

## REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

### *Usos y funciones de las nuevas tecnologías (mensajes de texto por celular y el correo electrónico) en la comunicación interpersonal*

**Autor: Julio César Huante Calderón**

**Tesis presentada para obtener el título de:  
Lic. En Ciencias de la Comunicación**

**Nombre del asesor:  
Catalina Pérez Chávez**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





**UVAQ**

M.R.

# **UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA**

Ciencias de la Comunicación  
CLAVE 16PSU00125 ACUERDO: LIC000202

“Usos y funciones de las nuevas tecnologías  
(mensajes de texto por celular y el correo  
electrónico) en la comunicación  
interpersonal”

**TESIS**

PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA

**Julio César Huante Calderón**

ASESOR

L.D.G. Catalina Pérez Chávez

Morelia Michoacan Mayo de 2008

Universidad Vasco de Quiroga

Ciencias de la Comunicación

**TESIS:**

“Usos y funciones de las nuevas tecnologías (mensajes de texto por celular y el correo electrónico) en la comunicación interpersonal”.

**PRESENTA**

Julio César Huante Calderón

**PARA OBTENER EL TITULO DE LICENCIATURA EN  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.**

Asesor:

L. D. G. Catalina Pérez Chávez

CLAVE: 16PSU0012S ACUERDO: LIC000202

Morelia, Michoacán a Mayo de 2008

# Agradecimientos

A mis padres por su apoyo incondicional; mi padre por su impulso económico y mi madre por su emotividad y entereza.

A mis maestros que me han forjado en la cultural y los valores académicos. A mis hermanos que han sido un ejemplo de lucha y de vida; y a mis amigos por su compañía y complicidad.

A TODOS ELLOS GRACIAS Y QUE DIOS LOS BENDIGA.

# Dedicatoria

A Jesucristo mi Dios, mi inspiración y a mi madre María Guadalupe por ser mi motor de vida.

En ofrenda a mi mamá Amalia (E.P.D) y a todos mis seres queridos que están en el cielo.

Y a toda la gente que me ha acompañado a lo largo de mi vida: amigos, familiares y maestros.

iiiGracias!!!

Capítulo II

## INDICE:

• Introducción	1
• Planteamiento del Problema	3
• Objetivos	5
• Hipótesis de la Investigación	6
• Metodología	6

### Capítulo I. Comunicación Interpersonal

1.1 ¿Qué es Comunicación?	13
1.2 El proceso de la comunicación	15
1.3 La retroalimentación como la base de la comunicación	22
1.4 Definición Comunicación Interpersonal	25
1.5 Problemas de comunicación interpersonal	29

### Capítulo II. Comunicación Escrita

2.1 ¿Qué es la Escritura?	35
2.2 Antecedentes de la comunicación escrita	37
2.3 Definición de Comunicación Escrita	39
2.4 La comunicación a través de la escritura	41
2.5 Mensajes escritos	42
2.6 Ventajas y desventajas de la comunicación escrita	44

<b>Capítulo III.</b>	<b>Las Nuevas Tecnologías (Mensajes Escritos por Teléfono Celular y Correo Electrónico).</b>	
3.1	¿Qué es el Internet?	48
3.2	El Internet en México	51
3.3	Antecedentes del Correo Electrónico	54
3.4	Definición y las Funciones del Correo Electrónico	56
3.5	Ventajas y Desventajas del Correo Electrónico	59
3.6	Antecedentes de la Telefonía y del Celular	61
3.7	¿Qué es la Telefonía Celular?	68
3.8	Ventajas y Desventajas de la Telefonía Celular	70
3.9	La Telefonía Celular y el Correo Electrónico como nuevos Canales de Comunicación	71
<b>Capítulo IV.</b>	<b>Usos y funciones de las nuevas tecnologías (mensajes escritos por teléfono celular y el correo electrónico) en la comunicación interpersonal</b>	
4.1	Generalidades del trabajo de campo	75
4.2	Personas que tienen acceso al correo electrónico y a la telefonía celular	77
4.3	El papel la comunicación escrita a través del correo electrónico y telefonía celular entre dos personas	85
4.4	Usos y funciones que se les da a los mensajes escritos por telefonía celular y el correo electrónico por parte de los usuarios en la comunicación interpersonal	87

