores influyentes para que las relaciones interpersonales dentro de una conversación se vean reducida considerablemente, esto es debido al mal uso que dan los jóvenes a dicha aplicación.

La información obtenida mediante esta investigación, resguarda nuestra investigación acorde a la variable independiente WhatsApp, llegando a deducir, que el uso fuera de control y el tiempo que se invierte dentro de esta aplicación, provocan una comunicación informal.

También, Champén Kelly, Universidad César Vallejo (2017), en su tesis para optar el grado académico de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, “Influencia del uso de la mensajería WhatsApp sobre la comunicación interpersonal, en los estudiantes del quinto año de secundaria de la I.E. Manuel Seoane Corrales del distrito de Mi Perú, 2017”, asevera que el uso de la mensajería WhatsApp influye significativamente sobre la comunicación interpersonal.

Dicho estudio fue de tipo descriptivo – causal, cuantitativo donde el objetivo principal era determinar la influencia que existe entre las variables ya mencionadas. En el presente estudio se utilizó el instrumento de encuesta para la

recolección de datos; luego de realizar los análisis correspondientes de la recolección de datos se llegó a la conclusión de que el uso excesivo de la aplicación de WhatsApp influye significativamente sobre la comunicación interpersonal. Ocasionando en lo estudiantes del quinto año de secundaria dependencia a este medio, desplazando la comunicación dinámica y directa entre dos personas.

Así mismo, Rubio-Romero, Juna y Perlado Lamo de Espinosa, Marta (2015) en su artículo de investigación “El fenómeno WhatsApp en el contexto de la comunicación personal: una aproximación a través de los jóvenes universitarios”, Universidad de Antonio Nebrija España indica que la comunicación ha ido cambiando conforme al avance de las nuevas tecnologías dentro de los diversos dispositivos electrónicos y la creación de herramientas de comunicación como WhatsApp, lo cual ha generado ser la principal fuente de comunicación entre los jóvenes. Esta investigación fue de estudio cualitativo basada en entrevistas e informes del Observatorio Nebrija Jóvenes y Comunicación, fuentes tanto primarias como secundarias, fue realizada con diversos grupos de distintas facultades de la universidad. El objetivo de la investigación se basó en afirmar las ventajas del WhatsApp para los jóvenes, en su rapidez, sencillez y comodidad, sin embargo; se destacó también que, a mayor uso de esta forma de comunicación, mayor disminución de interacción personal, lo cual conlleva a la pérdida de emociones, amistades reales y malos entendidos, esto se genera porque el receptor interpreta lo que entiende y no el significado de lo que realmente transmite un mensaje.

Dicha investigación, destaca también que los jóvenes con problemas de timidez logran desenvolverse a través de esta aplicación, pero no demuestran actitudes

afectivas de forma presencial, por tal motivo no logran relacionarse con su entorno, volviéndose más retraídos en el aspecto comunicativo. Llegando a concluir que los jóvenes justifican el uso de este fenómeno por la falta de tiempo en el modelo de vida que tienen, aunque son conscientes que esta manera de comunicarse no es totalmente la adecuado pues los alejada de las relaciones humanas y hasta los excluye de la realidad.

La investigación de este artículo resguarda nuestro trabajo puesto que gracias a los datos conseguidos se puede apreciar la variable WhatsApp desde otro punto de vista.

De esta manera López Ana; Universidad de San Carlos Guatemala (2016), en su tesis para obtener el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación, “La comunicación interpersonal directa y las plataformas de mensajería instantánea WhatsApp y Facebook”, asevera que existe menor capacidad de comunicación directa, debido al uso de las diferentes plataformas virtuales que los jóvenes usan de forma frecuente, volviendo la comunicación pasiva y excluyente.

Esta investigación buscó establecer si el uso de este sistema de mensajería instantánea disminuía las relaciones interpersonales en los jóvenes, llegando a la conclusión que hay un descuido en la comunicación (cara a cara) ya que uso de mensajería instantánea en el WhatsApp y Facebook abstienen y destruyen las relaciones interpersonales.

Esta investigación es de carácter tanto cualitativo como cuantitativo, ya que se usó la técnica de la observación, encuesta y seguimiento de chats para obtener un resultado más preciso, de esta manera nos permite tener una visión más clara a la hora de los resultados que se buscan tener en la investigación. Cabe resaltar, que los jóvenes expuestos en este caso han sido conscientes de los aspectos negativos

que formula el uso de estas mensajerías instantáneas, pero no pueden dejar de hacerlo ya que es adictivo y sienten que es necesaria para su vida cotidiana.

## **1.6. Definiciones operacionales**

### **1.6.1. Variables: Definición conceptual**

#### **1.6.1.1. Variable dependiente: Comunicación Interpersonal**

Zayas (2010) establece que la comunicación interpersonal es el nivel donde se produce la relación humana directa con mayor intensidad y es el más efectivo en la comunicación humana. La comunicación interpersonal es un indicador del funcionamiento de las relaciones interpersonales, expone a las personas a contactos directos entre los ejecutantes (ejecutores) que se interrelacionan, enriquecen y crean nuevas relaciones y vínculos a través de su propia personalidad.

#### **1.6.1.2. Variable independiente: WhatsApp**

Es una aplicación para realizar mensajería instantánea utilizada como comunicación digital que ya no sólo sirve para enviar mensajes por escrito, sino también, por audios, videos, stickers, emoticones, llamadas y hasta viodellamadas. La terminología WhatsApp proviene de la frase coloquial inglesa “what’s up” que responde en nuestro idioma a “¿qué pasa?”, además de “app”, es decir la abreviatura en inglés para “aplicaciones”.

Tabla 1.  
Definiciones operacionales de la variable dependiente

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
<b>COMUNICACIÓN INTERPERSONAL</b>	Aspecto Verbal	- <b>Transparencia:</b>
	Aspecto No verbal	Claridad, Coherencia y aceptación. - <b>Kinesia:</b> Contacto visual, movimiento de brazos y manos, gestos faciales, postura. - <b>Paralingüística:</b> Inflexiones de voz. - <b>Proxemia:</b> Distancia corporal. - <b>Sinergología</b>

Elaboración: Propia  
Fuente: Matriz de Consistencia

Tabla 2.  
Definición operacional de la variable independiente

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
<b>WhatsApp</b>	Lingüísticos	- Mensaje de Texto
	No lingüísticos	- Mensaje de Audio - Multimedia - Imágenes - Emoticones - Stickers - Gifs - Llamada - Video llamada - Estados

Elaboración: Propia  
Fuente: Matriz de consistencia

## II. CAPÍTULO II: Fundamento teórico científico de la variable Comunicación Interpersonal

### 2.1. Definición:

Arthur Bochner (1989, p. 336), define la comunicación interpersonal de la siguiente forma: *“Los puntos ancla [para una conceptualización más estrecha y rigurosa] son: 1) al menos dos comunicadores; intencionalmente orientados el uno hacia el otro; 2) como sujeto y objeto; 3) cuyas acciones encarnan las perspectivas del otro tanto hacia sí mismo como hacia los demás. En un episodio interpersonal, entonces, cada comunicador es a la vez un conocedor y un objeto de conocimiento, un táctico y un blanco de las tácticas de otro, un atribuidor y un objeto de atribución, un codificador y un código a descifra”*.

Distintos autores comentan la Comunicación Interpersonal en función de la situación y el número de participantes (por ejemplo, Miller, 1978). Haciendo referencia a la definición de Miller, la Comunicación Interpersonal sucede entre dos individuos cuando están cerca, capaces de proporcionar retroalimentación inmediata y utilizar múltiples sentidos.

Otros, precisan la Comunicación Interpersonal basándose en el grado de “personalidad” o calidad percibida de una interacción determinada (por ejemplo, Peters, 1974). Otra visión de este tipo de comunicación parte de la orientación de metas; es decir, involucra la comunicación utilizada para definir o lograr metas personales a través de la interacción con otros.

### 2.2. Tipos de aspectos:

En la comunicación interpersonal podemos hallar dos tipos de aspectos:

#### 2.2.1. Aspecto Verbal:

El aspecto verbal, referido a la palabra, ya sea de forma oral o escrita. Una referida a la manera articulada y la otra a la capacidad de redacción. Todo ello

generando entendimiento cognitivo en el proceso de comunicación. (Zayas, 2011, p. 65)

Esta destreza de comunicación es propia e innata del ser humano, gracias a ella el hombre se vuelve un ser social, estableciendo vínculos con sus semejantes.

Es dividida en tres principios: Transparencia, coherencia y aceptación.

#### **2.2.1.1. Transparencia:**

La transparencia es un principio básico de la comunicación, es decir la honestidad y claridad con que se transmite el mensaje. De esta forma concuerda tanto el pensar, sentir y actuar del individuo. Manifestando su propia persona de forma consciente. Esto conlleva a crear confianza en uno mismo y en la persona a quien llega el mensaje, se brinda un adecuado procedimiento tanto del “escuchar bien y entender”. (Zayas, 2011, p. 61).

Este principio se pierde cuando la comunicación no es real o directa, al redactar un mensaje los jóvenes suelen separar sus sentimientos o emociones creadas en la conversación por WhatsApp y solo escriben o afirman un mensaje a través de un emoticón o sticker como respuesta.

Por tal motivo, es importante que los jóvenes se desenvuelvan en un contexto dinámico y productivo, no sólo en mensajes a través de WhatsApp formando una falta empatía y apego con su entorno y aislamiento de la realidad.

#### **2.2.1.2. Coherencia:**

La coherencia es un principio básico en la comunicación, ya que gracias a ella el mensaje llega de forma clara, generando lógica lingüística. También lleva a una aceptación del principio mencionado en párrafos arriba, generando

respuestas afirmativas y un adecuado entendimiento entre pensar, decir y actuar. (Zayas, 2011, p. 61).

Este principio tiene como fin explicar que, sin un mensaje claro, no existe comunicación ni retroalimentación. Uno de los objetivos de la comunicación es el feed-back, ya que el ser humano capta información del mundo exterior y aprende de ella, de esta forma es como se desenvuelve y aporta a la sociedad. La comunicación genera aprendizaje y contribuye al desarrollo de la persona. (Flores, 2010, p. 13).

Los jóvenes propensos a las nuevas tecnologías y al uso de la comunicación digital WhatsApp van siendo menos precisos en el proceso de análisis y lógica de lo que fue referente a este principio, no logrando relación en su lenguaje tanto verbal como no verbal.

#### **2.2.1.3. Aceptación:**

La aceptación es un principio base dentro del proceso de comunicación, la aceptación es la tolerancia que tienen las personas, unas con otras, con respecto a ideas o puntos de vista diferentes en diversos temas. Gracias a esto se genera conocimiento en nuevos temas contribuyendo al desarrollo tanto personal, intelectual y profesional. (Zayas, 2011, p. 62).

Por eso debemos reconocer su diferencia como individuo, aceptar a la otra persona y enriquecerse de ello. En la comunicación esto se emplea de forma natural y progresiva, alcanzando que las personas respeten sus propias ideas y de los demás.

Por lo tanto, genera empatía hacia la otra persona, compartir sus ideas y comprenderlas, reconocer su realidad e identidad. (Flores, 2010, p. 13).

Los jóvenes en la actualidad, buscan ser parte de círculo social y de esta forma comunicarse, sin embargo, no siempre sucede eso, más aún cuando es por medio de WhatsApp.

### **2.2.2. Aspecto No Verbal:**

Cuando hablamos del aspecto extraverbal de la comunicación, se entiende por la parte emotiva del ser humano, ya que aquí se centra la manera en que se transmiten las ideas, creencias, conocimientos y sentimientos. De manera que ayuda a fortalecer y entender la transmisión del lenguaje articulado, brindando mayor énfasis al mensaje. (Flores, 2011, p. 28).

Es importante saber que el aspecto no verbal involucra toda la expresión corporal de la persona y que esto genera mayor confianza e integración en una sociedad.

Aquí los elementos significativos no se reflejan de forma verbal, sino a través de actitudes, gestos, postura corporal, dirección de la mirada, espacio y movimiento.

Todo forma parte de la comunicación, todo nuestro cuerpo comunica, ya sea de forma consciente o inconsciente en la mayoría de casos. (Zayas, 2011, p. 65).

Todo esto crea armonía en el lenguaje, generando canales de interacción que ayuda, a la contribución de mensajes con mayor fluidez.

Las funciones de la comunicación extraverbal son: fortalecer el mensaje verbal, complementar la transmisión del mensaje, enfatizar el mensaje que se expresa e interactuar y retroalimentar tanto al emisor como receptor. (Zayas, 2011, p. 66).

Este tipo de proceso comunicativo, se pierde al usar la comunicación digital WhatsApp, los estudiantes prefieren comunicarse solo a través de una pantalla de celular o computadora, lo cual hace que la empatía de emisor a receptor quede en el olvido.

El mensaje la mayor parte del tiempo pierde fuerza y claridad, puesto que se reciben respuestas de emoticón, imagen o gif, que la mayor parte del tiempo no logran transmitir lo que uno quiere.

Los estudiantes del primer semestre de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación, son hiperactivos a las nuevas formas de comunicarse, son propensos a las nuevas tecnológicas y aumentan su círculo de amistades e interactúan con ellos solo por medio de este aplicativo, ellos mismos se alejan y pierden el sentido de una comunicación corporal, real y más fluída.

En el aspecto extraverbal es estudiado desde tres ámbitos diferentes:

#### **2.2.2.1.Kinesia:**

Hace referencia a los movimientos corporales de la persona, el movimiento de las extremidades, la postura, los gestos y expresiones faciales, la mirada, todo ello conlleva a una comunicación mucho más auténtica y fluida, puesto que complementa el lenguaje verbal. Este proceso solo puede ejecutarse si existe un adecuado contexto, generando que tanto el emisor y receptor puedan intercambiar información y retroalimentarse. (Flores, 2010, p.30).

Las personas se proyectan por medio de imágenes que quedan grabadas en la memoria con la primera impresión. Teniendo una percepción de cómo son ellos, por eso que la kinesia forma parte importante de la comunicación, el efecto y empatía hacia los demás surge por este medio. Nuestros ojos captan la información que nuestras palabras no son capaces de percibir ni transmitir por mensajes. (Zayas, 2011, p.66).

No solo es hablar de posturas, las expresiones gestuales a veces llegan a expresar más que las posturas corporales. El rostro es parte fundamental a la hora de comunicarnos. Arrugar la frente, fruncir las cejas, mover los ojos a diferentes

direcciones, morderse los labios, etc. Todo ello conlleva a tener una mejor representación del mensaje, cosa que no se da por medio de una conversación en una plataforma de mensajería, nuestro cuerpo va acorde a nuestras emociones, brindando un mensaje limpio y coherente. (Zayas, 2011, p.67)

#### **2.2.2.2. Gestos faciales:**

Son los gestos provenientes de la cara y pueden decir mucho del estado de una persona. Se dice, que estos nos develan más sobre una persona cuando no habla, que cuando habla.

Por eso, a veces se dice que las palabras mienten, pero los gestos faciales solo lo hacen cuando estamos hablando o sabemos que nos están observando.

Ahora veremos algunos de estos gestos faciales más comunes:

**La sonrisa:** Gesto característico que en su mayoría denota alegría y en algunas ocasiones nerviosismo.

**El llanto:** Expresión considerada muy humana que aparece en momentos de dolor y tristeza y, por lo tanto, nos transmite eso; desesperación y tristeza.

**Serenidad – Calma:** Actitud que refleja eso: estar serio pero calmado, sin que esto signifique que podamos decirle cualquier cosa o darle una mala noticia de improviso, porque podríamos quebrar ese estado.

**Sorpresa:** Tenemos varios niveles:

La que te sorprende y te agrada.

La que te sorprende y te disgusta.

La que te sorprende, pero no es lo que tu esperabas.

La que te sorprende y es más de lo que esperabas.

**Indignación - enfado.:** Difícil de reconocer

**Felicidad:** Usualmente se reconoce porque está acompañado de una sonrisa, además de mostrar más ánimo y actividad de lo habitual.

#### **2.2.2.3.Contacto visual:**

Consta de una situación, donde dos individuos se miran mutuamente a los ojos al mismo tiempo.

Es la forma de comunicación no verbal que tiene un mayor impacto en el comportamiento social. Este no es igual en todas las culturas, pues varía en cada una de ellas.

Podemos decir que el contacto visual es una forma básica de comunicación entre los seres humanos y a través de él podemos mostrar a los demás, cómo nos sentimos física y emocionalmente y con una mirada, ya podemos ir creando un vínculo.

En resumen, podemos afirmar que nuestros ojos son una parte de la comunicación no verbal. “Los ojos son el espejo del alma”.

#### **2.2.2.4.Movimiento de brazos y manos:**

Participan activamente en la comunicación y sus movimientos y la expresión del rostro son los más observados por los interlocutores.

Está plenamente demostrado, que la comunicación no se trata solo de palabras, que existe la necesidad de acompañamiento de un lenguaje no verbal para un correcto entendimiento de lo que se está comunicando.

Así, tenemos gestos ilustradores, adaptadores y reguladores.

Los movimientos con los brazos y manos son una parte muy importante de nuestra comunicación. El gesto precede a la palabra en el acto de comunicación.

Ahora veremos algunos gestos a evitar con las manos y brazos mientras hablamos en público:

- Esconder las manos.
- Cruzarse de brazos
- Palmas hacia abajo
- Señalar
- Tocarse la cara.

#### **2.2.2.5.Postura:**

Vamos a decir que la postura es la posición o actitud que puede adoptar una persona en algún momento respecto de algún asunto o situación.

Nuestro cuerpo va a reflejar nuestras emociones y estas a su vez pueden reflejar nuestra postura.

Como se menciona anteriormente, todo el proceso se ve opacado y hasta nulo cuando los estudiantes prefieren hacer uso solamente de las palabras, sonido (si es un mensaje de voz) o simplemente un visto cuando utilizan la comunicación digital WhatsApp.

#### **2.2.2.6.Paralingüística:**

La paralingüística está referida a la manera sonora que acompañan al mensaje, es decir el tono de voz que se utiliza al hablar, la intensidad y pausas al articularlo, el color de voz que sirven y apoyan a todo el proceso verbal. Esto conlleva a un mejor entendimiento y por ende la fluidez del mensaje se hace más armoniosa y fácil de captar por el receptor. (Flores, 2010, p.32).

Aunque dentro de la comunicación digital WhatsApp se utilice la herramienta mensaje de voz, no quiere decir que se trate de paralingüística, en muchos casos, los estudiantes tienden a analizar dos veces a la hora de mandar un audio, cosa que no se ve cuando existe una comunicación cara a cara y esto se debe a que el

ser humano puede procesar un mensaje y articularlo, pero no retener el mensaje gestual y corporal.

El sonido está compuesto por el timbre de voz y las pausas que este tiene, su duración y entonación generan respuestas en quien escucha. Muchas veces un sonido alegre contagia y logra cambiar el estado de ánimo de las personas, es por ello de su importancia. (Zayas, 2011, p.74).

Los estudiantes son quienes transmiten sus ideas y emociones de forma espontánea y matizando su color de voz de acuerdo a su estado de ánimo. Por ello es que las personas son seres sociables, lo cual genera que el proceso comunicativo sea propio del individuo.

Dentro de la comunicación digital WhatsApp, ya no existe este intercambio dinámico de información, ahora los jóvenes prefieren escribir una confirmación de “estoy bien” que confirmar esta aseveración con un sonido alegre y despierto, aun estando en un mismo salón o lugar. En la actualidad, los jóvenes prefieren escribir las cosas mediante el WhatsApp que intercomunicarse de manera personal (cara a cara)

#### **2.2.2.7. Inflexiones de nuestra voz:**

Cuando elevamos o atenuamos nuestra voz, pasando de un sonido a otro.

Estas inflexiones comunican sentimientos y emociones.

Una sola palabra, de acuerdo al tono que le pongamos puede tener varias significaciones.

#### **2.2.2.8. Proxemia:**

Se conoce como proxemia al espacio en que se encuentran los cuerpos, la distancia en la que interactúan el emisor y el receptor. Esto depende de la distancia que

tenga una persona con otra dentro de un entorno social. La proxemia está conformada por espacios de integración.

Social: Constituida por todas las personas públicas.

Persona Causal: Personas que conocemos de forma aleatoria.

Íntima: Vinculada a nuestro círculo cercano, amigos o familiares.

Según sean referidos en nuestro espacio social la comunicación se brinda de distintas maneras. (Flores, 2010, p.30).

Es de suma importancia tener una distancia pertinente, puesto que de ella va a depender el tipo de comunicación y la interacción que podrá ofrecer el receptor.

Se debe tener en cuenta que no es lo mismo enviar un mensaje aun recién conocido que a un amigo de años. Es similar a lo que sucede cuando se conversa por WhatsApp, la manera de escribir un mensaje no es la misma con alguien que recién tienes como contacto que con alguien que ya conoces de tiempo y lo tenías agregado por mucho tiempo, entablando conversaciones siempre.

Los jóvenes en la actualidad, suelen cuidar mucho su espacio personal y el círculo de amigos que los rodea y más aún cuando desean que este crezca y pueda ser más sociable.

Cuando hablamos de proxemia no estamos solo refiriéndonos al espacio de los cuerpos, sino también al contexto en el que se encuentran las personas. La comunicación que se da cuando se desea transmitir el significado de nuestras ideas y emociones, no solo con nuestras palabras sino también a través de los movimientos de nuestro cuerpo.