4.5	Frecuencia con que se usa los mensajes de texto por teléfono celular y correo electrónico.	91
4.6	La retroalimentación por medio de estos canales de comunicación	98
4.7	¿En que ayudan o perjudican los mensajes texto vía celular y el correo electrónico a la comunicación interpersonal?	109
4.8	Los mensajes de texto por teléfono celular y correo electrónico ayudan a la gente expresar cosas o situaciones que cara a cara son más difíciles de abordar. (Catalizadores de sentimientos y situaciones)	113
4.9	Barreras de la comunicación interpersonal asistida por medios o canales artificiales	116
4.10	Beneficios o ventajas de la comunicación interpersonal por medio de canales artificiales	119

## Capítulo V. Conclusiones y Aportaciones.

5.1	Conclusiones Teóricas	123
5.2	Conclusiones Metodológicas	125
5.3	Conclusiones de Resultados	127
5.4	Recomendaciones	132
	• Glosario	134
	• Anexos	138
	• Bibliografía	143



# INTRODUCCIÓN

En la actualidad las nuevas tecnologías son herramientas de todos los días para la mayoría de las personas de países desarrollados y en vías de desarrollo; en todos los sentidos y son empleadas en diversas actividades humanas como la industria, transportes, medicina, educación y la comunicación, no es la excepción. Este último apartado será nuestro centro de atención.

Este siglo se ha distinguido por un uso significativo de la información y la comunicación a través de las tecnologías, tales como el teléfono, internet, radio, televisión, etcétera, han servido para la transmisión de información y/o comunicación de asuntos relevantes para un pueblo o simplemente información sobre asuntos exclusivamente personales.

La comunicación interpersonal ha sido un factor importante para el impulso del desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación debido a la gran necesidad humana de “comunicarse con el otro”. Pero existen algunas barreras que superar como la distancia y el tiempo, siendo las más importantes en el flujo e intercambio de información en la comunicación interpersonal y debido a esta necesidad se crearon instrumentos para facilitar éste proceso, los cuales son el teléfono, internet, etc. para subsanar esta necesidad de comunicación por medio de viva voz o mensajes escritos, así mismo mantener y fortalecer vínculos entre los usuarios.

Este es uno de los principales motivos por el cual se realizó la presente investigación sobre los “Usos y funciones de las nuevas tecnologías (mensajes escritos vía celular y el correo electrónico) en la comunicación interpersonal”; para descubrir el papel de estos canales de la comunicación en las relaciones

interpersonales (qué se transmite, qué función cumplen, o si perjudican o ayudan, etc.).

Otra de las motivaciones para haber realizado este estudio recae en que la mayoría de los estudios realizados sobre comunicación, son acerca de los medios de comunicación (radio, televisión e internet y sus efectos, funciones y poderes); y muy pocos estudios sobre el papel de las nuevas tecnologías en la comunicación interpersonal, es lo pudimos constatar por la cantidad de investigaciones publicadas y expuestas en la diversas bibliotecas visitadas.

Es por ello que en la presente investigación retomamos la comunicación interpersonal, no de una perspectiva de los modelos tradicionales, sino desde el enfoque donde intervienen los mensajes escritos por celular y correo electrónico, es decir, comunicación escrita - medios electrónicos - comunicación interpersonal estas son las variables estudiadas.

En la investigación también se incluyeron la telefonía celular con relación a la comunicación interpersonal, ya es un terreno muy poco estudiado por los profesionales de la comunicación debido a que se le da más importancia a temas sobre: efectos o impactos de los medios de comunicación, análisis semióticos de política, organizacionales, entre los más comunes. Según las publicaciones expuestas en las bibliotecas e internet.

Básicamente este estudio fue sobre la nueva forma de comunicación interpersonal asistida por tecnología y que será en un futuro próximo la más común, según la sociedad mexicana de internet.

Elegimos correo electrónico y mensajes de texto por celular debido a las diversas similitudes que existen entre ambos; que son tecnologías relativamente

nuevas en la comunicación en nuestro país, además usan el lenguaje escrito y están diseñadas para facilitar la comunicación entre las personas, por mencionar las más importantes y en esto nos basamos para justificar este estudio sobre ambos canales.