Las personas necesitan entablar una relación cara a cara, comunicarse en un mismo espacio físico. Una persona no solo se retroalimenta de información por lo que escucha o escribe, sino también por lo que ve y siente. (Zayas, 2011, p.75).

### **2.2.2.9. Distancia Corporal:**

La podemos definir como la posición que muestra una persona frente a otra, en otras palabras, el tipo de relación que existe entre ambas.

Si la distancia fuera reducida, pudiéramos suponer que hay una relación de confianza, pero si, por el contrario, ocurre lo opuesto, entonces, esa confianza no existe.

Por lo tanto, diremos que la distancia corporal entre dos personas se condiciona a un vínculo existente y por el modo de ser de una persona.

La distancia corporal muestra el umbral de seguridad personal que necesitan las personas para sentirse bien en su propia zona de confort.

La distancia íntima entre dos personas muestra una distancia máxima en torno a los 20 y 60 cm. Por el contrario, la distancia social suele ser de entre 1.50 y 2 metros (como mínimo) y entre los 2- 4 metros de máximo. El ser humano comunica a través de la postura del cuerpo y también, mediante la distancia física.

### **2.2.2.10. La Sinergología:**

Es la disciplina dentro de lo que es la comunicación que interpreta y califica el lenguaje no verbal, no consciente, estudia la corporalidad desde su conjunto.

Fue fundada en 1994 por Philippe Turchet aunando todos sus conocimientos anteriores y abriendo una nueva puerta en la investigación y perfeccionamiento del conocimiento humano en este campo.

El término sinergología significa estar juntos y activos en una situación de comunicación con otra persona.

Además, también es conocida como el lenguaje de las emociones, ya que la emoción es un movimiento, que está determinado por agentes no verbales.

En este sentido, el principal canal de comunicación no verbal es la mirada.

### **III. CAPÍTULO III: Fundamento teórico científico de la variable WhatsApp**

#### **3.1. Definición:**

Es una de las aplicaciones más descargadas en la actualidad, disponible para diversos teléfonos inteligente y operadores. Con más de 51 mil millones de mensajes al año. (Bustamante y Rodríguez, 2014, p.2).

Esta aplicación es ideal para estar en permanente comunicación con tus contactos, ya sean familiares o amigos, estén en donde estén. En la actualidad, y según Bordes (2013) es la aplicación que dirige la mensajería instantánea en la actualidad, ya que se mantiene en constantes actualizaciones.

Otras de las características: respuesta en tiempo real, aviso de presencia y el intercambio de video, fotos, ubicación, música, nota de voz, stickers, gifs, llamadas de voz y videollamadas. Considerada por expertos y usuarios, el sustituto natural de los tradicionales mensajes de texto y nueva forma de comunicación. Ahora bien, como se menciona en párrafos anteriores, WhatsApp permite el envío de archivos multimedia, así mismo, les brinda a los usuarios la hora de la última conexión y el historial de las conversaciones, pudiéndose estas enviar por correo electrónico. Además de ellos, una de las características principales es que puedes crear un grupo de chat con más de 100 usuarios para que puedan recibir la misma información en tiempo real.

#### **3.2. Elementos Lingüísticos:**

Dentro de la mensajería WhatsApp encontramos elementos lingüísticos y elementos no lingüísticos.

El primero se refiere al uso de la palabra dentro del sistema de mensajería WhatsApp, ya sea de manera oral o escrita. Enviar pequeños textos, mensajes de

voz o multimedia (videos). Que enriquezcan la comunicación. (Zayas, 2011, p.64).

### **3.2.1. Mensaje de Texto:**

Se define como mensaje de texto a aquel mensaje que se recibe entre dispositivos móviles (o más conocidos como celulares) de forma escrita, en este caso mediante la comunicación digital WhatsApp. Se le dio este nombre por el hecho de que mientras lo más común en los teléfonos celulares son las llamadas de voz, el mensaje de texto es escrito y aparece hoy como uno de los elementos más prácticos, accesibles y fáciles de usar de la comunicación cotidiana siendo mediante el WhatsApp que la mayoría de personas en la actualidad lo utilizan.

Cabe resaltar que, según la página oficial de WhatsApp FAQ, el mensaje de texto es el uso de caracteres del alfabeto, de manera escrita enviada a través de este medio. Es la forma más sencilla y rápida de comunicarse a través de WhatsApp, sin embargo, aunque la aplicación tenga otras funciones similares a la hora de enviar un mensaje (mensaje de voz, multimedia, etc.), los usuarios prefieren enviar un mensaje de texto, siendo en la actualidad parte de su vida cotidiana.

### **3.2.2. Mensaje de Voz:**

Se define como mensaje de audio o voz a aquel mensaje que se recibe entre dispositivos móviles (o más conocidos como celulares) de forma audible, es decir que se puede enviar una nota de voz en vez de realizar una llamada, en la actualidad se ha podido notar que muchas personas prefieren utilizar esta herramienta en lugar de un mensaje de texto para ahorrar tiempo en escribirlo.

Además, la página oficial de WhatsApp FAQ, asevera que el mensaje de voz es una herramienta que nos hace acceder a comunicarnos de manera articulada, usando nuestra voz, con las personas que intercambiamos este tipo de mensajes

en WhatsApp. Siendo enviados de manera instantánea lo cual simplifica el mensaje sin necesidad de escribirlo.

Algunos estudiantes prefieren utilizar esta herramienta, ya que consideran que es más práctica.

### **3.2.3. Multimedia:**

Los mensajes multimedia están compuestos por distintas opciones, en este caso la más usada el video, esta opción nos permite grabar y enviar un mensaje de manera visual y sonora al receptor de manera grupal o individual (Bustamante y Rodríguez, 2014, p. 16).

En este concepto la palabra multimedia dentro de WhatsApp representa los videos, puesto que cuando alguien envía uno no solo envía una imagen, también envía sonido dentro de la imagen, por tal motivo se le denomina multimedia ya que tiene más de un elemento dentro del producto final que vendría a ser el video que una persona puede enviar mediante un mensaje a otra persona.

En la actualidad los jóvenes, utilizan esta herramienta para enviarles a sus familiares o amigos actividades que están realizando en el momento o que ya hayan pasado, siendo atractivo a la vista de quien recibe el mensaje.

### **3.2.4. Llamada:**

Dentro de WhatsApp se pueden realizar llamadas, otro indicador de esta plataforma para mantenerse en mayor contacto, dichas llamadas pueden realizarse tanto por el WiFi de casa como sobre una conexión de datos 3G o 4G. En este caso, obviamente consumiríamos megas de nuestra tarifa, por lo que hay que tenerlo en cuenta. La calidad de sonido es muy buena, todo esto depende de la conexión a Internet que tenemos, así como a la calidad del dispositivo móvil.

### **3.2.5. Videollamada:**

La videollamada es el nuevo servicio que ofrece WhatsApp. Este servicio se puede utilizar con sus datos telefónicos o con WiFi, simplemente optimiza el uso del canal asignado para la voz y es capaz de transmitir video.

### **3.2.6. Estados:**

Los estados de WhatsApp te permiten compartir imágenes, vídeos y archivos GIF animados, con la peculiaridad de que el contenido tendrá una fecha de caducidad de 24h desde su publicación. Por tanto, ninguna foto, vídeo o animación que lances se guardará, ni tampoco aparecerá en un timeline de tu perfil, como sucede en Instagram. Estas actualizaciones de estado las podrán ver los contactos de la agenda de tu móvil.

## **3.3.Elementos No Lingüísticos:**

Los elementos no lingüísticos constituyen la parte de símbolos, en este caso imágenes, emoticones y gif que se encuentran dentro del WhatsApp. De esta forma busca complementar el mensaje lingüístico utilizado. (Ongallo, 2007, p. 13).

Los elementos no lingüísticos están siendo empleados no solo por los jóvenes, sino también por personas mayores, puesto que encuentran de uno u otra manera algo divertido y gracioso dentro de estos mensajes, haciendo de las conversaciones algo más entretenido enviando imágenes, emoticones, stickers, gif, etc.

### **3.3.1. Imágenes:**

Una imagen es la representación visual de un objeto mediante técnicas diferentes de diseño, pintura, fotografía, vídeo, sin embargo, dentro de WhatsApp, el concepto de imagen solo vendría a ser una representación gráfica tanto real como

fantástica puesto que se pueden enviar imágenes fotografiadas por las mismas personas, imágenes sacadas de internet o imágenes que hayan sido enviadas por otro medio a tu dispositivo.

La página oficial de WhatsApp FAQ, señala que el aplicativo permite el usar imágenes para difundirlas, ya sea al hacer cambio de perfil o enviando una imagen a otro usuario y grupos de chat, siendo dinámica a la vista de quien lo usa.

Se envía una imagen que espera comunicar algo, sin embargo, eso no genera una retroalimentación en el proceso, pues una imagen por sí sola no siempre comunica algo, en ocasiones deber ir acompañada (sea mensaje de texto, voz, etc.) para que se entienda el mensaje que se quiere dar.

### **3.3.2. Emoticones:**

El emoticón o smiley (termino en inglés) son símbolos o caritas que buscan reflejar las expresiones humanas y de esta manera darle peso al mensaje escrito a través del WhatsApp. Expresan emociones, sentimientos y hacen figurar una comunicación más cercana por ende más humana y por ser de carácter novedoso hace ligera y placentera la comunicación. (Moral y García, 2003, p. 136).

Los emoticones han tomado un papel importante en las conversaciones virtuales porque simbolizan el lenguaje no verbal y no visual de las interacciones, además, de ser la compensación por el lenguaje no verbal, hacen parte de la economía de escritura electrónica; “hay otras convenciones de signos gráficos que reflejan en la escritura la expresividad de la oralidad. Por eso, la ausencia de elementos auditivos en el chat se compensa con recursos tipográficos, puntuarios, iconográficos y simbólicos” como los emoticones.

Estas representaciones gráficas cuentan con diferentes funciones. Además, de expresar sentimientos, pensamientos o estados de ánimo, que es su más básica y

principal función, los emoticones buscan hacer más eficaz, “cálida” y “humana” una conversación por formatos hipertextuales. Es gracias a las características “humanas” que tienen los smileys que nos podemos sentir más a gusto en una conversación electrónica y cerca, de un modo u otro, de la otra persona. Otra función importante de los emoticones es la de economizar espacio y tiempo al enviar un mensaje.

### **3.3.3. Stickers:**

La idea de la plataforma, según se recoge en su propio blog, es darte la posibilidad de expresar con stickers lo que no siempre puedes hacer con palabras, estas representaciones gráficas pueden mostrar expresiones que una persona no podría decir enviando un mensaje de texto o un mensaje de voz, por ejemplo, ya sea con una taza de té sonriente o con el corazón roto llorando, las pegatinas te ayudan a compartir tus sentimientos de una manera que no siempre puedes expresar con palabras.

### **3.3.4. Gifs:**

Los GIFs son más pequeños con respecto a los conocidos formatos de imagen JPEG o PNG, los GIFs hacen que una web no pese y se carguen rápidamente.

Lo interesante de este formato también es que soporta animaciones, es decir se puede crear un archivo animado con tan sólo la reproducción rápida de varias imágenes consecutivas. Las aplicaciones que soportan el estándar GIF se desplazan rápidamente por cada imagen produciendo una animación de unos segundos, sin sonido y que se va repitiendo.

Según el blog Comunidad IEB (2015), el término Gif viene del inglés (Graphic Interchange Format) que en español se traduce a formato de intercambio de

imágenes. Esta herramienta consiste en poner diferentes imágenes en un intervalo de 5 segundos y hacer que tengan movimiento una y otra vez.

Actualmente WhatsApp incluyó esta herramienta de interacción, para romper el hielo de las conversaciones y hacerlas más didácticas y de acorde a las emociones que fluyen en la interacción del momento.

## **IV. CAPÍTULO IV: Metodología**

### **4.1. Enunciado de las hipótesis**

#### **4.1.1. Hipótesis General:**

El WhatsApp incide significativamente en la comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 -I.

#### **4.1.2. Hipótesis Específicas:**

El aspecto verbal en la forma de comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 -I, es influenciado por la comunicación digital WhatsApp.

El aspecto no verbal en la forma de comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 -I, es influenciado por la comunicación digital WhatsApp.

El nivel de uso de la comunicación digital WhatsApp en los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la

Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 -I, es alto.

#### **4.2.Operacionalización de variables y escalas de medición**

<b>Matriz de Consistencia</b>				
<b>Título:</b> “La incidencia de la comunicación digital WhatsApp en la comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el Semestre académico 2019- I”.				
<b>Problema General</b>	<b>Objetivo General</b>	<b>Hipótesis General</b>	<b>Variables e Indicadores</b>	<b>Metodología</b>
¿Qué nivel de incidencia tiene el WhatsApp en la comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 -I?	Determinar el nivel de incidencia existente entre la comunicación digital WhatsApp y la comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 -I.	El WhatsApp incide significativamente en la comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 -I.		<p><b>Tipo de investigación:</b> Aplicada – Cuantitativa</p> <p><b>Diseño de la Investigación:</b> Descriptiva correlacional</p> <p><b>Población:</b> Población total 30 estudiantes.</p> <p><b>Técnicas de recolección de datos:</b> - Cuestionario</p> <p>Instrumento: - Encuesta</p> <p><b>Técnicas de análisis de resultados:</b> SPSS Gráficos de barras y tablas de frecuencia</p>
<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Hipótesis Específicas</b>	<b>Variable / indicadores / Escala</b>	
<p>a) ¿Incide la comunicación digital WhatsApp en el aspecto verbal de la forma de comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 -I?</p> <p>b) ¿Incide la comunicación digital WhatsApp en el aspecto no verbal de la forma de comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la</p>	<p>a) Determinar la incidencia de la comunicación digital WhatsApp en el aspecto verbal de la comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 -I.</p> <p>b) Determinar la incidencia de la comunicación digital WhatsApp en el aspecto no verbal de la comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la</p>	<p>a) El Aspecto verbal en la forma de comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 – I, es influenciado por la comunicación digital WhatsApp.</p> <p>b) El aspecto no verbal en la forma de comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la</p>	<p><b>a) Variable Independiente:</b> WhatsApp</p> <p><b>Indicadores</b> - Mensaje de Texto - Mensaje de Audio - Multimedia - Imágenes - Emoticones - Stickers - Gifs - Llamada - Video llamada - Estados</p> <p><b>Escala de Medición</b> Nunca Rara vez Alguna vez Casi siempre Siempre</p> <p><b>b) Variable Dependiente:</b> Comunicación interpersonal</p>	

<p>Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 -I?</p> <p>c) ¿Cuál es el nivel de uso de la comunicación digital WhatsApp de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 -I?</p>	<p>Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 -I.</p> <p>c) Determinar el nivel de uso de la comunicación digital WhatsApp en los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 -I.</p>	<p>Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 – I, es influenciado por la comunicación digital WhatsApp.</p> <p>c) El nivel de uso de la comunicación digital WhatsApp en los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 -I, es alto.</p>	<p><b>Indicadores</b></p> <p><b>-Transparencia:</b> Claridad, coherencia y aceptación.</p> <p><b>-Kinesia:</b> Contacto visual, movimiento de brazos y manos, gestos faciales y postura.</p> <p><b>-Paralingüística:</b> Inflexiones de voz.</p> <p><b>-Proxemia:</b> Distancia corporal.</p> <p><b>-Sinergología</b></p> <p><b>Escala de Medición</b></p> <p>Nunca Rara vez Alguna vez Casi siempre Siempre</p>	
--	--	--	--	--

### **4.3. Tipo y diseño de investigación**

#### **4.3.1. Tipo de estudio:**

La presente investigación es de enfoque cuantitativo porque su finalidad es medir las variables planteadas, de esta manera transformar los resultados a valores numéricos y analizarlos por medio de estadísticas.

Además, esta investigación es de tipo aplicada – no experimental dado que no se manipula ninguna de las variables usadas.

Asimismo, Mohammad (2005), indica que esta investigación sirve para tomar acciones y establecer nuevas estrategias. Es por ello que esta investigación se realizará a través de herramientas de encuestas para poner analizar la población elegida.

#### **4.3.2. Diseño de estudio:**

El diseño del presente estudio corresponde a ser Descriptiva Correlacional, ya que tiene como finalidad determinar el grado de relación o asociación no causal existente entre dos o más variables. Se caracterizan porque primero se miden las variables y luego, mediante pruebas de hipótesis correlacionales y la aplicación de técnicas estadísticas, se estima la correlación. Aunque la investigación correlacional no establece de forma directa relaciones causales, puede aportar indicios sobre las posibles causas de un fenómeno. Este tipo de investigación descriptiva busca determinar el grado de relación existente entre las variables

De esta manera se puede identificar que la investigación es descriptiva correlacional, puesto que se determinará la incidencia de los medios digitales en la expresión y comunicación no verbal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de

Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna.

#### **4.3.3. Ámbito de la investigación**

La presente investigación ha sido realizada en la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna, específicamente en la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación durante los meses de marzo y julio del presente año.

#### **4.4. Unidad de estudio, población y muestra**

##### **4.4.1. Unidad de estudio:**

En la presente investigación, la unidad de estudio han sido los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación en el semestre académico 2019 – I.

##### **4.4.2. Población:**

La población objeto de estudio estará conformada por 30 estudiantes que constituyen el número de estudiantes matriculados en el I ciclo; por tanto, esta población será considerada como el tamaño muestral para efectos de aplicar las técnicas de recolección de datos.

Las características de inclusión fueron: tener más del 80% de asistencia, estar matriculado en la totalidad de las asignaturas del primer semestre y haber estado desde el inicio de la aplicación de la encuesta.

##### **4.4.3. Muestra:**

La muestra estuvo conformada por 26 estudiantes que constituyen el número de estudiantes del I ciclo que cumplieron con los criterios de inclusión.

## **4.5.Procedimientos, técnicas e instrumentos de recolección de datos**

### **4.5.1. Procedimientos:**

Para la presente investigación se realizó una encuesta con 26 preguntas referentes a las dos variables que se han utilizado en esta investigación, dicha encuesta pasó el proceso de validación de expertos, los cuales fueron 3 docentes de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades, quienes aprobaron la encuesta para que sea aplicada a los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación.

### **4.5.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

En la investigación se utilizó la técnica del cuestionario, realizando el instrumento de encuesta, que contó con 26 preguntas con sus respectivas respuestas de acuerdo a la escala de Likert (nunca, rara vez, alguna vez, casi siempre y siempre), con este fin se busca determinar la validez y confiabilidad del trabajo realizado. En donde las primeras 17 preguntas están establecidas de acuerdo a la primera variable elaboradas para detallar el uso de la mensajería WhatsApp y los 9 restantes medir su incidencia en la comunicación interpersonal.

## CUESTIONARIO

**“La incidencia de la comunicación digital WhatsApp en la comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019-I”.**

La presente encuesta es parte de un proyecto de investigación. La información que proporcionará es importante y de carácter anónimo. Agradecemos su participación.

### INSTRUCCIONES

- Utilice un lapicero para realizar el cuestionario.
- Por favor lea las preguntas al inicio de cada sección y marque con una “X” la alternativa que usted considere. (Marque sólo una casilla por cada fila)

Edad: \_\_\_\_\_

Sexo: F \_\_\_\_ M \_\_\_\_

<b>Variable 1: WhatsApp</b>	<b>Nunca</b>	<b>Rara vez</b>	<b>Alguna vez</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Siempre</b>
1. ¿Con qué frecuencia utiliza la herramienta mensaje de texto empleada dentro de WhatsApp?					
2. ¿Prefiere utilizar los mensajes de texto a comparación de las otras herramientas (voz, multimedia...) que conforman WhatsApp?					
3. ¿Considera que la herramienta mensaje de voz, es más cómoda y práctica a la hora de usar WhatsApp?					

4. ¿Considera que la herramienta mensaje de voz es más empleada actualmente por sus amigos, familiares y compañeros de estudio?					
5. ¿Emplea los mensajes multimedia (videos) dentro de sus conversaciones por WhatsApp?					
6. ¿Considera que los mensajes multimedia que utiliza y envía son divertidos y de interés para quien lo recibe?					
7. ¿Utiliza imágenes en sus conversaciones de WhatsApp?					
8. ¿Es más divertido enviar imágenes que escribir un texto?					
9. ¿El uso de los emoticones en sus conversaciones logra expresar claramente el mensaje que trasmite?					
10. ¿Prefiere usar emoticones a la hora de responder WhatsApp?					
11. ¿Usa gif frecuentemente dentro de WhatsApp?					
12. ¿Considera que los gif son más prácticos y sencillos que enviar videos, imágenes o texto?					
13. ¿Usa frecuentemente la llamada en WhatsApp?					
14. ¿Usa frecuentemente las videollamadas en WhatsApp?					
15. ¿Actualmente hace uso de los Estados en WhatsApp?					

16. ¿Prefiere comunicarse con stickers en vez de texto en WhatsApp?					
17. ¿Usa con frecuencia los Stickers en WhatsApp?					
<b>Variable 2: Comunicación Interpersonal</b>	<b>Nunca</b>	<b>Rara vez</b>	<b>Alguna vez</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Siempre</b>
18. ¿WhatsApp permite transmitir lo que piensa de manera clara?					
19. ¿Logra entender los mensajes que recibe en WhatsApp (emoticones, gif, íconos, etc.)?					
20. ¿Al usar las herramientas (emoticones, gif, texto, etc.) siente que WhatsApp expresa con mayor facilidad sus ideas, emociones y sentimientos?					
21. ¿Tiene chats grupales dentro de WhatsApp?					
22. ¿Con qué frecuencia usa los chat grupales?					
23. ¿Prefiere solo conversar por WhatsApp a interactuar físicamente con sus amigos, familiares, etc.?					
24. ¿Sus emociones (alegría, tristeza, enojo, llanto, etc.) se ven reflejadas en sus conversaciones de WhatsApp?					
25. ¿Siente que es más sencillo conversar a través de WhatsApp?					
26. ¿Utiliza WhatsApp cuando se encuentra en reuniones, fiestas o cualquier evento social?					

## V. CAPÍTULO V: Los resultados

### 5.1.El trabajo de campo

Para la presente investigación se realizó el levantamiento de información en el aula de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación donde fueron encuestados 26 estudiantes. Dicha aplicación de encuestas se realizó el día 11 de junio del presente año.

### 5.2.Diseño de presentación de los resultados

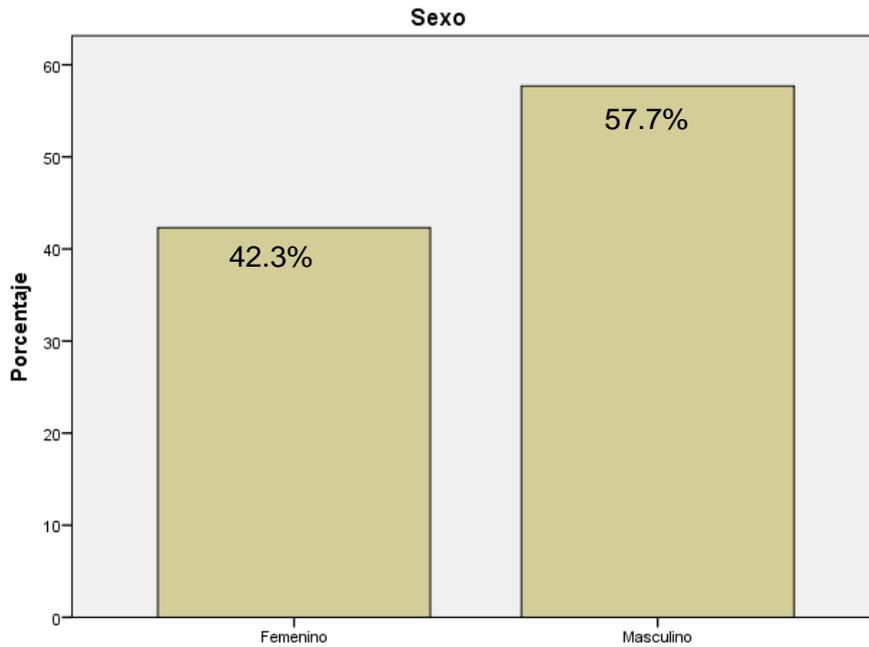
Se utilizó la estadística descriptiva para la elaboración de tablas y gráficos de sistematización, descripción y análisis de la información. La información adquirida se trasladó a la base de datos por el programa de SPSS 22, tanto para la variable dependiente como la variable independiente. De la población total, al realizar la fórmula nos muestra un resultado de 26 estudiantes encuestados. Al obtener los resultados de las encuestas se procede a realizar la prueba de Hipótesis de Chi Cuadrado, donde se aprueba o rechaza la hipótesis nula y alternativa.

### 5.3.Los resultados

*Tabla 3.*  
*Sexo*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Femenino	11	42,3%
	Masculino	15	57,7%
	Total	26	100%

Elaboración: Propia  
Fuente: Cuestionario de Tesis



*Gráfico 1. Sexo*

Elaboración: Propia  
Fuente: Cuestionario de Tesis

**Análisis:**

Sexo: Masculino y Femenino

El 57.7% de los encuestados, es representado por el sexo masculino

El 42.3% de los encuestados, es representado por el sexo femenino.

**Interpretación:**

Masculino: 15 = 57.7%

Femenino: 14 = 42.3%

Total: 26 = 100%

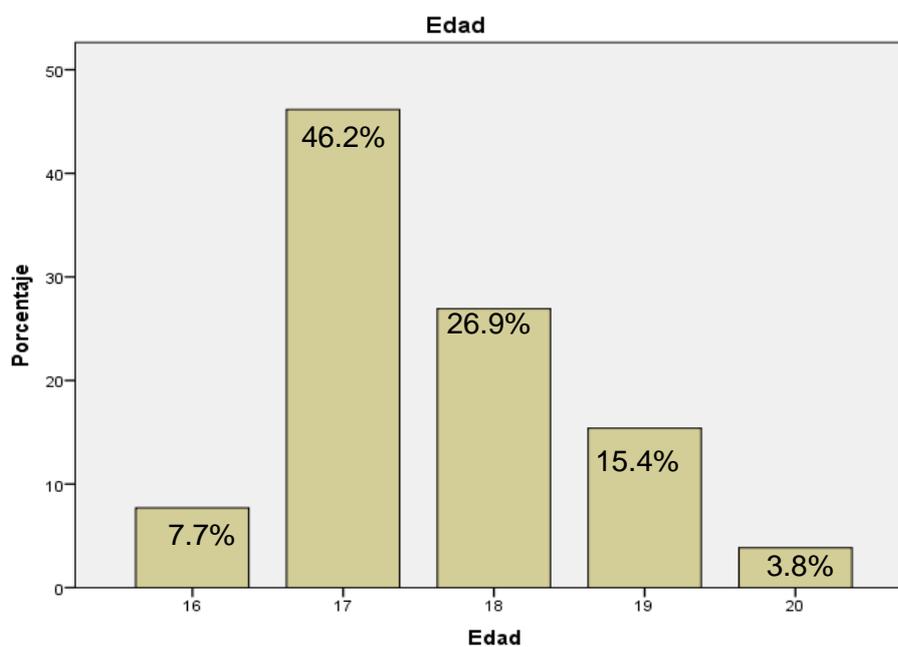
El 57.7% de los encuestados son de sexo masculino mientras que el 42.3% son de sexo femenino.

*Tabla 4.*  
*Edad*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	16	2	7,7
	17	12	46,2
	18	7	26,9
	19	4	15,4
	20	1	3,8
	Total	26	100,0

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis



*Gráfico 2.*Edad

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

**Análisis:**

Edad: 16, 17, 18 ,19 y 20 años.

El 7.7% de los encuestados, es representado por jóvenes de 16 años.

El 46.2% de los encuestados, es representado por jóvenes de 17 años.

El 26.9% de los encuestados, es representado por jóvenes de 18 años.

El 15.4% de los encuestados, es representado por jóvenes de 19 años.

El 3.8% de los encuestados, es representado por jóvenes de 20 años.

### **Interpretación:**

16 años: 2 = 7.7%

17 años: 12 = 46.2%

18 años: 7 = 26.9%

19 años: 4 = 15.4%

20 años: 1 = 3.8%

Total: 26 = 100%

El 46.2% de los encuestados tienen 17 años mientras que el 3.8% tiene 20 años.

Tabla 5.

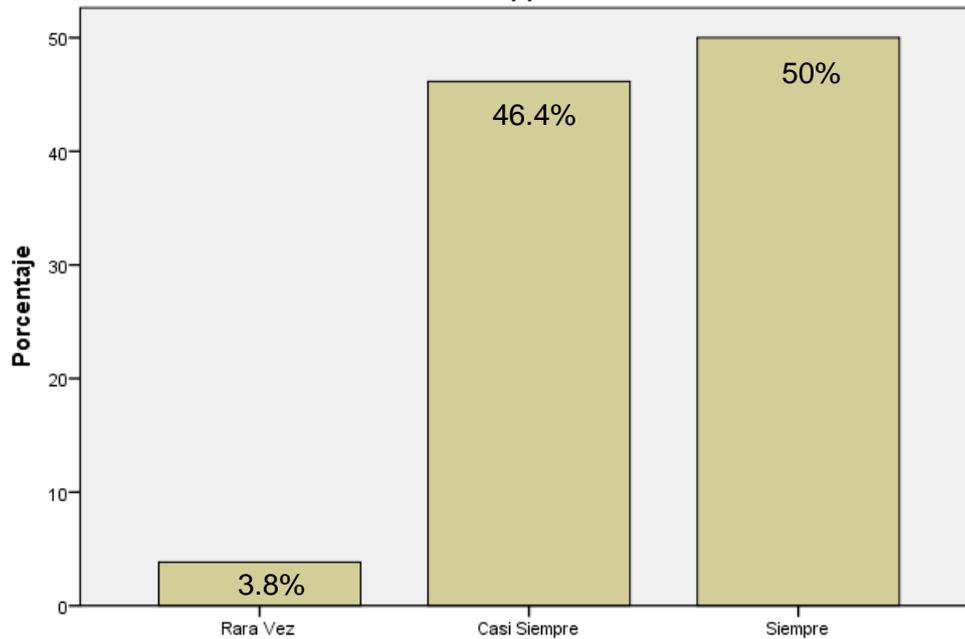
*¿Con qué frecuencia utiliza la herramienta mensaje de texto empleada dentro de WhatsApp?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Rara Vez	1	3,8
	Casi Siempre	12	46,2
	Siempre	13	50,0
	Total	26	100,0

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

**¿Con qué frecuencia utiliza la herramienta mensaje de texto empleada dentro de WhatsApp?**



*Gráfico 3. ¿Con qué frecuencia utiliza la herramienta de texto empleada dentro de WhatsApp?*

*Elaboración: Propia*

Fuente: Cuestionario de Tesis

**Análisis:**

Frecuencia de uso del WhatsApp: Rara vez, casi siempre, siempre.

El 3.8% de los encuestados usa **rara vez** con frecuencia el WhatsApp.

El 46.4% de los encuestados usa **casi siempre** con frecuencia el WhatsApp.

El 50% de los encuestados usa **siempre** con frecuencia el WhatsApp.

**Interpretación:**

Rara Vez: 1 = 3.8%

Casi Siempre: 12 = 46.2%

Siempre: 13 = 50%

Total: 26 = 100%

El 3.8% de los encuestados utiliza WhatsApp **rara vez**, mientras que el 50% de los encuestados lo utiliza **siempre**.

Tabla 6.

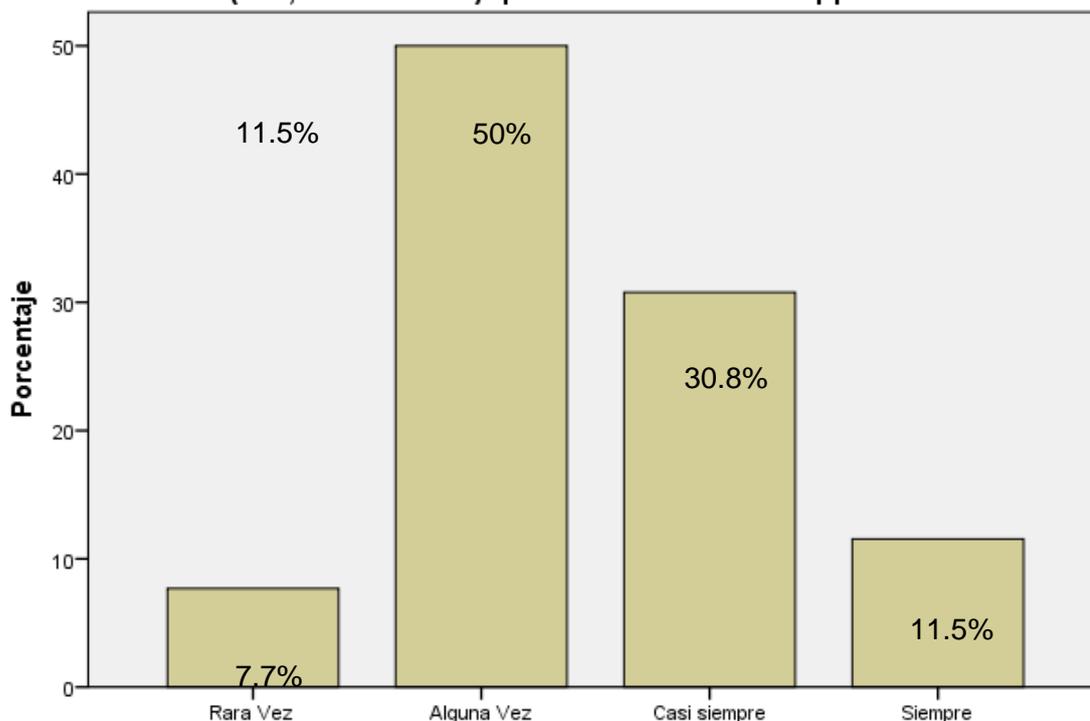
*¿Prefiere utilizar los mensajes de texto a comparación de las otras herramientas (voz, multimedia...) que conforman WhatsApp?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Rara Vez	2	7,7
	Alguna Vez	13	50,0
	Casi siempre	8	30,8
	Siempre	3	11,5
	Total	26	100,0

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

**¿Prefiere utilizar los mensajes de texto a comparación de las otras herramientas (voz, multimedia...) que conforman WhatsApp?**



**Gráfico 4.** *¿Prefiere utilizar los mensajes de texto a comparación de las otras herramientas (voz, multimedia...) que conforman WhatsApp?*

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

### **Análisis:**

Prefiere usar Mensajes de texto: Rara vez, alguna vez, casi siempre y siempre.

El 7.7% de los encuestados, prefiere usar **rara vez** mensajes de texto en WhatsApp.

El 50% de los encuestados, prefiere usar **alguna vez** mensajes de texto en WhatsApp.

El 30.8% de los encuestados, prefiere usar casi siempre mensajes de texto en WhatsApp.

El 11.5% de los encuestados, prefiere usar **siempre** mensaje de texto en WhatsApp.

### **Interpretación:**

Rara Vez: 2 = 7.7%

Alguna Vez: 13 = 50%

Casi Siempre: 8 = 30%

Siempre: 3 = 11.5%

Total: 26 = 100%

El 7.7% de los encuestados prefiere usar **rara vez** el envío de mensajes de texto en

WhatsApp, mientras que el 50% prefiere usarlo **algunas veces**.

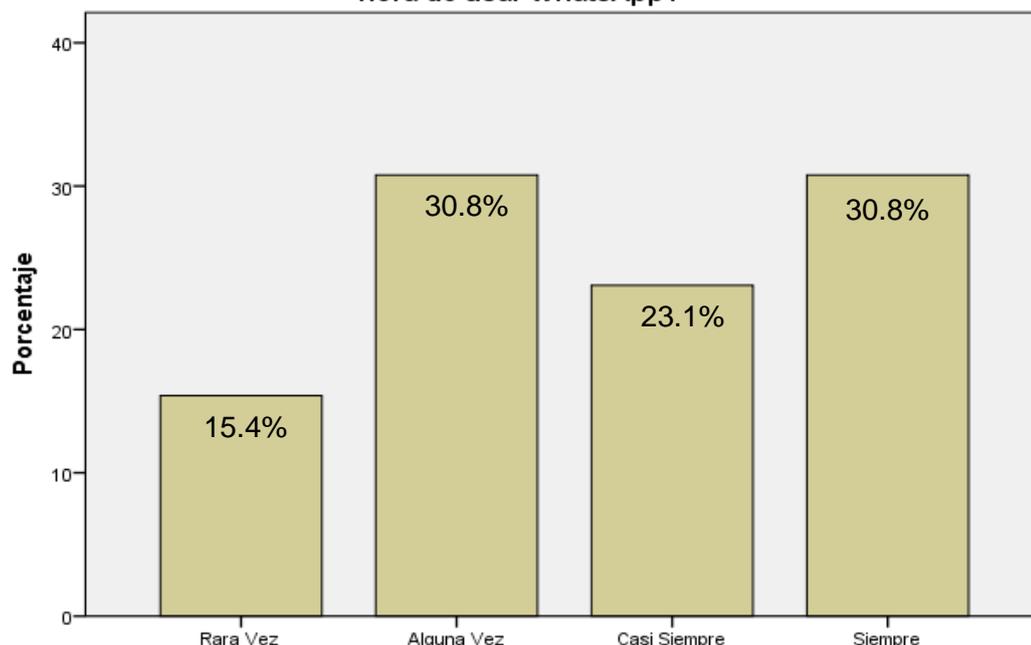
Tabla 7.  
*¿Considera que la herramienta mensaje de voz, es más cómoda y práctica a la hora de usar WhatsApp?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Rara Vez	4	15,4
	Alguna Vez	8	30,8
	Casi Siempre	6	23,1
	Siempre	8	30,8
	Total	26	100,0

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

**¿Considera que la herramienta mensaje de voz, es más cómoda y práctica a la hora de usar WhatsApp?**



*Gráfico 5. ¿Considera que la herramienta mensaje de voz, es más cómoda y práctica a la hora de usar WhatsApp?*

Elaboración: Propia  
Fuente: Cuestionario de Tesis

**Análisis:**

Comodidad del mensaje de voz: Rara vez, alguna vez, casi siempre y siempre.

El 15.4% de los encuestados, considera que la herramienta mensaje de voz **rara vez** es más cómoda y práctica a la hora de usar WhatsApp.

El 30.8% de los encuestados, considera que la herramienta mensaje de voz **alguna vez** es más cómoda y práctica a la hora de usar WhatsApp.

El 23.1% de los encuestados, considera que la herramienta mensaje de voz casi **siempre** es más cómoda y práctica a la hora de usar WhatsApp.

El 30.8% de los encuestados, considera que la herramienta mensaje de voz **siempre** es más cómoda y práctica a la hora de usar WhatsApp.

**Interpretación:**

Rara Vez: 4 = 15.4%

Alguna Vez: 8 = 30.8%

Casi Siempre: 6 = 23.1%

Siempre: 8 =30.6%

Total: 26 = 100%

El 15.4% de los encuestados, considera que la herramienta mensaje de voz **rara vez** es más cómoda y práctica a la hora de usar WhatsApp, mientras que el 61.6% (30.8 c/u) considera que **alguna vez** y **siempre** es más cómoda y práctica a la hora de usar WhatsApp.

Tabla 8.

*¿Considera que la herramienta mensaje de voz es más empleada actualmente por sus amigos, familiares y compañeros de estudio?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Rara Vez	3	11,5
	Alguna Vez	10	38,5
	Casi Siempre	10	38,5
	Siempre	3	11,5
	Total	26	100,0

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

¿Considera que la herramienta mensaje de voz es más empleada actualmente por sus amigos, familiares y compañeros de estudio?

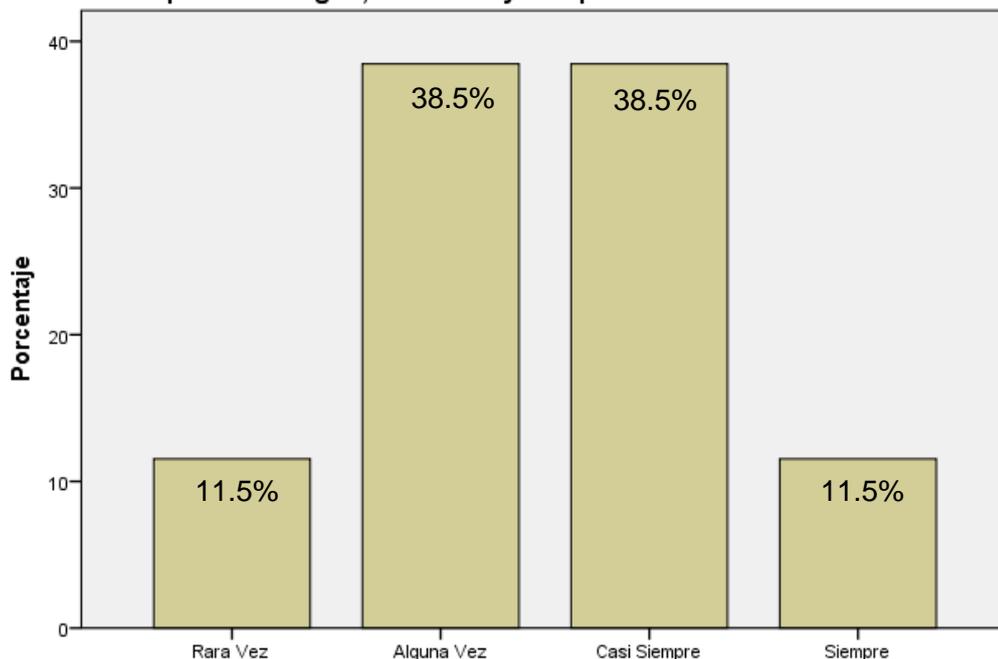


Gráfico 6. ¿Considera que la herramienta mensaje de voz es más empleada actualmente por sus amigos, familiares y compañeros de estudio?

Elaboración: Propia  
Fuente: Cuestionario de Tesis

### Análisis:

Empleabilidad del mensaje de voz: Rara vez, alguna vez, casi siempre y siempre.

El 11.5% de los encuestados, consideran que la herramienta mensaje de voz **rara vez** es más empleada actualmente por sus amigos, familiares y compañeros de estudio.

El 38.5% de los encuestados, consideran que la herramienta mensaje de voz **alguna vez** es más empleada actualmente por sus amigos, familiares y compañeros de estudio.

El 38.5% de los encuestados, consideran que la herramienta mensaje de voz **casi siempre** es más empleada actualmente por sus amigos, familiares y compañeros de estudio.