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

En México hay un creciente número de usuarios de internet (correo electrónico) en el 2001 el porcentaje de uso fue del 6.1 y para el 2005 se incrementó al 8.7% del total de la población y en cuanto al uso de los teléfonos celulares o móviles el porcentaje al 2001 era 35.9 y para el 2005 aumentó de 43.2% con lo que mas personas pueden enviar información escrita, viva voz, fotografías, imágenes, etc., a cualquier parte del mundo para estar siempre en “contacto”.

La comunicación interpersonal se sirve de ambos medios para hacerla mas constante y por ende lograr vencer las barreras de tiempo y espacio.

Esta situación envuelve a la gran mayoría de las personas por distintas razones, sin embargo este estudio se enfocó a personas de 18 a 49 años de edad que radican en la ciudad de Morelia, sin importarse nivel cultural, socioeconómico, preferencia política, religiosa o estado civil.

En este fenómeno las personas se comunican por medio del internet por diversas razones como en base a la encuesta nacional de sobre disponibilidad y uso de la tecnología de la información y comunicaciones en el hogar y por los individuos:

- 1) Satisfacer su necesidad de comunicación, información, interacción, investigación, entre otras.
- 2) Ser un medio económico de comunicación con respecto a otros.
- 3) Rompe las barreras de tiempo y espacio para estar en contacto con las personas que requiere estar comunicado.

También posee desventajas como cualquier otro medio: “sino estas conectado frecuentemente no recibirás la información en tiempo y no tendrá el mismo impacto”. (*Dominick, 2000: 15*)

Los mensajes escritos por celular tienen la ventaja que son “instantáneos” y estos llegan al celular (que siempre acompaña al usuario) por otro lado es un medio más caro porque “sino se cuenta el “crédito” y la “cobertura” (disponibilidad de servicio de telefonía en una determinada área geográfica) adecuada en teléfono celular no se podrá dar la retroalimentación instantánea.

Estas nuevas formas de comunicación las utilizamos para estar informados de todo tipo de temas; tanto personales, educativos, profesionales, etcétera. Y, además ayudan para dar una mayor versatilidad en la comunicación interpersonal.

Es por ello que en la actualidad han cobrado importancia y un uso ha ido en constante aumento debido a las ventajas que ambos medios nos ofrecen.

En esta investigación presentamos ¿qué papel desempeñan los mensajes escritos por teléfono celular y por correo electrónico en la comunicación interpersonal? así como ¿si favorecen estas tecnologías para mejorar la comunicación? y/o ¿perjudican o benefician a dichas relaciones interpersonales?

Otro de los puntos que expuestos es ¿con qué frecuencia se usan estos medios? y si realmente ¿existe una retroalimentación eficiente y/o eficaz por medio de ellos?, así como si hay una buena comprensión de lo que se expresa por medio de ellos, si es inmediata y como influye en este tipo de comunicación.

## OBJETIVOS:

### GENERAL:

- ✓ Conocer el uso de las tecnologías (mensajes de texto por teléfono celular y correo electrónico) en la comunicación interpersonal:

### PARTICULARES:

- ✓ Descubrir que función se les otorga al correo electrónico y los mensajes escritos por telefonía celular en las relaciones interpersonales.
- ✓ Descubrir si a mayor uso del correo electrónico y de los mensajes escritos por teléfono celular existe una comunicación interpersonal efectiva.
- ✓ Conocer la frecuencia con la que se emplea estos medios en la comunicación entre dos o más personas.
- ✓ Descubrir si existe una retroalimentación eficaz entre el emisor y el receptor.

## HIPÓTESIS:

1.- Las nuevas tecnologías: mensajes de texto por teléfono celular y el correo electrónico nos ayudan a estar más informados y/o comunicados (mayor interacción con las demás personas).

2.- El flujo abundante de información y comunicación por medio de mensajes escritos por vía celular y el correo electrónico entre dos personas ayudan a mejorar su comunicación así como fungir como catalizadores de sentimientos entre los usuarios de los mismos.

3.- La retroalimentación por medio de estas tecnologías es eficaz (logra su objetivo) en la comunicación interpersonal.

## METODOLOGÍA:

Tipo de Enfoque: La presente investigación es de corte cuantitativo porque tiene como parte indispensable la medición del fenómeno y esta basado en la frecuencia con la que se va dando este fenómeno. Aunque es complementado con datos cualitativos.