El 11.5% de los encuestados, consideran que la herramienta mensaje de voz **siempre** es más empleada actualmente por sus amigos, familiares y compañeros de estudio.

### Interpretación:

Rara Vez: 3 = 11.5%

Alguna Vez: 10 = 38.5%

Casi Siempre: 10 = 38.5%

Siempre: 3 = 11.5%

Total: 26 = 100%

El 23% (11.5% c/u) de los encuestados, consideran que la herramienta mensaje de voz **rara vez** y **siempre** es más empleada actualmente por sus amigos, familiares y compañeros de estudio, mientras que el 77% (38.5 c/u) consideran que **alguna vez** y **casi siempre** la herramienta mensaje de voz es más empleada.

Tabla 9.  
*¿Emplea los mensajes multimedia (videos) dentro de sus conversaciones por WhatsApp?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	1	3,8
	Rara Vez	6	23,1
	Alguna Vez	7	26,9
	Casi Siempre	7	26,9
	Siempre	5	19,2
	Total	26	100,0

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

¿Emplea los mensajes multimedia (videos) dentro de sus conversaciones por Whatsapp?

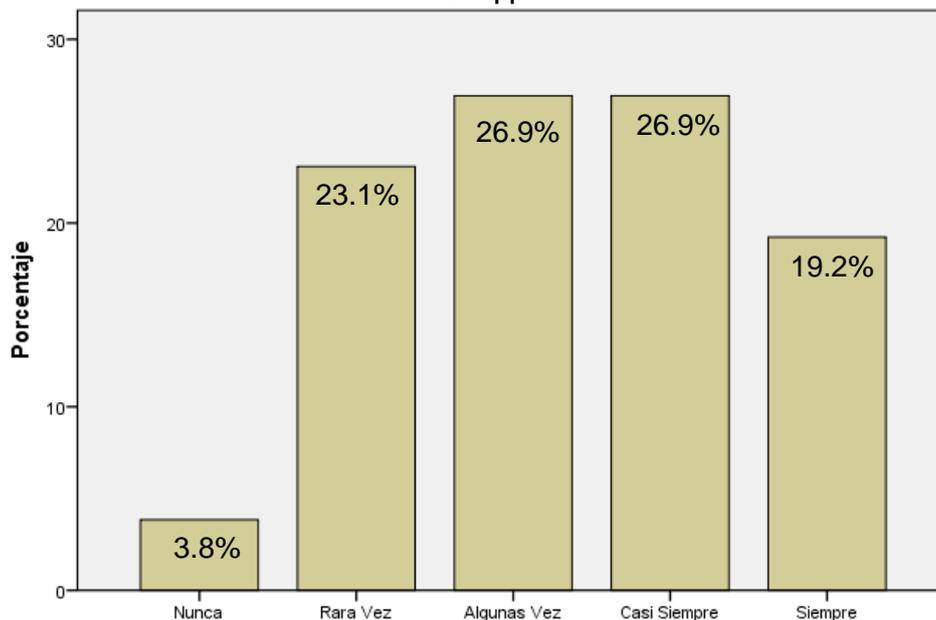


Gráfico 7. ¿Emplea los mensajes multimedia (videos) dentro de sus conversaciones por WhatsApp?

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

#### Análisis:

Uso de Videos: Nunca, rara vez, alguna vez, casi siempre, siempre.

El 3.8% de los encuestados, **nunca** emplea mensajes multimedia en sus conversaciones de WhatsApp.

El 23.1% de los encuestados, **rara vez** emplea mensajes multimedia en sus conversaciones de WhatsApp.

El 26.9% de los encuestados, **alguna vez** emplea mensajes multimedia en sus conversaciones de WhatsApp.

El 26.9% de los encuestados, **casi siempre** emplea mensajes multimedia en sus conversaciones de WhatsApp.

El 19.2% de los encuestados, **siempre** emplea mensajes multimedia en sus conversaciones de WhatsApp.

### Interpretación:

Nunca: 1 = 3.8%

Rara Vez: 6 = 23.1%

Alguna Vez: 7 = 26.9%

Casi Siempre: 7 = 26.9%

Siempre: 5 = 19.2%

Total: 26 = 100%

El 3.8% de los encuestados **nunca** emplea mensajes multimedia en sus conversaciones de WhatsApp, mientras que el 53.8% (26.9% c/u) emplea mensajes multimedia alguna vez y casi siempre.

*Tabla 10.*

*¿Considera que los mensajes multimedia que utiliza y envía son divertidos y de interés para quien lo recibe?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Alguna Vez	4	15,4
	Casi Siempre	14	53,8
	Siempre	8	30,8
	Total	26	100,0

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

¿Considera que los mensajes multimedia que utiliza y envía son divertidos y de interés para quien lo recibe?

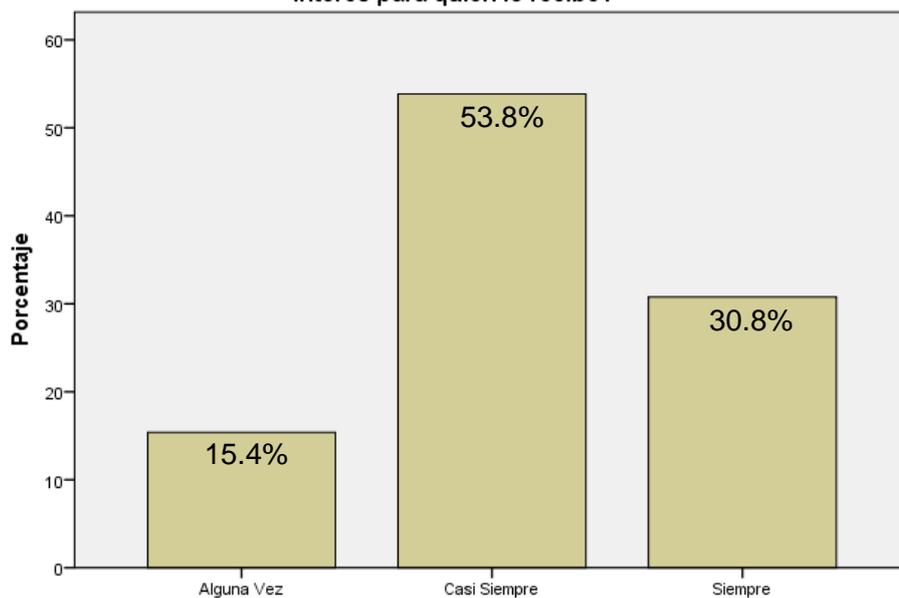


Gráfico 8. ¿Considera que los mensajes multimedia que utiliza y envía son divertidos y de interés para quien lo recibe?

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

#### **Análisis:**

Mensajería multimedia divertida y de interés: Alguna vez, casi siempre y siempre.

El 15.4% de los encuestados, considera que **alguna vez** los mensajes multimedia que utiliza y envía son divertidos y de interés para quien lo recibe.

El 53.8% de los encuestados, considera que **casi siempre** los mensajes multimedia que utiliza y envía son divertidos y de interés para quien lo recibe.

El 30.8% de los encuestados, considera que **siempre** los mensajes multimedia que utiliza y envía son divertidos y de interés para quien lo recibe.

#### **Interpretación:**

Alguna Vez: 4 = 15.4%

Casi Siempre: 14 = 53.8%

Siempre: 8 = 30.8%

Total: 26 = 100%

El 15.4% de los encuestados, considera que **alguna vez** los mensajes multimedia que utiliza y envía son divertidos y de interés para quien lo recibe, mientras que el 53.8% considera que casi siempre son divertidos y de interés.

Tabla 11.  
¿Utiliza imágenes en sus conversaciones de WhatsApp?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Rara Vez	2	7,7
	Alguna Vez	5	19,2
	Casi Siempre	15	57,7
	Siempre	4	15,4
	Total	26	100,0

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

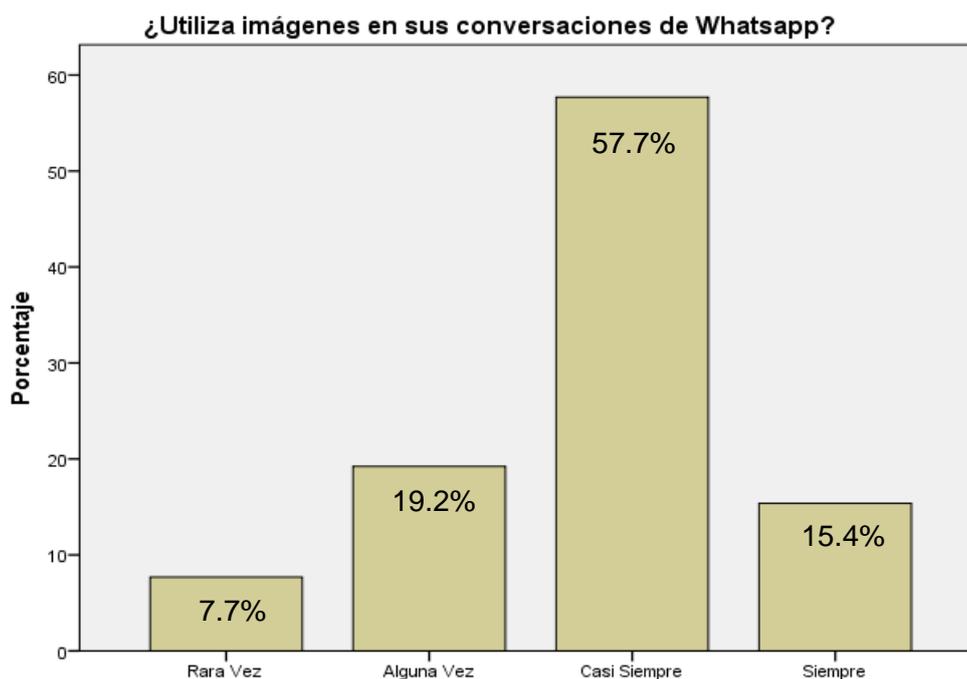


Gráfico 9. ¿Utiliza imágenes en sus conversaciones de WhatsApp?

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

### Análisis:

Uso de imágenes: Rara vez, alguna vez, casi siempre, siempre.

El 7.7% de los encuestados, **rara vez** utiliza imágenes en sus conversaciones de WhatsApp.

El 19.2% de los encuestados, **alguna vez** utiliza imágenes en sus conversaciones de WhatsApp.

El 57.7% de los encuestados, **casi siempre** utiliza imágenes en sus conversaciones de WhatsApp.

El 15.4% de los encuestados, **siempre** utiliza imágenes en sus conversaciones de WhatsApp.

### **Interpretación:**

Rara Vez: 2 = 7.7%

Alguna Vez: 5 = 19.2%

Casi Siempre: 15 = 57.7%

Siempre: 4 = 15.4%

Total: 26 = 100%

El 7.7% de los encuestados, **rara vez** utiliza imágenes en sus conversaciones de WhatsApp, mientras que el 57.7% las utiliza **casi siempre**.

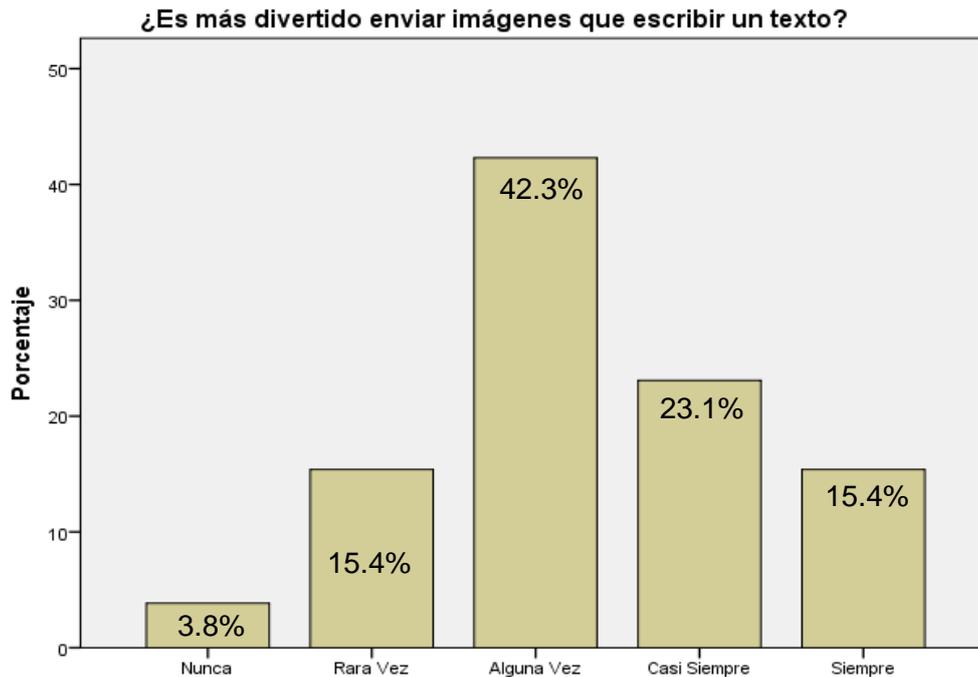
*Tabla 12.*

*¿Es más divertido enviar imágenes que escribir un texto?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	1	3,8
	Rara Vez	4	15,4
	Alguna Vez	11	42,3
	Casi Siempre	6	23,1
	Siempre	4	15,4
	Total	26	100,0

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis



*Gráfico 10. ¿Es más divertido enviar imágenes que escribir un texto?*

Elaboración: Propia  
Fuente: Cuestionario de Tesis

**Análisis:**

Enviar imágenes es divertido: Nunca, rara vez, alguna vez, casi siempre y siempre.

El 3.8% de los encuestados, opina que **nunca**, es más divertido enviar imágenes que escribir un texto.

El 15.4% de los encuestados, considera que **rara vez**, es más divertido enviar imágenes que escribir un texto.

El 42.3% de los encuestados, considera que **alguna vez**, es más divertido enviar imágenes que escribir un texto.

El 23.1% de los encuestados, considera que **casi siempre**, es más divertido enviar imágenes que escribir un texto.

El 15.4% de los encuestados, considera que **siempre**, es más divertido enviar imágenes que escribir un texto.

### Interpretación:

Nunca: 1 = 3.8%

Rara vez: 4 = 15.4%

Alguna vez: 11 = 42.3%

Casi siempre: 6 = 23.1%

Siempre: 4 = 15.4%

Total: 26 = 100%

El 3.8% de los encuestados, considera que **nunca**, es más divertido enviar imágenes que escribir un texto, mientras que el 42.3% considera que **alguna vez** es más divertido.

Tabla 13.

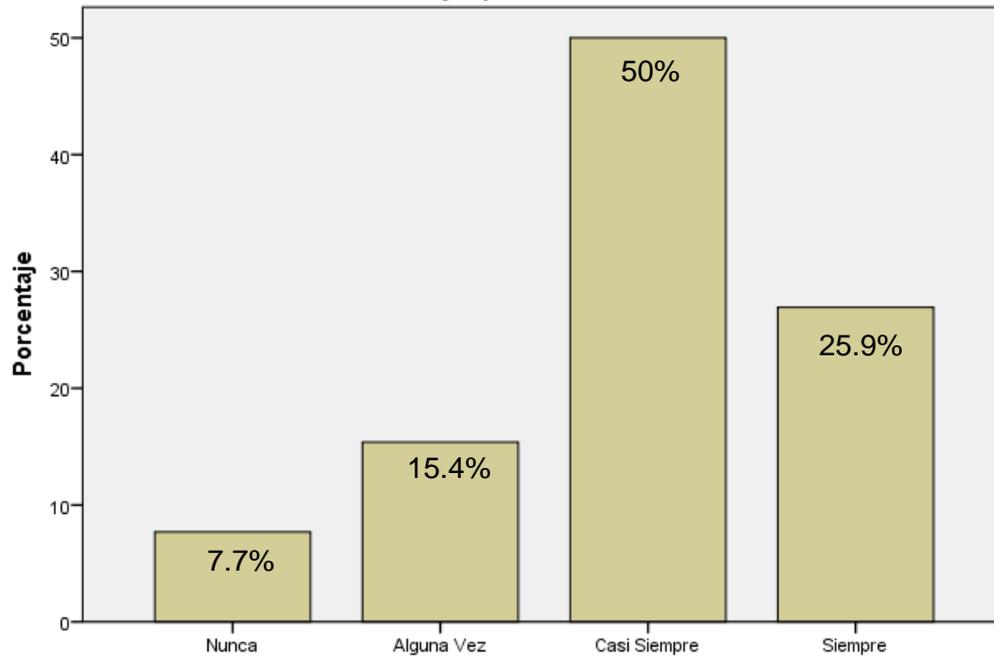
*¿El uso de los emoticones en sus conversaciones logra expresar claramente el mensaje que trasmite?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	2	7,7
	Alguna Vez	4	15,4
	Casi Siempre	13	50,0
	Siempre	7	26,9
	Total	26	100,0

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

**¿El uso de los emoticones en sus conversaciones logra expresar claramente el mensaje que trasmite?**



*Gráfico 11.* ¿El uso de los emoticones en sus conversaciones logra expresar claramente el mensaje que trasmite?

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

**Análisis:**

Uso de emoticones en conversaciones: Nunca, alguna vez, casi siempre y siempre.

El 7.7% de los encuestados, considera que el uso de los emoticones en sus conversaciones de WhatsApp **nunca** logra expresar claramente el mensaje que quieren transmitir.

El 15.4% de los encuestados, considera que el uso de los emoticones en sus conversaciones de WhatsApp **alguna vez** logra expresar claramente el mensaje que quieren transmitir.

El 50% de los encuestados, considera que el uso de los emoticones en sus conversaciones de WhatsApp **casi siempre** logra expresar claramente el mensaje que quieren transmitir.

El 25.9% de los encuestados, considera que el uso de los emoticones en sus conversaciones de WhatsApp **siempre** logra expresar claramente el mensaje que quieren transmitir.

### Interpretación:

Nunca: 2 = 7.7%

Alguna vez: 4 = 15.4%

Casi siempre: 13 = 50%

Siempre: 7 = 25.9%

Total: 26 = 100%

El 7.7% de los encuestados, considera que el uso de los emoticones en sus conversaciones de WhatsApp **nunca** logra expresar claramente el mensaje que quieren transmitir, mientras que el 50% considera que **casi siempre** logran expresar el mensaje.

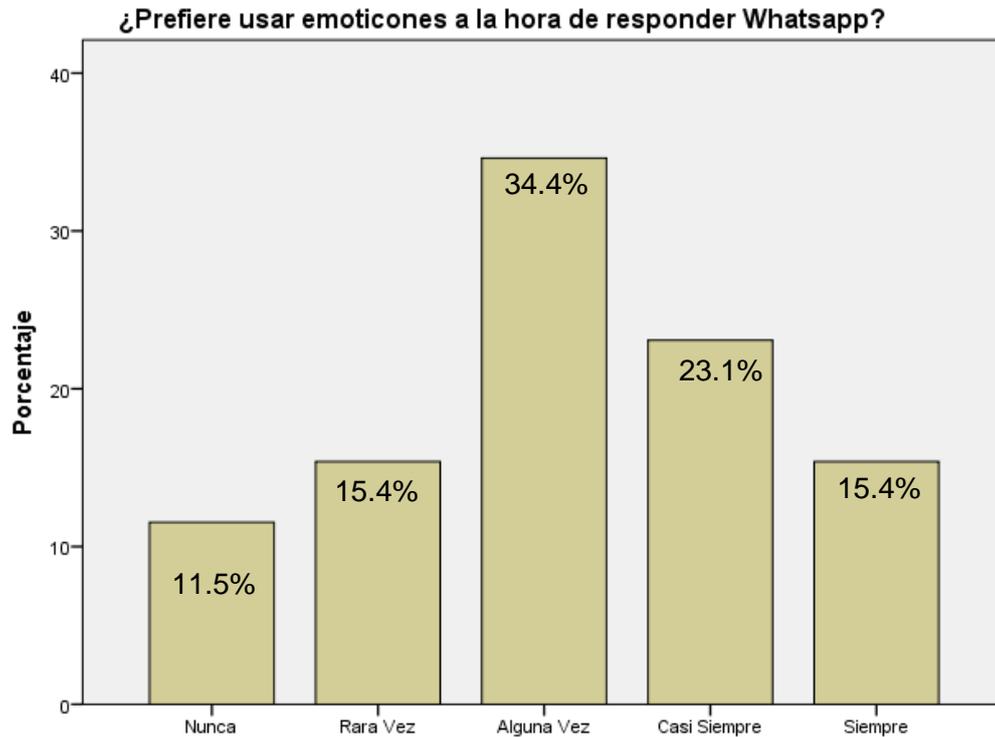
Tabla 14.

*¿Prefiere usar emoticones a la hora de responder WhatsApp?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	3	11,5
	Rara Vez	4	15,4
	Alguna Vez	9	34,6
	Casi Siempre	6	23,1
	Siempre	4	15,4
	Total	26	100,0

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis



*Gráfico 12. ¿Prefiere usar emoticones a la hora de responder WhatsApp?*

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

**Análisis:**

Uso de emoticones en WhatsApp: Nunca, rara vez, alguna vez, casi siempre y siempre.

El 11.5% de los encuestados, **nunca** prefiere usar emoticones a la hora de responder WhatsApp.

El 15.4% de los encuestados, **rara vez** prefiere usar emoticones a la hora de responder WhatsApp.

El 34.4% de los encuestados, **alguna vez** prefiere usar emoticones a la hora de responder WhatsApp.

El 23.1% de los encuestados, **casi siempre** prefiere usar emoticones a la hora de responder WhatsApp.

El 15.4% de los encuestados, **siempre** prefiere usar emoticones a la hora de responder WhatsApp.

### Interpretación:

Nunca: 3 = 11.5%

Rara Vez: 4 = 15.4%

Alguna vez: 9 = 34.4%

Casi siempre: 6 = 23.1%

Siempre: 4 = 15.4%

Total: 26 = 100%

El 11.5% de los encuestados, **nunca** prefiere usar emoticones a la hora de responder

WhatsApp, mientras que el 23.1% prefiere usarlos **casi siempre**.

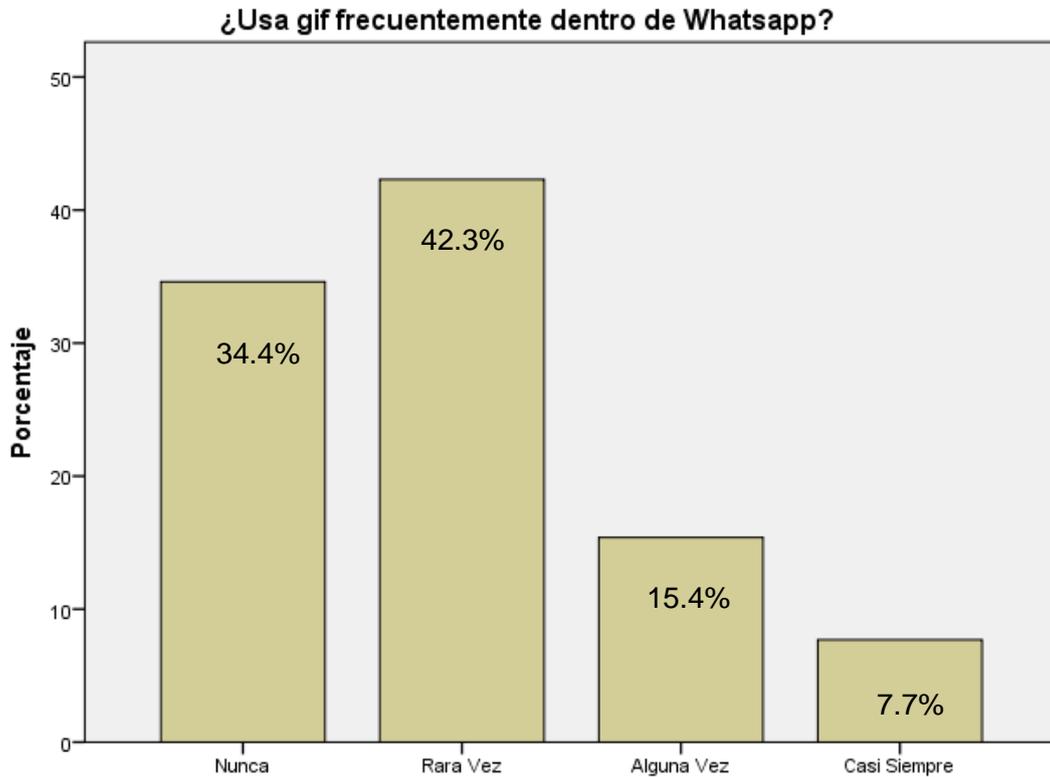
Tabla 15.

*¿Usa gif frecuentemente dentro de WhatsApp?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	9	34,6
	Rara Vez	11	42,3
	Alguna Vez	4	15,4
	Casi Siempre	2	7,7
	Total	26	100,0

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis



*Gráfico 13. ¿Usa gif frecuentemente dentro de WhatsApp?*

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

**Análisis:**

Uso del gif frecuente: Nunca, rara vez, alguna vez y casi siempre

El 34.4% de los encuestamos, **nunca** usa gif frecuentemente dentro de WhatsApp.

El 42.3% de los encuestamos, **rara vez** usa gif frecuentemente dentro de WhatsApp.

El 15.4% de los encuestamos, **alguna vez** usa gif frecuentemente dentro de WhatsApp.

El 7.7% de los encuestamos, **casi siempre** usa gif frecuentemente dentro de WhatsApp.

**Interpretación:**

Nunca: 9 = 34.6%

Rara Vez: 11 = 42.3%

Alguna Vez: 4 = 15.4%

Casi Siempre: 2 = 7.7%

Total: 26 = 100%

El 7.7% de los encuestados, **casi siempre** usa gif frecuentemente dentro de WhatsApp mientras que el 42.3% lo utiliza **rara vez**.

Tabla 16.

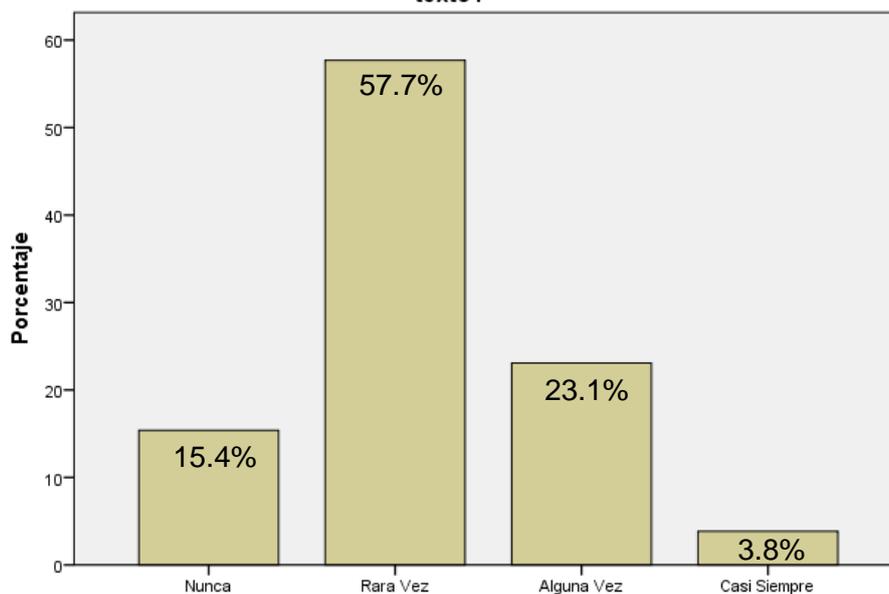
*¿Considera que los gif son más prácticos y sencillos que enviar videos, imágenes o texto?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	4	15,4
	Rara Vez	15	57,7
	Alguna Vez	6	23,1
	Casi Siempre	1	3,8
	Total	26	100,0

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

**¿ Piensa que los gif son más prácticos y sencillos que enviar videos, imágenes o texto?**



*Gráfico 14. ¿Piensa que los gif son más prácticos y sencillos que enviar videos, imágenes o texto?*

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

### **Análisis:**

Los gif son prácticos y sencillos: Nunca, rara vez, alguna vez y casi siempre.

El 15.4% de los encuestados, considera que los gif **nunca** son más prácticos y sencillos que enviar videos, imágenes o texto.

El 57.7% de los encuestados, considera que los gif **rara vez** son más prácticos y sencillos que enviar videos, imágenes o texto.

El 23.1% de los encuestados, considera que los gif **alguna vez** son más prácticos y sencillos que enviar videos, imágenes o texto.

El 3.8% de los encuestados, considera que los gif **casi siempre** son más prácticos y sencillos que enviar videos, imágenes o texto.

### **Interpretación:**

Nunca: 4 = 15.4%

Rara Vez: 15 = 57.7%

Alguna Vez: 6 = 23.1%

Casi Siempre: 1 = 3.8%

Total: 26 = 100%

El 3.8% de los encuestados, considera que los gif **casi siempre** son más prácticos y sencillos que enviar videos, imágenes o texto mientras que el 57.7% considera que rara vez son más prácticos y sencillos.

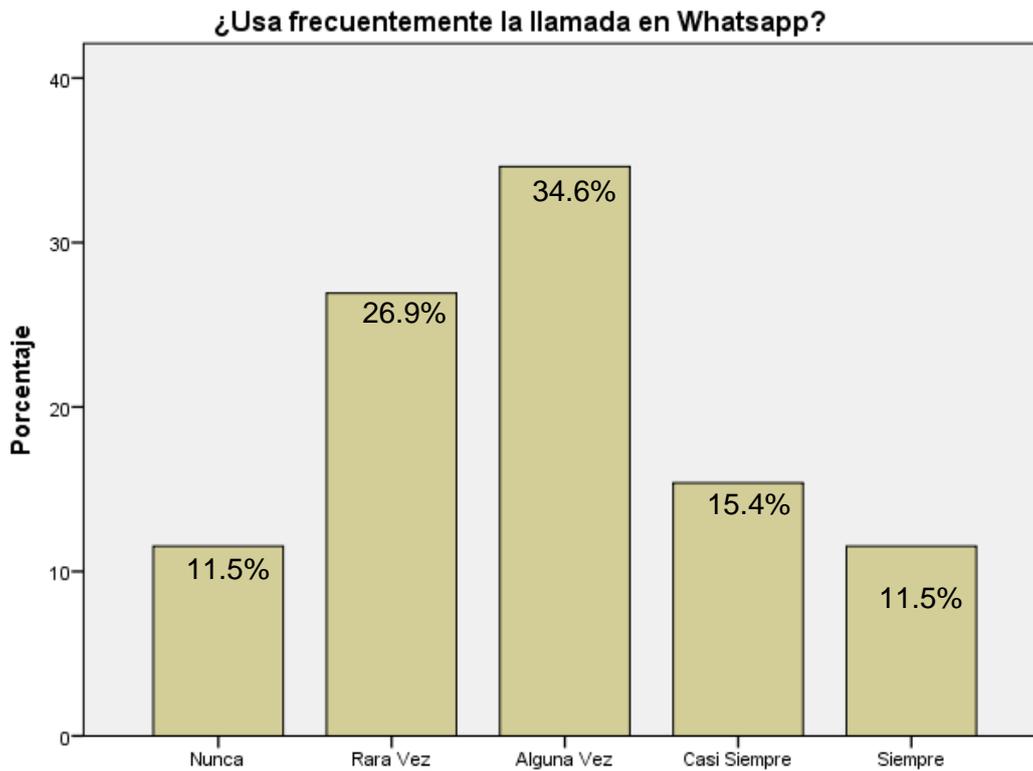
Tabla 17.

*¿Usa frecuentemente la llamada en WhatsApp?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	3	11,5
	Rara Vez	7	26,9
	Alguna Vez	9	34,6
	Casi Siempre	4	15,4
	Siempre	3	11,5
	Total	26	100,0

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis



*Gráfico 15. ¿Usa frecuentemente la llamada en WhatsApp?*

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

**Análisis:**

Uso de llamada frecuente: Nunca, rara vez, alguna vez, casi siempre y siempre.

El 11.5% de los encuestados, **nunca** usa las llamadas en WhatsApp.

El 26.9% de los encuestados, **rara vez** usa las llamadas en WhatsApp.

El 34.6% de los encuestados, **alguna vez** usa las llamadas en WhatsApp.

El 15.4% de los encuestados, **casi siempre** usa las llamadas en WhatsApp.

El 11.5% de los encuestados, **siempre** usa las llamadas en WhatsApp.

**Interpretación:**

Nunca: 3 = 11.5%

Rara Vez: 7 = 26.9%

Alguna Vez: 9 = 34.6%

Casi siempre: 4 = 15.4%

Siempre: 3 = 11.5%

El 23% (11.5% c/u) de los encuestados, **nunca y siempre** usa las llamadas en WhatsApp, mientras que el 34.6% **alguna vez** las utiliza con frecuencia.

Tabla 18.

*¿Usa frecuentemente las videollamadas en WhatsApp?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	5	19,2
	Rara Vez	7	26,9
	Alguna Vez	8	30,8
	Casi Siempre	6	23,1
	Total	26	100,0

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis



Gráfico 16. ¿Usa frecuentemente las videollamadas en WhatsApp?

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

### **Análisis:**

Uso frecuente de las videollamadas: Nunca, rara vez, alguna vez y casi siempre.

El 19.2% de los encuestados, **nunca** usa las videollamadas en WhatsApp.

El 26.9% de los encuestados, **rara vez** usa las videollamadas en WhatsApp.

El 30.8% de los encuestados, **alguna** usa las videollamadas en WhatsApp.

El 23.1% de los encuestados, **casi siempre** usa las videollamadas en WhatsApp.

### **Interpretación:**

Nunca: 5 = 19.2%

Rara Vez: 7 = 26.2%

Alguna Vez: 8 = 30.8%

Casi Siempre: 6 = 23.1%

Total: 26 = 100%

El 19.2% de los encuestados, **nunca** usa las videollamadas en WhatsApp, mientras que el 30.8% las usa **alguna vez**.

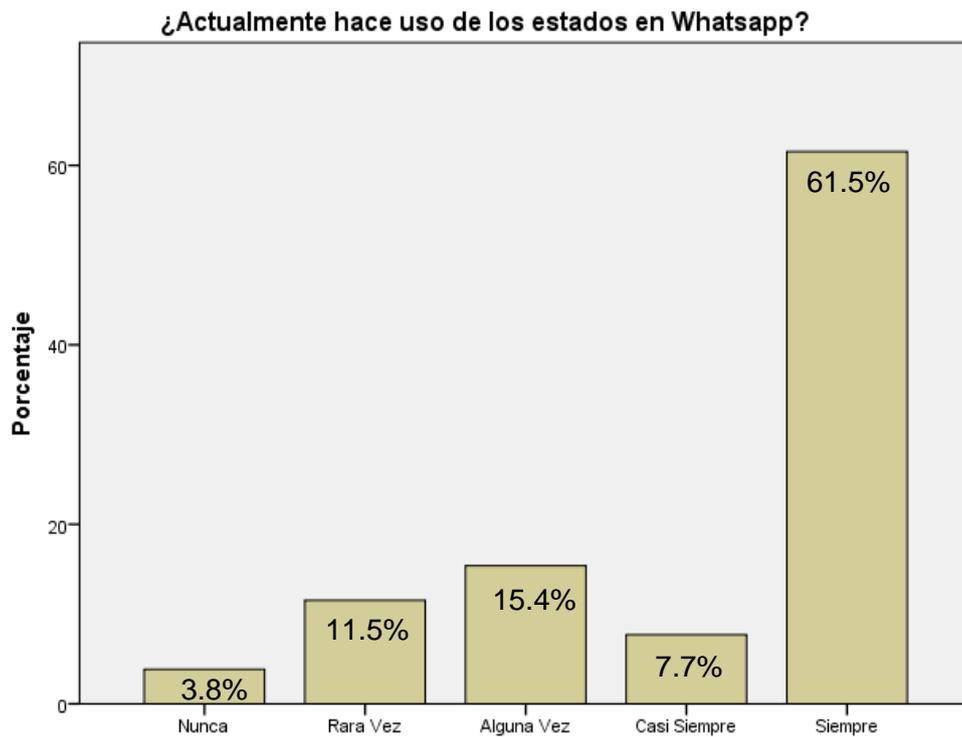
Tabla 19.

*¿Actualmente hace uso de los estados en WhatsApp?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	1	3,8
	Rara Vez	3	11,5
	Alguna Vez	4	15,4
	Casi Siempre	2	7,7
	Siempre	16	61,5
	Total	26	100,0

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis



*Gráfico 17. ¿Actualmente hace uso de los Estados en WhatsApp?*

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

### **Análisis:**

Uso de estados en la actualidad: Nunca, rara vez, alguna vez, casi siempre y siempre.

El 3.8% de los encuestados, **nunca** hace uso de los estados en WhatsApp actualmente.

El 11.5% de los encuestados, **rara vez** hace uso de los estados en WhatsApp actualmente.

El 15.4% de los encuestados, **alguna vez** hace uso de los estados en WhatsApp actualmente.

El 7.7% de los encuestados, **casi siempre** hace uso de los estados en WhatsApp actualmente.

El 61.5% de los encuestados, **siempre** hace uso de los estados en WhatsApp actualmente.

### **Interpretación:**

Nunca: 1 = 3.8%

Rara Vez: 3 = 11.5%

Alguna Vez: 4 = 15.4%

Casi Siempre: 2 = 7.7%

Siempre: 16 = 61.5%

El 3.8% de los encuestados, **nunca** hace uso de los estados en WhatsApp actualmente, mientras que el 61.5% **siempre** hace uso de estos.

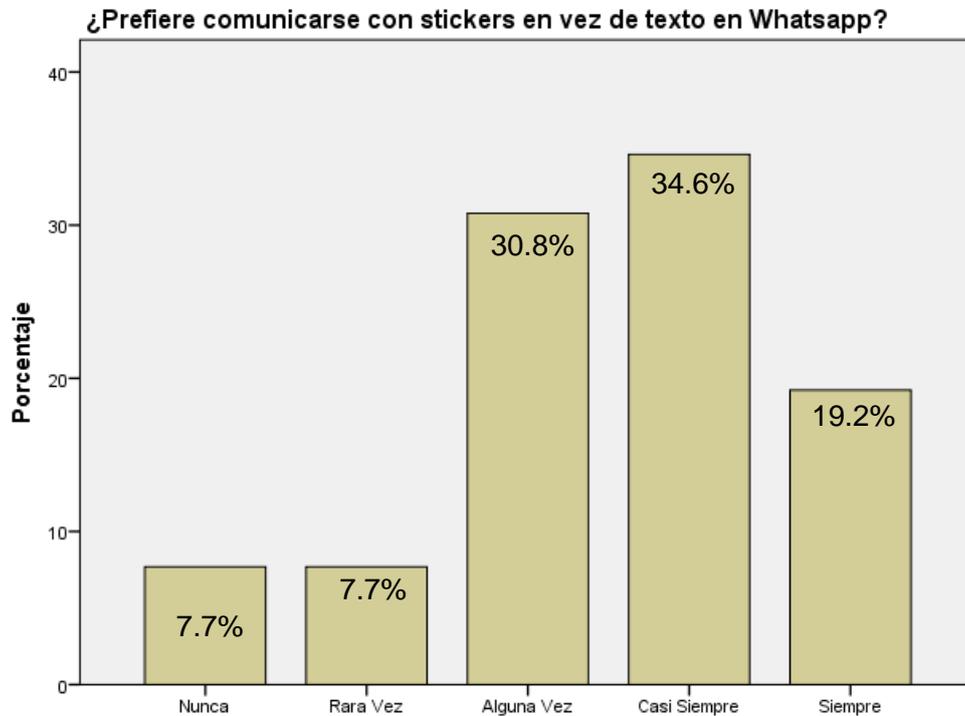
Tabla 20.

*¿Prefiere comunicarse con stickers en vez de texto en WhatsApp?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	2	7,7
	Rara Vez	2	7,7
	Alguna Vez	8	30,8
	Casi Siempre	9	34,6
	Siempre	5	19,2
	Total	26	100,0

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis



*Gráfico 18. ¿Prefiere comunicarse con stickers en vez de texto en WhatsApp?*

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

### **Análisis:**

Comunicación con stickers en vez de texto en WhatsApp: Nunca, rara vez, alguna vez, casi siempre y siempre.

El 7.7% de los encuestados, **nunca** prefiere comunicarse con stickers en vez de texto en WhatsApp.

El 7.7% de los encuestados, **rara vez** prefiere comunicarse con stickers en vez de texto en WhatsApp.

El 30.8% de los encuestados, **alguna vez** prefiere comunicarse con stickers en vez de texto en WhatsApp.

El 34.6% de los encuestados, **casi siempre** prefiere comunicarse con stickers en vez de texto en WhatsApp.

El 19.2% de los encuestados, **siempre** prefiere comunicarse con stickers en vez de texto en WhatsApp.

### **Interpretación:**

Nunca: 2 = 7.7%

Rara Vez: 2 = 7.7%

Alguna Vez: 8 = 30.8%

Casi Siempre: 9 = 34.6%

Siempre: 5 = 19.2

Total: 26 = 100%

El 15.4% (7.7% c/u) de los encuestados, **nunca y alguna vez** prefiere comunicarse con stickers en vez de texto en WhatsApp, mientras que el 34.6% **casi siempre** lo prefiere.

Tabla 21.

*¿Usa con frecuencia los stickers en WhatsApp?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	1	3,8
	Rara Vez	3	11,5
	Alguna Vez	2	7,7
	Casi Siempre	11	42,3
	Siempre	9	34,6
	Total	26	100,0

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis



Gráfico 19. ¿Usa con frecuencia los Stickers en WhatsApp?

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

**Análisis:**

Frecuencia de uso de stickers: Nunca, rara vez, alguna vez, casi siempre y siempre.

El 3.8% de los encuestados, **nunca** usa los stickers en WhatsApp.

El 11.5% de los encuestados, **rara vez** usa los stickers en WhatsApp.

El 7.7% de los encuestados, **alguna vez** usa los stickers en WhatsApp.

El 42.3% de los encuestados, **casi siempre** usa los stickers en WhatsApp.

El 34.6% de los encuestados, **siempre** usa los stickers en WhatsApp.

### **Interpretación:**

Nunca: 1 = 3.8%

Rara Vez: 3 = 11.5%

Alguna Vez: 2 = 7.7%

Casi Siempre: 11 = 42.3%

Siempre: 9 = 34.6%

Total: 26 = 100%

El 3.8% de los encuestados, **nunca** usa los stickers en WhatsApp, mientras que el 42.3% **casi siempre** los usa con frecuencia.