Tipo de Estudio: Es de tipo exploratorio debido a que el objeto de nuestra investigación ha sido poco estudiado o no se ha abordado antes de la forma planteada, como se hizo en este trabajo académico. Además trataremos de

conocer el fenómeno con sus variables y características propias debido a que existe muy poca información con respecto de este enfoque.

Método: El método general de investigación es el Hipotético-Deductivo o método científico basándonos en los principales puntos de este. Bajo el enfoque de la observación e interpretación de resultados a través de encuestas y entrevistas.

Universo: Este trabajo de investigación lo realizamos en la Ciudad de Morelia, Michoacán y con base en el censo de población y vivienda del INEGI 2000 y la actualización del año 2005.

Muestra: Sujetos de investigación son las personas 18- 49 años de edad de Morelia sin importar nivel cultural, socioeconómico, preferencia política o religiosa, académica, legua, o estado civil.

Según las características mencionadas se realizó lo siguiente: conocer la población total de las personas que tienen esta edad en Morelia; posteriormente, deducir la muestra representativa de este universo y aplicar un estudio previo para descubrir ¿quiénes son los usuarios que tiene mayor contacto con estas tecnologías? y con base a los resultados de la primera encuesta piloto se determinó quienes son nuestros informantes clave; y por último la aplicación del cuestionario así como aplicación final.

Población total del municipio de Morelia que tiene entre 18 y 49 años es de 141,273, censo 2000. (INEGI, 2005).

Basándonos en la de fórmula para obtener la muestra representativa de una población finita de Ricardo Fernández Valiñas de su obra fundamentos de

mercadotecnia (Pág.:123-124), la muestra representante de esta población de 141, 273 personas es de 383.99 habitantes, es por ello que se redondeo a 400 encuestas.

Tamaño de muestra:

N= Universo

z= Nivel de Confianza

p= Probabilidad a favor

q= Probabilidad en contra

e= Margen de error

n= Tamaño de muestra

p+q= 1

z= 1.96

p= 0.5

q= 0.5

e= 0.05

$$n = \frac{z(2) Npq}{e(2) (N-1) + z(2) p(2)}$$

$$n = \frac{(1.96)(2) (141,273) (0.5) (0.5)}{(0.0025) (141,272) + (3.84) (0.0025)}$$

$$n = \frac{3.84 (141,273) (0.25)}{353.18 + 0.0096}$$

$$n = \frac{135,622.08}{353.1896}$$

$$n = 383.99$$

En lo que respecta a la entrevista, se aplicó del 28 de Abril al 5 de mayo del 2006 en los lugares de estudio o de trabajo de los informantes clave, los cuales se determinaron en base a las encuestas, y se aplicó a los usuarios más frecuentes a estos canales, los cuales son mujeres estudiantes o empleadas.



Tipo de Muestra: Es probabilística debido a que las personas que la contestaron son elegidas al azar pero cumplen solamente con la premisa de la edad y del lugar de residencia.

Técnicas de Investigación: Las técnicas e instrumentos que se utilizaron en la investigación de campo fue la encuesta de respuestas cerradas y la entrevista a informantes clave (a quienes fueran los usuarios de mayor frecuencia de estos medios).

### **APOYOS METODOLÓGICOS:**

En este trabajo de investigación tomamos como punto de partida o base “La teoría de la Comunicación Humana” de Paul Watzlawick, en la cual se afirma que toda conducta es comunicación y toda comunicación afecta la conducta, en ese sentido nosotros enfocaremos los mensajes como conductas que inducen a una comunicación conciente.

“La comunicación se da en base a dos variables llamadas función y relación, las cuales están supeditadas a la percepción, representaciones, efectos y reacciones”. (*Paul Watzlawick, 1990:10*)

“Los mensajes intercambiados entre dos personas reciben el nombre de interacción, ya que constituyen un nivel más elevado en la comunicación humana. Interacción tiene valor de mensaje, es decir, de comunicación. Con los cuales tratamos expresar que por el simple hecho de tratar de entablar una comunicación, esta ya lleva un mensaje implícito. Una comunicación no solo transmite información sino al mismo tiempo impone conductas o modos de pensar”. (*Paul Watzlawick, 1990:20*)

En resumen presentaremos las cinco propiedades que encierran consecuencias interpersonales básicas:

- Es imposible no comunicarse. (*Paul Watzlawick, 1990:30*) Siendo el principio fundamental de nuestra investigación, todo lo que se hace o se deja de hacer es comunicación y no hay nada que no transmita mensajes.
- Toda comunicación tiene un nivel de contenido y un nivel relacional. (*Paul Watzlawick, 1990:30*) El nivel de contenido se refiere a lo que se transmite en un mensaje y el de relación a cómo la comunicación se sirve para “definir” el tipo de jerarquías o roles que se estable entre los participantes.
- La naturaleza de una relación depende de la forma de puntualizar o pausar las secuencias de comunicación que cada participante establece. (*Paul Watzlawick, 1990:30*) La puntuación es la secuencia de los hechos cuando una conducta o comunicación induce a otra.
- Las personas utilizan tanto la comunicación digital como la análoga. (*Paul Watzlawick, 1990:30*) La comunicación digital es la que se da por medio de símbolos lingüísticos o escritos y que serán el vehículo de la comunicación. Y la análoga estará determinado por la conducta no verbal (como tono de voz, gestos, etc.) La comunicación digital como parte central de este estudio se realizó como vínculo o canal de la interacción entre dos personas.

- Todos los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios según estén basados en la igualdad y en la diferencia. (*Paul Watzlawick, 1990:30*) En cuanto a los intercambios simétricos están encausados a los puntos en común que existe entre los participantes de una conversación y los intercambios complementarios se enfocan a las diferencias que ayudan a una compenetración y satisfacción de sus necesidades.

# CAPITULO I: Comunicación Interpersonal

# CAPITULO I. La Comunicación Interpersonal

En este capítulo definiremos en términos generales lo que es la comunicación y posteriormente la comunicación interpersonal, así como las barreras que existen dentro de ésta.

*“Toda acción es comunicación”: Paul Watzlawick.*

## 1.1 ¿Qué es comunicación?

La comunicación es un tema muy abordado por diversos teóricos, por ello no profundizaremos mucho en dicho tema, sólo trataremos de contextualizar o situarnos este terreno; y se realizó un breve recorrido por las diversas concepciones de comunicación.

En la edad antigua Aristóteles la definió: “como todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance”; desde un punto de vista donde el orador trata de llevar a los demás a tener su mismo punto de vista sobre una situación determinada. *(Berlo, 2002:145)*

Estrada Soto nos dice que es “un proceso de transmitir ideas y compartir significados por medio de símbolos, los cuales pueden ser lingüísticos, no verbales, pictóricos o de otra índole”. *(Estrada Soto, 2001:73)*

Para David K. Berlo puntualiza que es “un proceso mediante el cual un emisor transmite un mensaje a través de un canal hacia un receptor”, en esta definición Berlo expone los elementos básicos del proceso de comunicación los cuales son emisor, mensaje, canal y receptor, siendo esta para nosotros la más acertada de acuerdo a las necesidades de nuestra investigación en el plano de la comunicación debido a que nosotros analizamos estos elementos básicos por separado más adelante.

Es importante destacar en la comunicación del ser humano y la interacción social como fundamental en dicho proceso, es decir, que pertenece a una sociedad o comunidad con hábitos culturales y símbolos o representaciones de las ideas, percepciones, sentimientos etcétera y de un grupo determinado; que influirá en la manera de comunicarse.

Por consecuencia “las palabras, las acciones , las posturas, los gestos, los tonos de voz, la expresiones faciales, la manera de manejar el tiempo, el espacio, los materiales, y la forma en que se trabaja, juega, hace el amor, y se define. Todas estas cosas constituyen los sistemas de comunicación, significativos que sólo pueden interpretarse correctamente, si se está familiarizado con el comportamiento de su contexto histórico, social y cultural”.  
(Soto, 2001:33)

El lenguaje humano tiene tres características: “primero un propósito claro y definido de lo que desea manifestar; segundo, la significación permanente de cada una de las manifestaciones; y último que las manifestaciones se presenten a divisibilidad en la expresión oral”. (López y Linares Rivas, 1997:11)

La comunicación esta integrada por un emisor, receptor, canal, código, entre otros; ahora desglosaremos una por una de las características de la misma.