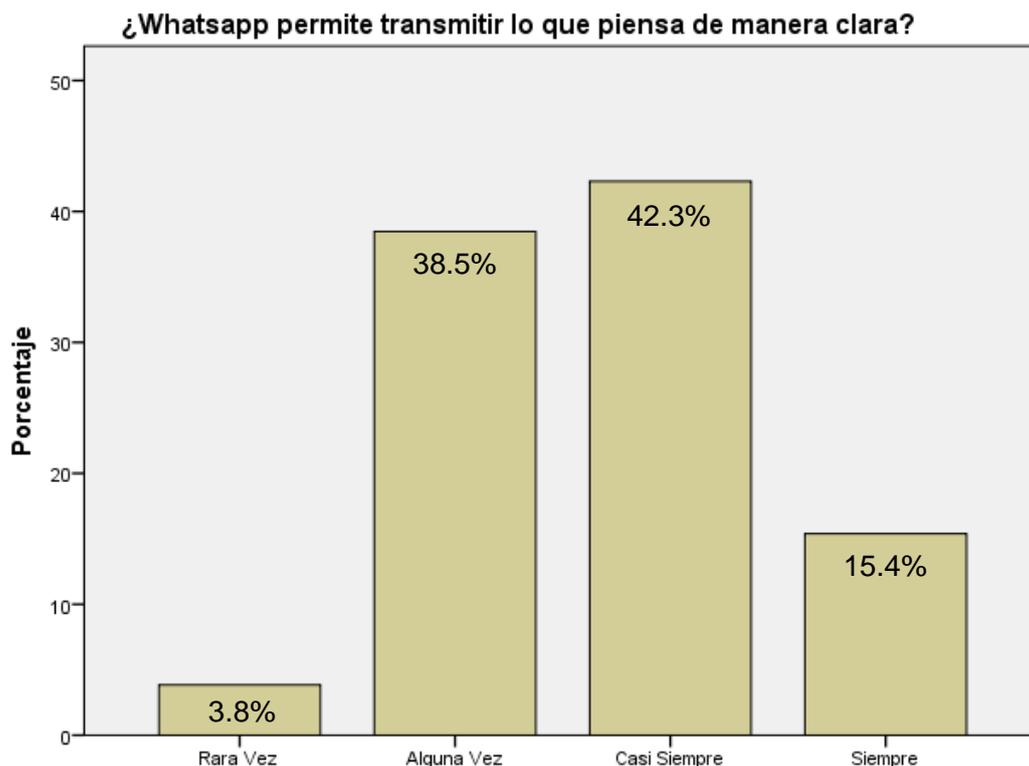
Tabla 22.

*¿WhatsApp permite transmitir lo que piensa de manera clara?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Rara Vez	1	3,8
	Alguna Vez	10	38,5
	Casi Siempre	11	42,3
	Siempre	4	15,4
	Total	26	100,0

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis



*Gráfico 20. ¿WhatsApp permite transmitir lo que piensa de manera clara?*

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

**Análisis:**

WhatsApp permite transmitir lo que piensas: Rara Vez, alguna vez, casi siempre y siempre.

El 3.8% de los encuestados, certifica que WhatsApp **rara vez** permite transmitir lo que piensa de manera clara.

El 38.5% de los encuestados, certifica que WhatsApp **alguna vez** permite transmitir lo que piensa de manera clara.

El 42.3% de los encuestados, certifica que WhatsApp **casi siempre** permite transmitir lo que piensa de manera clara.

El 15.4% de los encuestados, certifica que WhatsApp **siempre** permite transmitir lo que piensa de manera clara.

### Interpretación:

Rara vez: 1 = 3.8%

Alguna vez: 10 = 38.5%

Casi siempre: 11 = 42.3%

Siempre: 4 = 15.4%

Total: 26 = 100%

El 3.8% de los encuestados, certifica que WhatsApp **rara vez** permite transmitir lo que piensa de manera clara, mientras que el 42.3% certifica que **casi siempre** les permite transmitir lo que piensan.

Tabla 23.

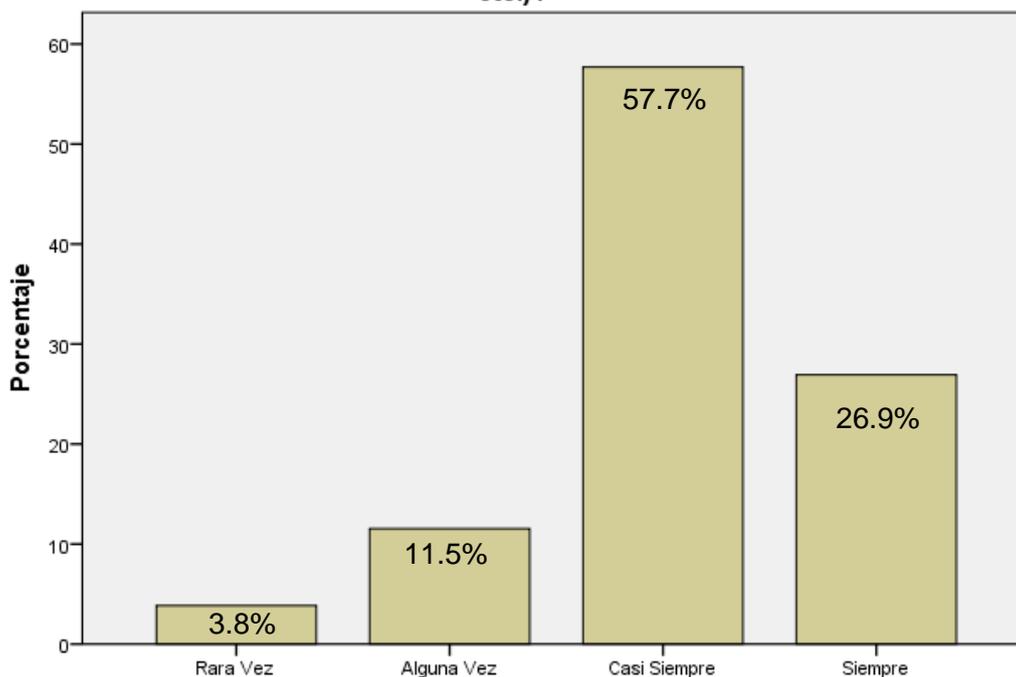
*¿Logra entender los mensajes que recibe en WhatsApp (emoticones, gif, íconos, etc.)?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Rara Vez	1	3,8
	Alguna Vez	3	11,5
	Casi Siempre	15	57,7
	Siempre	7	26,9
	Total	26	100,0

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

**¿Logra entender los mensajes que recibe en Whatsapp (emoticones, gif, íconos, etc.)?**



*Gráfico 21. ¿Logra entender los mensajes que recibe en WhatsApp (emoticones, gif, íconos, etc.)?*

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

**Análisis:**

Entendimiento de gif, emoticones, ícono, etc: Rara vez, alguna vez, casi siempre y siempre.

El 3.8% de los encuestados, certifica que **rara vez** logra entender los mensajes que recibe en WhatsApp (emoticones, gif, íconos, etc.).

El 11,5% de los encuestados, certifica que **alguna vez** logra entender los mensajes que recibe en WhatsApp (emoticones, gif, íconos, etc.).

El 57.7% de los encuestados, certifica que **casi siempre** logra entender los mensajes que recibe en WhatsApp (emoticones, gif, íconos, etc.).

El 26.9% de los encuestados, certifica que **siempre** logra entender los mensajes que recibe en WhatsApp (emoticones, gif, íconos, etc.).

### Interpretación:

Rara vez: 1 = 3.8%

Alguna vez: 3 = 11.5%

Casi siempre: 15 = 57.7%

Siempre: 7 = 26.9%

El 3.8% de los encuestados, certifica que **rara vez** logra entender los mensajes que recibe en WhatsApp (emoticones, gif, íconos, etc.), mientras que el 57.7% **casi siempre** logra entenderlos.

Tabla 24.

*¿Al usar las herramientas (emoticones, gif, texto, etc.) siente que WhatsApp expresa con mayor facilidad sus ideas, emociones y sentimientos?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Rara Vez	2	7,7
	Alguna Vez	5	19,2
	Casi Siempre	15	57,7
	Siempre	4	15,4
	Total	26	100,0

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

¿Al usar las herramientas (emoticones, gif, texto, etc.) siente que Whatsapp expresa con mayor facilidad sus ideas, emociones y sentimientos?

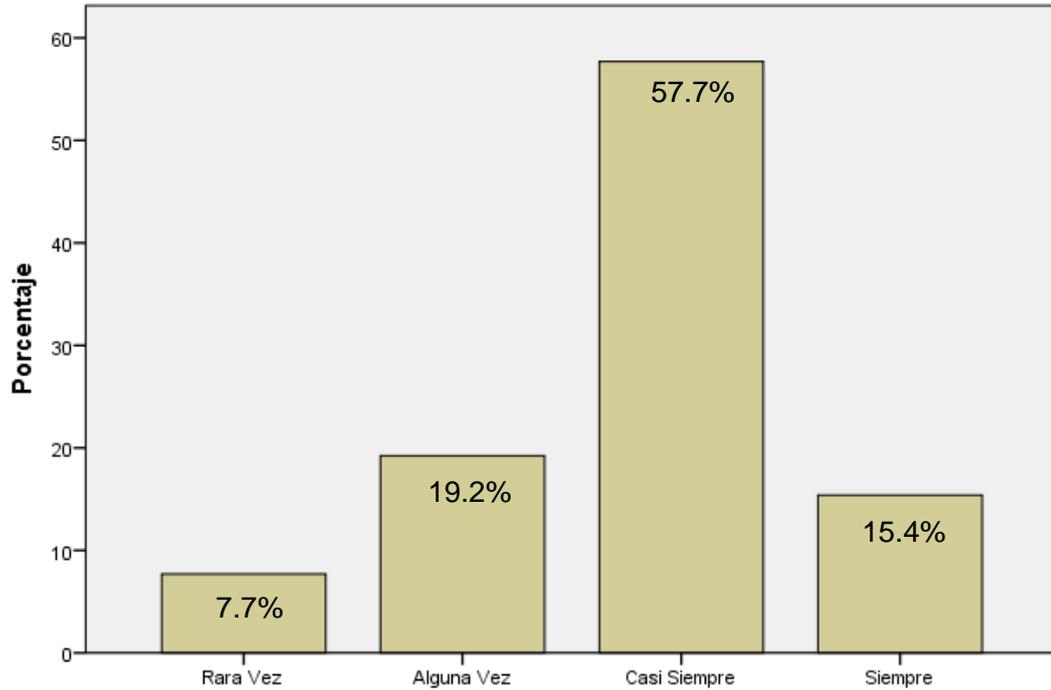


Gráfico 22. ¿Al usar las herramientas (emoticones, gif, texto, etc.) siente que WhatsApp expresa con mayor facilidad sus ideas, emociones y sentimientos?

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

### Análisis:

Expresa con mayor facilidad sus ideas, emociones sentimientos con el uso de las diversas herramientas de WhatsApp: Rara vez, alguna vez, casi siempre y siempre.

El 7.7% de los encuestados, certifica que al usar las herramientas (emoticones, gif, texto, etc, siente que WhatsApp **rara vez** expresa con mayor facilidad sus ideas, emociones y sentimientos.

El 19.2% de los encuestados, certifica que al usar las herramientas (emoticones, gif, texto, etc, siente que WhatsApp **alguna vez** expresa con mayor facilidad sus ideas, emociones y sentimientos.

El 57.7% de los encuestados, certifica que al usar las herramientas (emoticones, gif, texto, etc, siente que WhatsApp **casi siempre** expresa con mayor facilidad sus ideas, emociones y sentimientos.

El 15.4% de los encuestados, certifica que al usar las herramientas (emoticones, gif, texto, etc, siente que WhatsApp **siempre** expresa con mayor facilidad sus ideas, emociones y sentimientos.

**Interpretación:**

Rara vez: 2 = 7.7%

Alguna vez: 5 = 19.2%

Casi siempre: 15 = 57.7%

Siempre: 4 = 15.4%

Total: 26 = 100%

El 7.7% de los encuestados, certifica que al usar las herramientas (emoticones, gif, texto, etc, **rara vez** expresa con mayor facilidad sus ideas, emociones y sentimientos, mientras que el 57.7% siente que **casi siempre** puede expresar con claridad sus ideas emociones y sentimientos mediante WhatsApp.

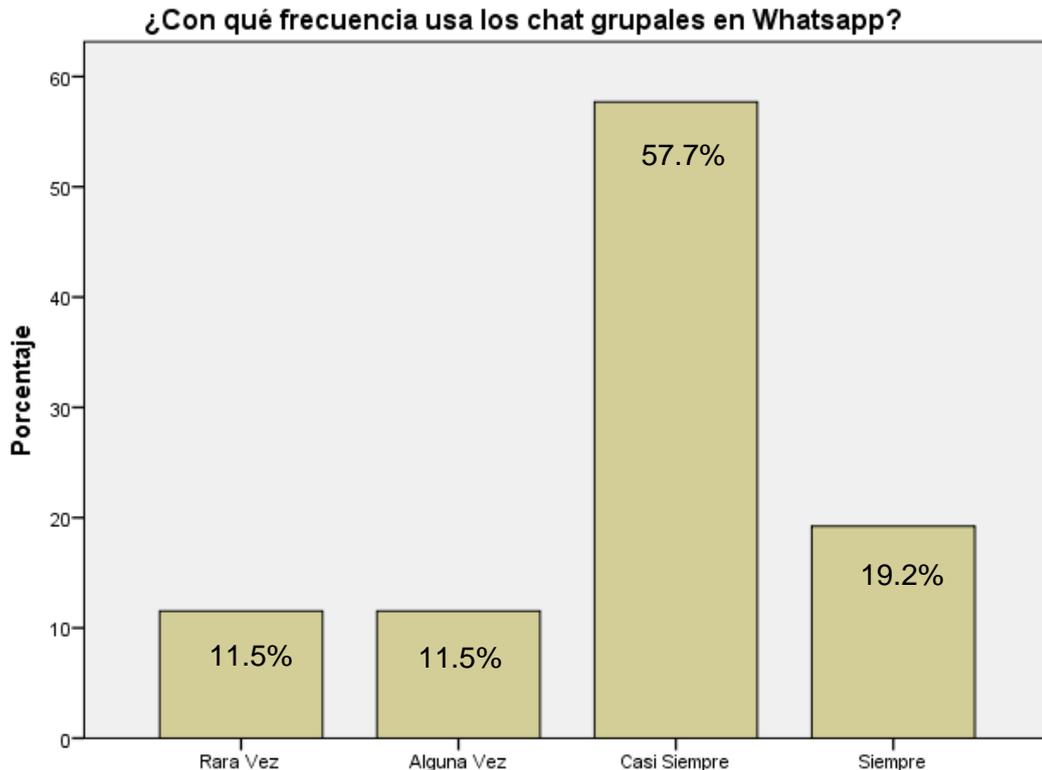
Tabla 25.

*¿Con qué frecuencia usa los chats grupales en WhatsApp?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Rara Vez	3	11,5
	Alguna Vez	3	11,5
	Casi Siempre	15	57,7
	Siempre	5	19,2
	Total	26	100,0

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis



**Gráfico 23.** ¿Con qué frecuencia usa los chats grupales en WhatsApp?

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

**Análisis:**

Uso de chat grupales con frecuencia: Rara vez, alguna vez, casi siempre y siempre.

El 11.5% de los encuestados, **rara vez** usa los chats grupales con frecuencia en WhatsApp.

El 11.5% de los encuestados, **alguna vez** usa los chats grupales con frecuencia en WhatsApp.

El 57.7% de los encuestados, **casi siempre** usa los chats grupales con frecuencia en WhatsApp.

El 19.2% de los encuestados, **siempre** usa los chats grupales con frecuencia en WhatsApp.

**Interpretación:**

Rara vez: 3 = 11.5%

Alguna vez: 3 = 11.5%

Casi siempre: 15 = 57.7%

Siempre: 5 = 19.2%

Total: 26 = 100%

El 23%(11.5% c/u) de los encuestados, **rara vez y alguna vez** usa los chats grupales con frecuencia en WhatsApp, mientras que el 57.7% **casi siempre** usa los chats grupales con frecuencia.

Tabla 26.

*¿Prefiere solo conversar por WhatsApp a interactuar físicamente con sus amigos, familiares, etc?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	7	26,9
	Rara Vez	8	30,8
	Alguna Vez	6	23,1
	Casi Siempre	2	7,7
	Siempre	3	11,5
	Total	26	100,0

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

¿Prefiere solo conversar por Whatsapp a interactuar físicamente con sus amigos, familiares, etc?

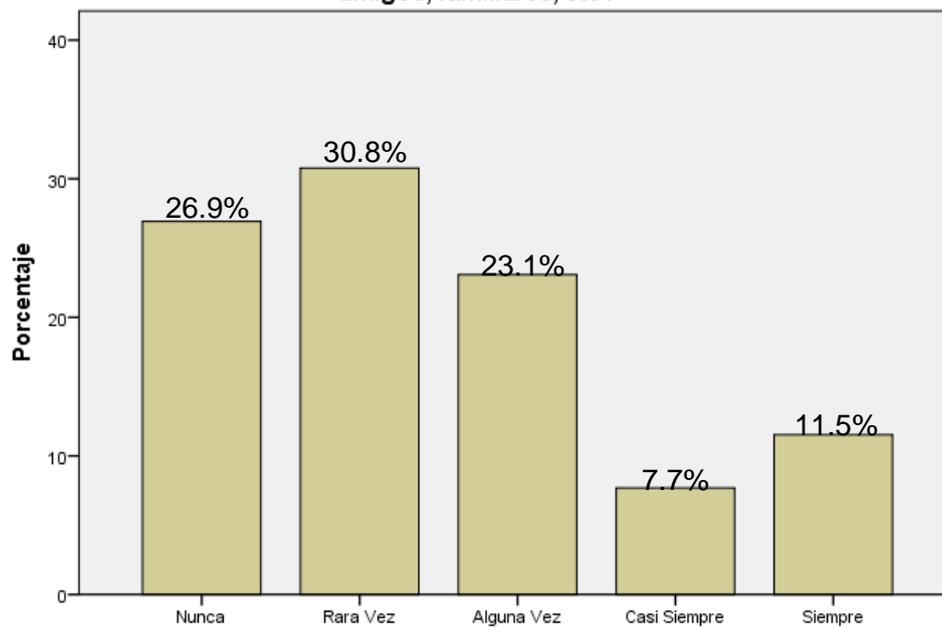


Gráfico 24. ¿Prefiere solo conversar por WhatsApp a interactuar físicamente con sus amigos, familiares, etc?

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

#### **Análisis:**

El 26.9% de los encuestados, **nunca** prefiere solo conversar por WhatsApp a interactuar físicamente con sus amigos, familiares, etc.

El 30.8% de los encuestados, **rara vez** prefiere solo conversar por WhatsApp a interactuar físicamente con sus amigos, familiares, etc.

El 23.1% de los encuestados, **alguna vez** prefiere solo conversar por WhatsApp a interactuar físicamente con sus amigos, familiares, etc.

El 7.7% de los encuestados, **casi siempre** prefiere solo conversar por WhatsApp a interactuar físicamente con sus amigos, familiares, etc.

El 11.5% de los encuestados, **siempre** prefiere solo conversar por WhatsApp a interactuar físicamente con sus amigos, familiares, etc.

#### **Interpretación:**

Nunca: 7 = 26.9%

Rara vez: 8 = 30.8%

Alguna vez: 6 = 23.1%

Casi siempre: 2 = 7.7%

Siempre: 3 = 11.5%

Total: 26 = 100%

El 7.7% de los encuestados, **casi siempre** prefiere solo conversar por WhatsApp a interactuar físicamente con sus amigos, familiares, etc, mientras que el 30.8% prefiere hacerlo **rara vez**.

Tabla 27.

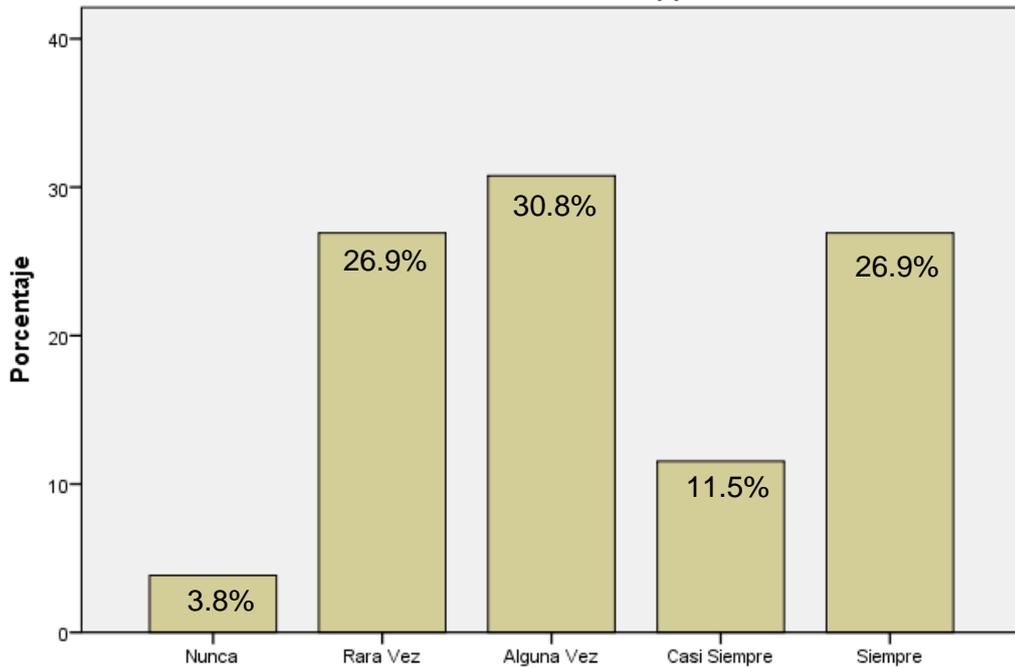
*¿Sus emociones (alegría, tristeza, enojo, llanto, etc.) se ven reflejadas en sus conversaciones de WhatsApp?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	1	3,8
	Rara Vez	7	26,9
	Alguna Vez	8	30,8
	Casi Siempre	3	11,5
	Siempre	7	26,9
	Total	26	100,0

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

**¿Sus emociones (alegría, tristeza, enojo, llanto, etc.) se ven reflejadas en sus conversaciones de Whatsapp?**



*Gráfico 25. ¿Sus emociones (alegría, tristeza, enojo, llanto, etc.) se ven reflejadas en sus conversaciones de WhatsApp?*

Elaboración: Propia  
Fuente: Cuestionario de Tesis

**Análisis:**

Reflejo de sus emociones en WhatsApp: Nunca, rara vez, alguna vez, casi siempre y siempre.

El 3.8% de los encuestados, asegura que **nunca** sus emociones se ven reflejadas en sus conversaciones de WhatsApp.

El 26.9% de los encuestados, asegura que **rara vez** sus emociones se ven reflejadas en sus conversaciones de WhatsApp.

El 30.8% de los encuestados, asegura que **alguna vez** sus emociones se ven reflejadas en sus conversaciones de WhatsApp.

El 11.5% de los encuestados, asegura que **casi siempre** sus emociones se ven reflejadas en sus conversaciones de WhatsApp.

El 26.9% de los encuestados, asegura que **siempre** sus emociones se ven reflejadas en sus conversaciones de WhatsApp.

### Interpretación:

Nunca: 1 = 3.8%

Rara vez: 7 = 26.9%

Alguna vez: 8 =30.8%

Casi siempre: 3 = 11.5%

Siempre: 7 = 26.9%

Total: 26 = 100%

El 3.8% de los encuestados, asegura que **nunca** sus emociones se ven reflejadas en sus conversaciones de WhatsApp, mientras que el 30.8% asegura que **alguna vez**.

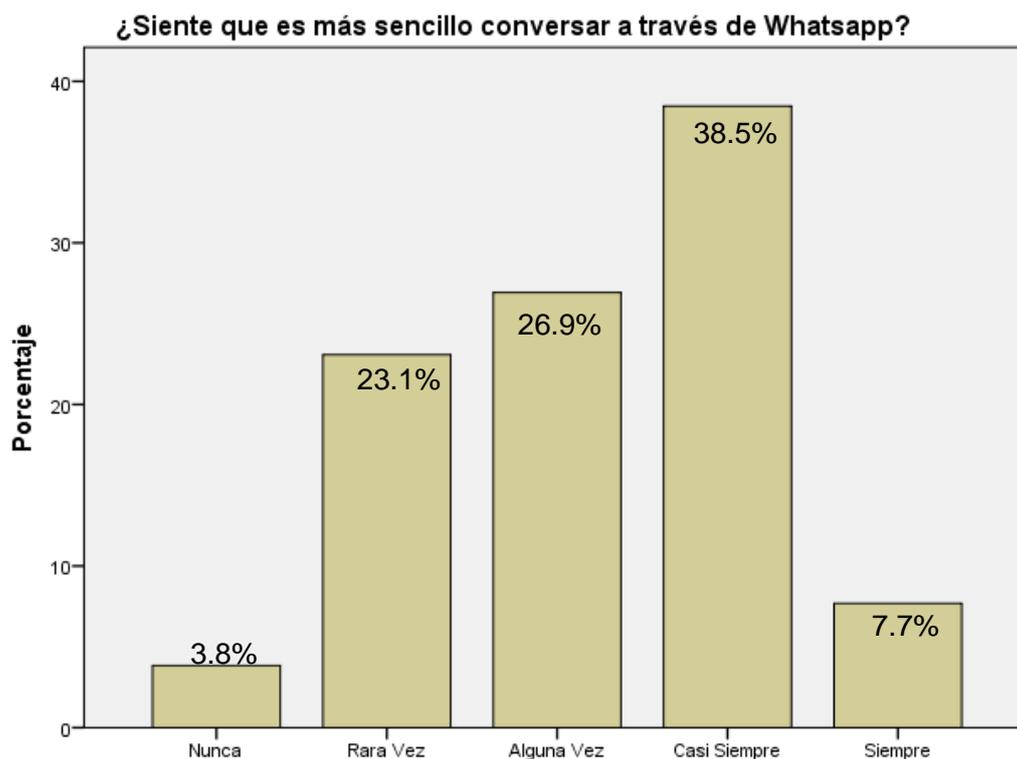
Tabla 28.

*¿Siente que es más sencillo conversar a través de WhatsApp?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	1	3,8
	Rara Vez	6	23,1
	Alguna Vez	7	26,9
	Casi Siempre	10	38,5
	Siempre	2	7,7
	Total	26	100,0

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis



*Gráfico 26. ¿Siente que es más sencillo conversar a través de WhatsApp?*

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

### **Análisis:**

Siento que es sencillo hablar por WhatsApp: Nunca, rara vez, alguna vez, casi siempre y siempre.

El 3.8% de los encuestados, asegura que **nunca** siente que es más sencillo conversar a través de WhatsApp.

El 23.1% de los encuestados, asegura que **rara vez** siente que es más sencillo conversar a través de WhatsApp.

El 26.9% de los encuestados, asegura que **alguna vez** siente que es más sencillo conversar a través de WhatsApp.

El 38.5% de los encuestados, asegura que **casi siempre** siente que es más sencillo conversar a través de WhatsApp.

El 7.7% de los encuestados, asegura que **siempre** siente que es más sencillo conversar a través de WhatsApp.

### Interpretación:

Nunca: 1 = 3.8%

Rara vez: 6 = 23.1%

Alguna vez: 7 = 26.9%

Casi siempre: 10 = 38.5%

Siempre: 2 = 7.7%

Total: 26 = 100%

El 3.8% de los encuestados, asegura que **nunca** siente que es más sencillo conversar a través de WhatsApp, mientras que el 38.5% asegura que **casi siempre**.

Tabla 29.

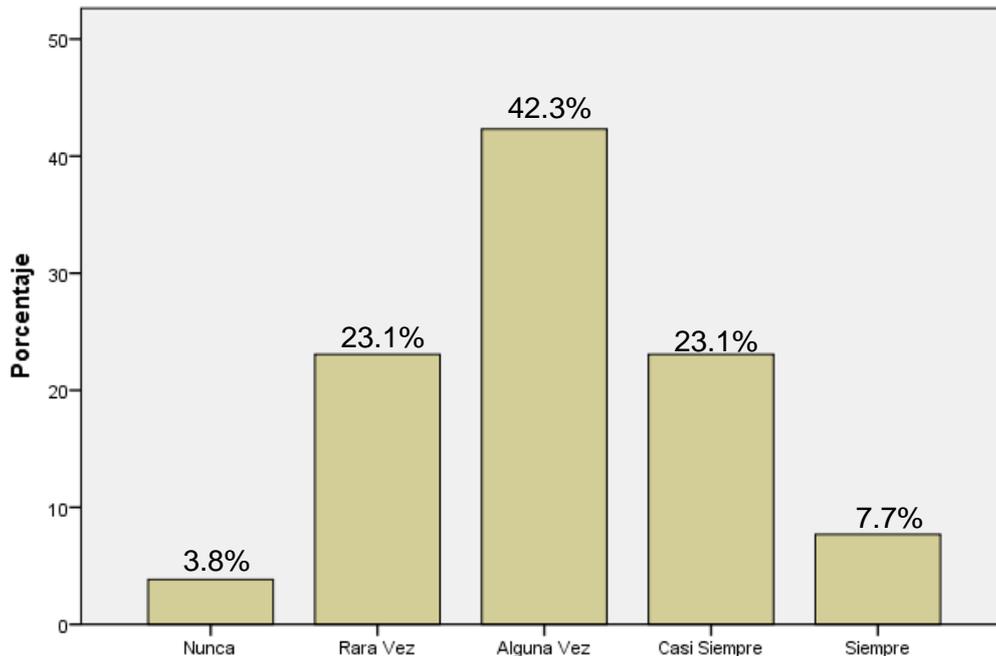
*¿Utiliza WhatsApp cuando se encuentra en reuniones, fiestas o cualquier evento social?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	1	3,8
	Rara Vez	6	23,1
	Alguna Vez	11	42,3
	Casi Siempre	6	23,1
	Siempre	2	7,7
	Total	26	100,0

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

**¿Utiliza Whatsapp cuando se encuentra en reuniones, fiestas o cualquier evento social?**



*Gráfico 27. ¿Utiliza WhatsApp cuando se encuentra en reuniones, fiestas o cualquier evento social?*

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis

**Análisis:**

Uso de WhatsApp en eventos sociales: Nunca, rara vez, alguna vez, casi siempre y siempre.

El 3.8% de los encuestados, asegura que **nunca** utiliza WhatsApp cuando se encuentra en reuniones, fiestas o cualquier evento social.

El 23.1% de los encuestados, asegura que **rara vez** utiliza WhatsApp cuando se encuentra en reuniones, fiestas o cualquier evento social.

El 42.3% de los encuestados, asegura que **alguna** utiliza WhatsApp cuando se encuentra en reuniones, fiestas o cualquier evento social.

El 23.1% de los encuestados, asegura que **casi siempre** utiliza WhatsApp cuando se encuentra en reuniones, fiestas o cualquier evento social.

El 7.7% de los encuestados, asegura que **siempre** utiliza WhatsApp cuando se encuentra en reuniones, fiestas o cualquier evento social.

### **Interpretación:**

Nunca: 1 = 3.8%

Rara vez: 6 = 23.1%

Alguna vez: 11 = 42.3%

Casi siempre: 6 = 23.1

Siempre: 2 = 7.7%

Total: 26 = 100%

El 3.8% de los encuestados, asegura que **nunca** utiliza WhatsApp cuando se encuentra en reuniones, fiestas o cualquier evento social, mientras que el 42.3% lo utiliza **alguna vez**.

## **5.4. Comprobación de las hipótesis**

### **5.4.1. Hipótesis estadística general**

$H_a$ : El WhatsApp incide significativamente en la comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 –I.

$H_0$ : El WhatsApp NO incide de forma significativa en la comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 –I.

Probabilidad	0.05
Gl	4
Valor crítico	9.488
Chi cuadrado	9.707
<b>CONCLUSIÓN</b> Se rechaza la Ho y se acepta la Ha.	

Siendo el Chi Cuadrado calculado 9.707, el cual debe ser comparado con el Chi Cuadrado tabulado. Para obtener el valor del Chi Cuadrado tabulado debemos determinar el grado de libertad (gl). Siendo:

$$gl = (n^\circ \text{ de columnas} - 1) \times (n^\circ \text{ de filas} - 1)$$

$$gl = (3-1) \times (3-1)$$

$$gl = 2 \times 2 = 4$$

$$gl = 4$$

Teniendo el valor de  $gl = 4$  y la significancia de 0.05 (de acuerdo al nivel de confianza 95%). Se procede a reemplazar los resultados en la tabla.

**TABLA 3-Distribución Chi Cuadrado  $\chi^2$**

P = Probabilidad de encontrar un valor mayor o igual que el chi cuadrado tabulado, v = Grados de Libertad

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1	0,15	0,2	0,25	0,3	0,35	0,4	0,45	0,5
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415	2,7055	2,0722	1,6424	1,3233	1,0742	0,8735	0,7083	0,5707	0,4549
2	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915	4,6052	3,7942	3,2189	2,7726	2,4079	2,0996	1,8326	1,5970	1,3863
3	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147	6,2514	5,3170	4,6416	4,1083	3,6649	3,2831	2,9462	2,6430	2,3660
4	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877	7,7794	6,7449	5,9886	5,3853	4,8784	4,4377	4,0446	3,6871	3,3567
5	20,5147	18,3854	16,7496	15,0863	12,8325	11,0705	9,2363	8,1152	7,2893	6,6257	6,0644	5,5731	5,1319	4,7278	4,3515
6	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	12,5916	10,6446	9,4461	8,5581	7,8408	7,2311	6,6948	6,2108	5,7652	5,3481
7	24,3213	22,0402	20,2777	18,4753	16,0128	14,0671	12,0170	10,7479	9,8032	9,0371	8,3834	7,8061	7,2832	6,8000	6,3458
8	26,1239	23,7742	21,9549	20,0902	17,5345	15,5073	13,3616	12,0271	11,0301	10,2189	9,5245	8,9094	8,3505	7,8325	7,3441
9	27,8767	25,4625	23,5893	21,6660	19,0228	16,9190	14,6837	13,2880	12,2421	11,3887	10,6564	10,0060	9,4136	8,8632	8,3428
10	29,5879	27,1119	25,1881	23,2093	20,4832	18,3070	15,9872	14,5339	13,4420	12,5489	11,7807	11,0971	10,4732	9,8922	9,3418
11	31,2635	28,7291	26,7569	24,7250	21,9200	19,6752	17,2750	15,7671	14,6314	13,7007	12,8987	12,1836	11,5298	10,9199	10,3410
12	32,9092	30,3182	28,2997	26,2170	23,3367	21,0261	18,5493	16,9893	15,8120	14,8454	14,0111	13,2661	12,5838	11,9463	11,3403
13	34,5274	31,8830	29,8193	27,6882	24,7356	22,3620	19,8119	18,2020	16,9848	15,9839	15,1187	14,3451	13,6356	12,9717	12,3398
14	36,1239	33,4262	31,3194	29,1412	26,1189	23,6848	21,0641	19,4062	18,1508	17,1169	16,2221	15,4209	14,6853	13,9961	13,3393
15	37,6978	34,9494	32,8015	30,5780	27,4884	24,9958	22,3071	20,6030	19,3107	18,2451	17,3217	16,4940	15,7332	15,0197	14,3389
16	39,2518	36,4555	34,2671	31,9999	28,8453	26,2962	23,5418	21,7931	20,4651	19,3689	18,4179	17,5646	16,7795	16,0425	15,3385
17	40,7911	37,9462	35,7184	33,4087	30,1910	27,5871	24,7690	22,9770	21,6146	20,4887	19,5110	18,6330	17,8244	17,0646	16,3382

Donde el resultado del Chi Cuadrado tabulado es 9.4888.

$$X^2 \text{ calculado} > X^2 \text{ tabulado}$$

$$9.707 > 9.4888$$

Se determina que el valor del Chi cuadrado calculado es mayor al de Chi Cuadrado tabulado, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa de la investigación; es decir la herramienta de comunicación digital WhatsApp tienen una significativa incidencia en la comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 –I.

#### **5.4.2. Hipótesis estadísticas específicas 1**

H<sub>a</sub>: El Aspecto verbal en la forma de comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 –I, es influenciado por la comunicación digital WhatsApp.

H<sub>0</sub>: El Aspecto verbal en la forma de comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 –I, no es influenciado por la comunicación digital WhatsApp.

Probabilidad	0.05
Gl	4
Valor crítico	9.488
Chi cuadrado	13.770
<b>CONCLUSIÓN</b>	<b>Se rechaza la Ho y se acepta la Ha.</b>

Siendo el Chi Cuadrado calculado 13.770, el cual debe ser comparado con el Chi Cuadrado tabulado. Para obtener el valor del Chi Cuadrado tabulado debemos determinar el grado de libertad (gl). Siendo:

$$gl = (n^\circ \text{ de columnas} - 1) \times (n^\circ \text{ de filas} - 1)$$

$$gl = (3-1) \times (3-1)$$

$$gl = 2 \times 2 = 4$$

$$gl = 4$$

Teniendo el valor de  $gl = 4$  y la significancia de 0.05 (de acuerdo al nivel de confianza 95%). Se procede a reemplazar los resultados en la tabla.

**TABLA 3-Distribución Chi Cuadrado  $\chi^2$**

P = Probabilidad de encontrar un valor mayor o igual que el chi cuadrado tabulado, v = Grados de Libertad

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1	0,15	0,2	0,25	0,3	0,35	0,4	0,45	0,5
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415	2,7055	2,0722	1,6424	1,3233	1,0742	0,8735	0,7083	0,5707	0,4549
2	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915	4,6052	3,7942	3,2189	2,7726	2,4079	2,0996	1,8326	1,5970	1,3863
3	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147	6,2514	5,3170	4,6416	4,1083	3,6649	3,2831	2,9462	2,6430	2,3660
4	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877	7,7794	6,7449	5,9886	5,3853	4,8784	4,4377	4,0446	3,6871	3,3567
5	20,5147	18,3854	16,7496	15,0863	12,8325	11,0705	9,2363	8,1152	7,2893	6,6257	6,0644	5,5731	5,1319	4,7278	4,3515
6	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	12,5916	10,6446	9,4461	8,5581	7,8408	7,2311	6,6948	6,2108	5,7652	5,3481
7	24,3213	22,0402	20,2777	18,4753	16,0128	14,0671	12,0170	10,7479	9,8032	9,0371	8,3834	7,8061	7,2832	6,8000	6,3458
8	26,1239	23,7742	21,9549	20,0902	17,5345	15,5073	13,3616	12,0271	11,0301	10,2189	9,5245	8,9094	8,3505	7,8325	7,3441
9	27,8767	25,4625	23,5893	21,6660	19,0228	16,9190	14,6837	13,2880	12,2421	11,3887	10,6564	10,0060	9,4136	8,8632	8,3428
10	29,5879	27,1119	25,1881	23,2093	20,4832	18,3070	15,9872	14,5339	13,4420	12,5489	11,7807	11,0971	10,4732	9,8922	9,3418
11	31,2635	28,7291	26,7569	24,7250	21,9200	19,6752	17,2750	15,7671	14,6314	13,7007	12,8987	12,1836	11,5298	10,9199	10,3410
12	32,9092	30,3182	28,2997	26,2170	23,3367	21,0261	18,5493	16,9893	15,8120	14,8454	14,0111	13,2661	12,5838	11,9463	11,3403
13	34,5274	31,8830	29,8193	27,6882	24,7356	22,3620	19,8119	18,2020	16,9848	15,9839	15,1187	14,3451	13,6356	12,9717	12,3398
14	36,1239	33,4262	31,3194	29,1412	26,1189	23,6848	21,0641	19,4062	18,1508	17,1169	16,2221	15,4209	14,6853	13,9961	13,3393
15	37,6978	34,9494	32,8015	30,5780	27,4884	24,9958	22,3071	20,6030	19,3107	18,2451	17,3217	16,4940	15,7332	15,0197	14,3389
16	39,2518	36,4555	34,2671	31,9999	28,8453	26,2962	23,5418	21,7931	20,4651	19,3689	18,4179	17,5646	16,7795	16,0425	15,3385
17	40,7911	37,9462	35,7184	33,4087	30,1910	27,5871	24,7690	22,9770	21,6146	20,4887	19,5110	18,6330	17,8244	17,0646	16,3382

Donde el resultado del Chi Cuadrado tabulado es 9,4877.

$X^2 \text{ calculado} > X^2 \text{ tabulado}$

$$13,770 > 9,4877$$

Se determina que el valor del Chi cuadrado calculado es mayor al de Chi Cuadrado tabulado, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa de la investigación; es decir el Aspecto verbal en la forma de comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 –I, no es influenciado por la comunicación digital WhatsApp.

#### **5.4.3. Hipótesis estadísticas específicas 2**

H<sub>a</sub>: El aspecto no verbal en la forma de comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 –I, es influenciado por la comunicación digital WhatsApp.

H<sub>0</sub>: El aspecto no verbal en la forma de comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 –I, no es influenciado por la comunicación digital WhatsApp.

Probabilidad	0.05
Gl	4
Valor crítico	9.488
Chi cuadrado	9.642
<b>CONCLUSIÓN</b>	<b>Se rechaza la H<sub>0</sub> y se acepta la H<sub>a</sub>.</b>

Siendo el Chi Cuadrado calculado 9.642, el cual debe ser comparado con el Chi Cuadrado tabulado. Para obtener el valor del Chi Cuadrado tabulado debemos determinar el grado de libertad (gl). Siendo:

$$gl = (n^\circ \text{ de columnas} - 1) \times (n^\circ \text{ de filas} - 1)$$

$$gl = (3-1) \times (3-1)$$

$$gl = 2 \times 2 = 4$$

$$gl = 4$$

Teniendo el valor de  $gl = 4$  y la significancia de 0.05 (de acuerdo al nivel de confianza 95%). Se procede a reemplazar los resultados en la tabla.