“El emisor debe estar consciente que el transmitir mensajes implica una gran responsabilidad de su parte, porque deberá influir de manera positiva o negativa en la decodificación del mensaje y por otro lado el receptor debe intentar comprender al 100% la intención y el contenido del mensaje”. (López y Linares Rivas, 1997:13)

Si el receptor no comprende el 100% de la intención del emisor, no se estará cumpliendo el propósito de la comunicación que es en este caso recibir un mensaje sin sufrir alteración alguna y éste a su vez podría causar confusiones o malas interpretaciones.

El canal es parte esencial en la comunicación ya que mediante él “viaja el mensaje” hasta su destino o receptor. Es fundamental que el emisor elija correctamente el canal para que el receptor reciba en perfecto estado o sin distorsión el mensaje.

Otra parte fundamental de la comunicación es la comprensión de un mensaje, la cual implica que se ha comunicado una idea, y ésta nunca será comprendida aisladamente como una entidad y un sistema de pensamiento; es decir, conocer el contexto o circunstancias en que se emite éste.

A grandes rasgos esto es comunicación o de lo que está conformado y en los próximos incisos ahondamos un poco más en la comunicación desde el punto de vista como proceso.

## 1.2 Proceso de la Comunicación

La comunicación es asimilada como un proceso mediante el cual el hombre expresa todo tipo de situaciones concientes e inconscientes, es por ello que la comunicación no constituye un estado fijo, sino que es un proceso permanente, dinámico y cambiante.

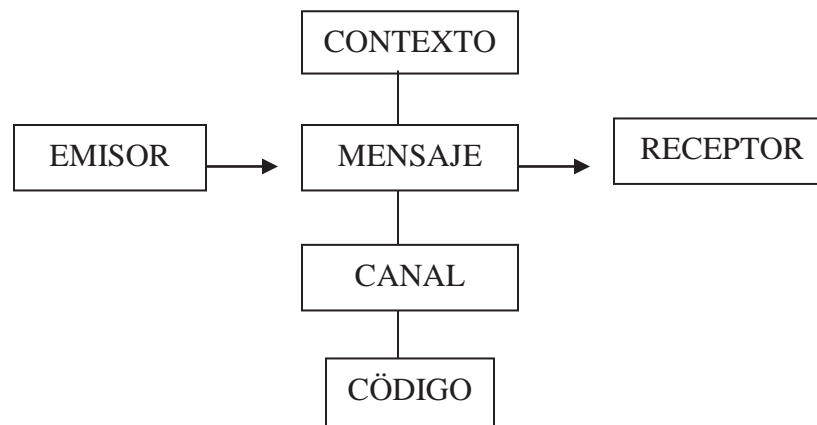
Es un proceso que sufre constantes modificaciones, la información inicial (emisor) y cuando es tratada por el receptor cambia y se reenviada a su origen, por ello, se constituye como una serie de tratamientos dinámicos y constantes.

Según Fernández Collado en su libro -La comunicación humana en el mundo contemporáneo- puntualiza proceso como “cualquier fenómeno que se presenta a una continua modificación a través del tiempo, o también como a cualquier operación a tratamientos continuos”.

El proceso de comunicación desde un el punto de vista estructural se puede observar que está integrado por cuatro elementos principales: “Emisor, Receptor, Mensaje y Canal”. (Méndez Torres, 1989:38-41)

Modelos del proceso de la comunicación según varios teóricos:

*Fernández Collado, 1998:*

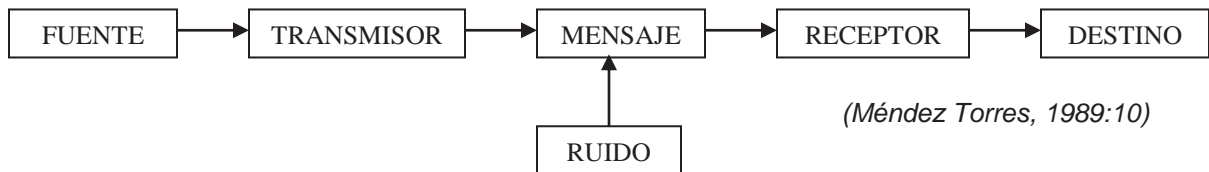


El modelo del proceso de la comunicación de Fernández Collado maneja linealmente el contexto, el mensaje, el canal y el código con esto nos indica que el mensaje se verá afectado por el entorno en que de transmite éste, así como el