**TABLA 3-Distribución Chi Cuadrado  $\chi^2$**

P = Probabilidad de encontrar un valor mayor o igual que el chi cuadrado tabulado, v = Grados de Libertad

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1	0,15	0,2	0,25	0,3	0,35	0,4	0,45	0,5
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415	2,7055	2,0722	1,6424	1,3233	1,0742	0,8735	0,7083	0,5707	0,4549
2	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915	4,6052	3,7942	3,2189	2,7726	2,4079	2,0996	1,8326	1,5970	1,3863
3	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147	6,2514	5,3170	4,6416	4,1083	3,6649	3,2831	2,9462	2,6430	2,3660
4	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877	7,7794	6,7449	5,9886	5,3853	4,8784	4,4377	4,0446	3,6871	3,3567
5	20,5147	18,3854	16,7496	15,0863	12,8325	11,0705	9,2363	8,1152	7,2893	6,6257	6,0644	5,5731	5,1319	4,7278	4,3515
6	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	12,5916	10,6446	9,4461	8,5581	7,8408	7,2311	6,6948	6,2108	5,7652	5,3481
7	24,3213	22,0402	20,2777	18,4753	16,0128	14,0671	12,0170	10,7479	9,8032	9,0371	8,3834	7,8061	7,2832	6,8000	6,3458
8	26,1239	23,7742	21,9549	20,0902	17,5345	15,5073	13,3616	12,0271	11,0301	10,2189	9,5245	8,9094	8,3505	7,8325	7,3441
9	27,8767	25,4625	23,5893	21,6660	19,0228	16,9190	14,6837	13,2880	12,2421	11,3887	10,6564	10,0060	9,4136	8,8632	8,3428
10	29,5879	27,1119	25,1881	23,2093	20,4832	18,3070	15,9872	14,5339	13,4420	12,5489	11,7807	11,0971	10,4732	9,8922	9,3418
11	31,2635	28,7291	26,7569	24,7250	21,9200	19,6752	17,2750	15,7671	14,6314	13,7007	12,8987	12,1836	11,5298	10,9199	10,3410
12	32,9092	30,3182	28,2997	26,2170	23,3367	21,0261	18,5493	16,9893	15,8120	14,8454	14,0111	13,2661	12,5838	11,9463	11,3403
13	34,5274	31,8830	29,8193	27,6882	24,7356	22,3620	19,8119	18,2020	16,9848	15,9839	15,1187	14,3451	13,6356	12,9717	12,3398
14	36,1239	33,4262	31,3194	29,1412	26,1189	23,6848	21,0641	19,4062	18,1508	17,1169	16,2221	15,4209	14,6853	13,9961	13,3393
15	37,6978	34,9494	32,8015	30,5780	27,4884	24,9958	22,3071	20,6030	19,3107	18,2451	17,3217	16,4940	15,7332	15,0197	14,3389
16	39,2518	36,4555	34,2671	31,9999	28,8453	26,2962	23,5418	21,7931	20,4651	19,3689	18,4179	17,5646	16,7795	16,0425	15,3385
17	40,7911	37,9462	35,7184	33,4087	30,1910	27,5871	24,7690	22,9770	21,6146	20,4887	19,5110	18,6330	17,8244	17,0646	16,3382

Donde el resultado del Chi Cuadrado tabulado es 9,4877.

$$X2 \text{ calculado} > X2 \text{ tabulado}$$

$$9,642 > 9,4877$$

Se determina que el valor del Chi cuadrado calculado es mayor al de Chi Cuadrado tabulado, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa de la investigación; es decir el aspecto no verbal en la forma de comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y

Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 –I, es influenciado por la comunicación digital WhatsApp.

#### **5.4.4. Hipótesis estadísticas específicas 3**

H<sub>a</sub>: El nivel de uso de la comunicación digital WhatsApp en los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 –I, es alto.

H<sub>0</sub>: El nivel de uso de la comunicación digital WhatsApp en los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 –I, no es alto.

Para determinar ello se calculan los coeficientes descriptivos según las medidas de tendencia central, para lo cual se consideran, dada la Escala de Likert de cinco valoraciones, cinco rangos que permitan establecer el nivel a evaluar:

Nunca	: 1.00 a 1.80
Rara vez	: 1.81 a 2.60
Alguna vez	: 2.61 a 3.40
Casi siempre	: 3.41 a 4.20
Siempre	: 4.21 a 5.00

### Estadísticos

WhatsApp		
N	Válido	26
	Perdidos	0
Media		3,54
Mediana		4,00
Moda		4

La media calculada de 3.54 y permite determinar que el nivel de uso de la comunicación digital WhatsApp en los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 –I, presenta una calificación de casi siempre, por lo tanto, se resuelve rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa.

#### 5.5. **Discusión:**

La comunicación digital WhatsApp incide significativamente en la comunicación interpersonal, ya que el uso excesivo de este medio genera dependencia y aislamiento.

En la actualidad es la forma de comunicación más usada por los jóvenes.

La comunicación digital WhatsApp es una aplicación multiplataforma, donde coinciden diversas formas de comunicarse a solo un clic de distancia. Esto ha logrado una comunicación más rápida y fácil alcanzando a diversas personas en un mismo tiempo, sin embargo, gracias al WhatsApp se ha ido perdiendo la comunicación directa, personal y por consiguiente se está perdiendo la comunicación más humana, puesto que en la actualidad los jóvenes prefieren hacer uso de signos, imágenes,

emoticones, stickers, videos, mensajes de audio, llamadas, videollamadas, gifs, o compartir un estado en su WhatsApp, por la factibilidad y practicidad de estos elementos. Dejan de lado la interacción y el desarrollo que ofrece una comunicación fluida y directa. Pues sabemos que la comunicación no solo es transmitir signos sino usarlos en la vida cotidiana.

Algunos trabajos anteriores a esta investigación confirman lo expuesto aludiendo que no solo se pierden las bases de la comunicación interpersonal, sino que también esto provoca un bajo rendimiento en los jóvenes dentro de su vida profesional y familiar, causando barreras en el ambiente de comunicación, obstruyendo en las relaciones interpersonales de los jóvenes, puesto que ellos son los más propensos a la llegada de las nuevas tecnologías y a los cambios en la humanidad.

Esta investigación da a conocer la realidad actual de cómo va progresando la comunicación interpersonal y cómo repercute en los jóvenes y en la humanidad. En la investigación hubo diversas limitaciones para llegar a cumplir el objetivo propuesto.

La primera limitación fue la poca información que existe en nuestro país respecto al tema. Sin embargo, se logró contar con trabajos anteriores como base de la investigación. Otra limitación, fue seleccionar una población limitada, en este caso la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna, específicamente los estudiantes del I ciclo, logrando así, hacer factible la realización de la investigación.

Luego del procesamiento de datos, los resultados confirmaron que la comunicación digital WhatsApp incide significativamente en la comunicación interpersonal en los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de

la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna.

Esto servirá de apoyo a próximas investigaciones para autoevaluar como están cambiando las formas de interacción y como alteran las relaciones interpersonales de manera afectiva, emocional y social.

## **VI. CAPÍTULO VI: Conclusiones y sugerencias**

### **6.1. Conclusiones**

- A partir de los datos obtenidos en esta investigación, podemos sostener que el nivel de incidencia existente entre la comunicación digital WhatsApp y la comunicación interpersonal es significativo en los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre 2019 – I, generando una dependencia, aislamiento, barreras de comunicación y problemas en las relaciones interpersonales.
- Se resuelve que el aspecto verbal en la forma de comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre 2019 -I, sí es influenciado por la comunicación digital WhatsApp, creando problemas al momento de recibir, percibir y enviar un mensaje, no teniendo en cuenta los principios básicos de la comunicación, fomentando de esta manera problemas de interpretación.
- Se determina que el aspecto no verbal en la forma de comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre 2019 -I, sí es influenciado por la comunicación digital WhatsApp, puesto que en la actualidad los

jóvenes prefieren hacer uso de signos, imágenes, emoticones, stickers, videos, mensajes de audio, llamadas, videollamadas, gifs, o compartir un estado en su WhatsApp, por la factibilidad y practicidad de estos elementos, dejando de lado la interacción y el desarrollo que ofrece una comunicación fluida y directa.

- Se sostiene que el nivel de uso de la comunicación digital WhatsApp en los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre 2019 -I, es alto, ya que los estudiantes permanecen la mayor parte del tiempo conectados desde su dispositivo móvil sin importan los acontecimientos que puedan suceder a su alrededor.

## **6.2. Sugerencias**

- Teniendo en cuenta los resultados alcanzados en la investigación, se sugiere que a los estudiantes de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre 2019 – I se les asigne actividades en donde puedan desarrollar sus relaciones interpersonales como debates, conversatorios, entre otros, para así incentivar la comunicación directa y romper las barreras de comunicación.
- Implementar a causa del aspecto verbal en la forma de comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad

de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre 2019 -I sobre la influencia del WhatsApp, la aplicación de nuevos métodos en la enseñanza por parte de los docentes, para la mejorar la comunicación no verbal y comunicación escrita, con el fin de reducir los problemas de interpretación al recibir, percibir y enviar un mensaje.

- En los resultados se evidenció la incidencia de la comunicación digital WhatsApp en la comunicación interpersonal de los estudiantes del I ciclo de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre 2019 -I, la cual genera dependencia, aislamientos y dificultades de comunicación, por lo que se sugiere que la sociedad investigue las posibilidades y recursos que brinda la comunicación digital WhatsApp, aprovechando lo mejor posible este medio sin dejar de lado las bases fundamentales y propias de la comunicación, puesto que es primordial para el progreso de la humanidad.
- Instaurar un reglamento en la Universidad Privada de Tacna para controlar el uso de celulares en las horas de clase y así los estudiantes aprovechen las clases impartidas, mejorando su nivel de atención.

## VII. Referencias bibliográficas

- Aguado, J. (2004). Introducción a las teorías de la información y la comunicación. Recuperado de: [http://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20\(20\)/TIC%20texto%20guia%20Completo.pdf](http://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20(20)/TIC%20texto%20guia%20Completo.pdf)
- Arnao, J. y Surpachin, M. (2016). Uso y abuso de las redes sociales digitales adolescentes y jóvenes. Consultado en <http://www.repositorio.cedro.org.pe/handle/CEDRO/310>
- Ávila, C., Grados, P. y Tejada, K. (2016). Ortografía en el WhatsApp. (Tesis de licenciatura). Recuperado de <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/5127>
- Celaya, M. Chacón A. y Urrutia E. (marzo 2015). El impacto de WhatsApp en la vida cotidiana de las personas- ¿Hace la sociedad más humana? Recuperado de [https://www.unav.edu/documents/29062/6900948/27\\_Eskibel\\_whatshapp.pdf](https://www.unav.edu/documents/29062/6900948/27_Eskibel_whatshapp.pdf)
- Contreras, S. (2014). Barreras comunicacionales en el uso del WhatsApp y blackberry Messenger en las relaciones interpersonales de los jóvenes. (Tesis de licenciatura). Recuperado de [http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16\\_1256.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1256.pdf)
- Flores, J. (2010). Comunicación Humana. Recuperado de <http://www.ingenieria.uaslp.mx/Documents/Apuntes/HUMANIDADES%20B.pdf>
- Garza, M. Fuentes genealógicas y teorías esenciales de la comunicación interpersonal. (2009). Revista Razón y Palabra. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/N/n67/actual/3mrgarza.pdf>
- Moral, F. y Garcia, R. (marzo, 2003). Un nuevo lenguaje en la Red. Revista Sistema de Información Científica Redalyc Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15802120>

- López, A. (2016) La comunicación interpersonal directa y las plataformas de mensajería instantánea WhatsApp y facebook. (Tesis de licenciatura, Universidad de San Carlos de Guatemala). (Acceso el 1 de Marzo del 2017). Recuperado de [http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16\\_1429.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1429.pdf)
- Rubio-Romero, J. y Perlado Lamo de Espinosa, M. (2015): El fenómeno WhatsApp en el contexto de la comunicación personal: una aproximación a través de los jóvenes universitarios, *Icono 14*, volumen (13), pp. 73-94. doi: 10.7195/ri14.v13i2.818
- Urbano, R. (2015). El uso de la aplicación WhatsApp y la disminución de la comunicación verbal en el entorno del estudiante de 17 a 22 años de Ciencias de la Comunicación. (Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo). (Acceso 15 de marzo del 2017).
- Zayas, P. (2011). La comunicación interpersonal. España: Eae Editorial Academia Española.

## **Anexos**



## FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN JUICIO DE EXPERTOS

### I. DATOS PERSONALES:

- 1.1 **APELLIDOS Y NOMBRES DEL INFORMANTE:** Herrera Rejas, Aitana Milagros  
 1.2 **GRADO ACADÉMICO:** Bachiller en Ciencias de la Comunicación  
 1.3 **INSTITUCIÓN DONDE ESTUDIA:** Universidad Privada de Tacna  
 1.4 **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:** "La incidencia de la comunicación digital whatsapp en la comunicación interpersonal de los estudiantes del primer semestre de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 -I".  
 1.5 **AUTOR DEL INSTRUMENTO:** Herrera Rejas, Aitana Milagros  
 1.6 **CARRERA PROFESIONAL:** Ciencias de la Comunicación  
 1.7 **NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** Cuestionario

### II. ASPECTOS A EVALUAR: (Calificación Cuantitativa)

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente (01-09)	Regular (10-13)	Bueno (14-16)	Muy Bueno (17-18)	Excelente (19-20)
		01	02	03	04	05
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					✓
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables				✓	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y calidad				✓	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica del instrumento				✓	
5. SUFICIENCIA	Valora los aspectos en cantidad y calidad				✓	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir con los objetivos				✓	
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico del tema de estudios				✓	
8. COHERENCIA	Entre las hipótesis, dimensiones e indicadores					✓
9. METODOLOGÍA	Las estrategias responden al propósito del estudio				✓	
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías					✓
Sub Total						
Total						

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.4) .....  
 VALORACIÓN CUALITATIVA .....  
 VALORACIÓN DE APLICABILIDAD .....

Leyenda:  
 01-13 Improcedente  
 14-16 Aceptable con recomendación  
 17-20 Aceptable

Lugar y Fecha: TACNA 29 DE MAYO 2019  
 Nombre del Experto: CHAR CUEVA MARTINEZ  
 DNI: 00494262

FIRMA



## FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN JUICIO DE EXPERTOS

### I. DATOS PERSONALES:

- 1.1 **APELLIDOS Y NOMBRES DEL INFORMANTE:** Herrera Rojas, Aitana Milagros  
 1.2 **GRADO ACADÉMICO:** Bachiller en Ciencias de la Comunicación  
 1.3 **INSTITUCIÓN DONDE ESTUDIA:** Universidad Privada de Tacna  
 1.4 **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:** "La incidencia de la comunicación digital whatsapp en la comunicación interpersonal de los estudiantes del primer semestre de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna en el semestre académico 2019 -I".  
 1.5 **AUTOR DEL INSTRUMENTO:** Herrera Rojas, Aitana Milagros  
 1.6 **CARRERA PROFESIONAL:** Ciencias de la Comunicación  
 1.7 **NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** Cuestionario

### II. ASPECTOS A EVALUAR: (Calificación Cuantitativa)

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		(01-03)	(10-13)	(14-16)	(17-18)	(19-20)
		01	02	03	04	05
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					✓
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables					✓
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y calidad					✓
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica del instrumento					✓
5. SUFICIENCIA	Valora los aspectos en cantidad y calidad					✓
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir con los objetivos					✓
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico del tema de estudios					✓
8. COHERENCIA	Entre las hipótesis, dimensiones e indicadores					✓
9. METODOLOGÍA	Las estrategias responden al propósito del estudio					✓
10. CONVENIENCIA	Creación nuevas pautas para la investigación y construcción de temas					✓
Sub Total						
Total						

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.4) .....  
 VALORACIÓN CUALITATIVA .....  
 VALORACIÓN DE APLICABILIDAD .....

Leyenda  
 01-13 Improcedente  
 14-16 Aceptable con recomendación  
 17-20 Aceptable

Lugar y Fecha: 29/05/19  
 Nombre del Experto: Aitana Milagros Herrera Rojas  
 DNI: 20.000.000

*[Firma manuscrita]*  
 FIRMA

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA  
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIAS DE  
LA COMUNICACIÓN Y HUMANIDADES

## INFORME

PARA : MGR. PATRICIA NUÉ CABALLERO  
Decana de la FAEDCOH

ASUNTO : INFORME DE CULMINACIÓN DE ASESORÍA DE LA TESIS "LA  
INCIDENCIA DE LOS MEDIOS DIGITALES EN LAS FORMAS DE  
EXPRESIÓN Y COMUNICACIÓN NO VERBAL DE LOS ESTUDIANTES DEL  
PRIMER SEMESTRE DE LA CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE  
LA COMUNICACIÓN DE LA FAEDCOH – UPT EN EL SEMESTRE 2018-II"

FECHA : Tacna, 05 de julio de 2019.

Tengo el agrado de dirigirme a usted para hacer de su conocimiento que a la fecha he culminado con el asesoramiento de la Tesis titulada "LA INCIDENCIA DE LOS MEDIOS DIGITALES EN LAS FORMAS DE EXPRESIÓN Y COMUNICACIÓN NO VERBAL DE LOS ESTUDIANTES DEL PRIMER SEMESTRE DE LA CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA FAEDCOH – UPT EN EL SEMESTRE 2018-II", presentado por el Bach. HERRERA REJAS, Aitana Milagros.

Dando fe que la investigación cumple con los aspectos formal y metodológico concluyo que está apto para iniciar el proceso de dictamen como indica el Reglamento de Grados y Títulos de la FAEDCOH.

Es cuanto informo a usted para su conocimiento y demás fines

Atentamente,

Lic. JESSICA MACCHIAVELLO ALBARRACÍN  
Docente Asesora  
Resolución N° 753-D-2018-UPT/FAEDCOH



02-07-19

13 NOV 2019

INFORME

PARA : MAG. PATRICIA NUÉ CABALLERO  
Decana de la FAEDCOH

ASUNTO : Cambio de título de la investigación de las Bach HERRERA REJAS,  
Aitana Milagros para regularización y continuación del trámite de  
titulación.

FECHA : Tacna 20 de noviembre de 2019

REFERENCIA : Resolución N° 263-D-2018-UPT/FAEDCOH

Tengo el agrado de dirigirme a usted para hacer de su conocimiento que, con fecha 05 de julio emito un informe de culminación de asesoría de tesis, sin embargo por error involuntario omito indicar que el título de la referida investigación cambió de "La incidencia de los medios digitales en las formas de expresión y comunicación no verbal de los estudiantes del primer semestre de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la FAEDCOH - UPT en el semestre 2018-II" a "La incidencia de la comunicación digital whatsapp en la comunicación interpersonal de los estudiantes del primer semestre de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la FAEDCOH - UPT en el semestre 2019-I".

El mencionado cambio se realizaron en base a:

- Una delimitación más concentrada del objeto de estudio.
- Actualización del periodo de investigación.

Es cuanto informo a usted para su conocimiento y demás fines.

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA  
FACULTAD DE EDUCACION, CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y HUMANIDADES

Atentamente,

Para: S.A.A.

Para:  Atención  Evaluación  Docencia  
 Asesoría  Control  Archivo

Quem: EPTA, RESOL. COMAD.

Fecha: 20/11/19

c.c. - Bach. HERRERA REJAS, Aitana  
c.c. - Archivo

Lic. JESSICA MACCHIAVELLO ALBARRACÍN  
Docente Asesora  
Resolución N° 263-D-2018-UPT/FAEDCOH

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA  
FACULAD DE EDUCACION, CIENCIAS DE  
LA COMUNICACIÓN Y HUMANIDADES

INFORME

PARA : MGR.PATRICIA NUÉ CABALLERO  
Decana de la FAEDCOH

ASUNTO : INFORME DE DICTAMINACIÓN DE LA TESIS "LA INCIDENCIA DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL WHATSAPP EN LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL DE LOS ESTUDIANTES DEL PRIMER SEMESTRE DE LA CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y HUMANIDADES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA EN EL SEMESTRE ACADÉMICO 2019- I".

FECHA : Tacna, 19 de septiembre del 2019.

Tengo el agrado de dirigirme a usted para hacer de su conocimiento que a la fecha he culminado con la revisión de la Tesis titulada "**LA INCIDENCIA DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL WHATSAPP EN LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL DE LOS ESTUDIANTES DEL PRIMER SEMESTRE DE LA CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y HUMANIDADES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA EN EL SEMESTRE ACADÉMICO 2019- I**" presentada por la Bach. **HERRERA REJAS, Aitana Milagros**.

Dando fe que cumple con todos los aspectos formal y metodológico y que se levantaron las correcciones dadas a la investigadora, concluyo a dar **DICTAMEN FAVORABLE** para continuar con los trámites necesarios.

Es cuanto informo a usted para su conocimiento y demás fines.

Atentamente,

  
**Dra. Giovanna Cuneo Álvarez**  
**Docente e informante**  
Resolución N° 200-D-2019- UPT/FAEDCOH

**FICHA DE EVALUACIÓN**

Luego de sustentada la Tesis Titulada:

**LA INCIDENCIA DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL WHATSAPP EN LA  
COMUNICACIÓN INTERPERSONAL DE LOS ESTUDIANTES DEL I CICLO DE LA  
CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA  
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y  
HUMANIDADES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA EN EL SEMESTRE  
ACADÉMICO 2019-I.**

Por la Bachiller: **AITANA MILAGROS HERRERA REJAS**

Obtuvo la calificación de:

---

Los jurados fueron:

Presidente:

---

Secretario:

---

Vocal:

---

Tacna, \_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 2019

Firma y Sello de Secretario Académico