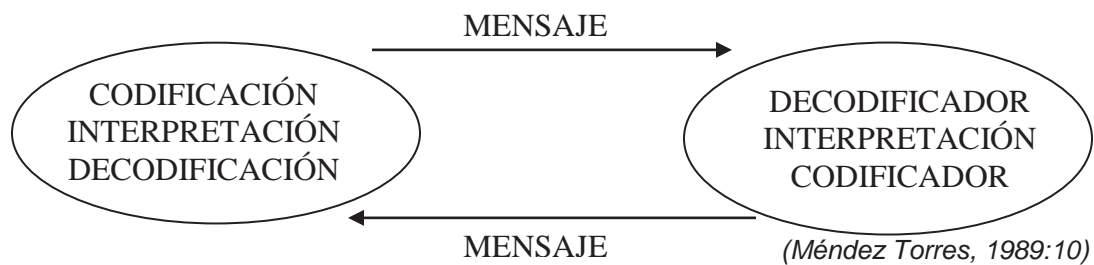
canal, debido a que si no se elige adecuadamente éste creara distorsión, y el último el código en que se transmite el mensaje debe ser familiar al emisor y receptor sino no habrá entendimiento del mensaje.

El modelo de comunicación de Shannon y Warren es:



En este modelo Shannon y Warren exponen los elementos del proceso de manera directa en la que el único factor externo es el ruido, cuál puede afectar de manera negativa el mensaje. Por otro lado estos teóricos, le llama transmisor a que nosotros denominamos canal y el receptor no es la ultima instancia de el mensaje sino que aun tiene otro paso más en este modelo denominado destino y que nosotros denominaríamos retroalimentación, o el reenvió del mensaje a la fuente original.

Wilbur Scharmm lo simplifica de la siguiente forma:



En los modelos de los procesos de comunicación anteriormente expuestos tienen varias similitudes entre ellos son: emisor, fuente o codificador; receptor o decodificador; mensaje, canal, etcétera pero cabe destacar que en el

modelo de Scharmm se maneja indirectamente la retroalimentación o no es llamada como tal y como la abordaremos en el presente estudio.

Nosotros interpretamos del modelo de Scharmm que el proceso de la comunicación es cíclico, porque va pasando varias instancias o puntos hasta volver a llegar al punto inicial, con lo cual podríamos expresar que la comunicación es cíclica o un proceso cíclico de intercambios.

### Elementos Básicos del Proceso de la Comunicación

Nosotros tomaremos en cuenta los siguientes elementos emisor, receptor, mensaje, canal, ruido o interferencias y retroalimentación.

Existen varias formas de llamar “a quién comienza la comunicación” y entre los más comunes esta la fuente, emisor o codificador: “Que es el personaje que inicia la comunicación; él que elabora internamente el mensaje que dará a conocer a su interlocutor”. (*Méndez Torres, 1989:38*)

Méndez Torres puntualiza: “El emisor o cifrador, hablante o escritor elabora interiormente, guiado por un propósito, el mensaje que comunicará. Todo emisor al hablar o escribir piensa sus ideas con el fin de darlas a conocer. Al proponerse expresarlas: las piensa, las selecciona, jerarquiza las más importantes y finalmente las trasmite”.

En este punto diferimos de un cierto modo el Sr. Méndez Torres debido a que él expone: “Todo emisor al hablar o escribir piensa sus ideas con el fin de darlas a conocer”, debido a que el hombre es un ser instintivo o forma parte de su naturaleza, en ocasiones no piensa la situación ni los alcances de estas, sino simplemente actúa o dice y no siempre desea dar conocer sus ideas. Esto no es

una regla, ya que dependerá en mucho del individuo y de la circunstancia imperante.

La parte complementaria del emisor es el receptor o destinatario: Es el otro personaje que capta el mensaje oído en la audición o leído en una lectura. “El receptor es la contraparte del emisor. No es posible un diálogo sin emisor y sin receptor dado que en toda comunicación son elementos indispensables; en la comunicación debe haber entre ambos una simultaneidad dinámica”. (Méndez Torres, 1989:39)

En el momento en el que el mensaje llega al destinatario, éste actúa con dinamismo, poniendo todas sus facultades para entenderlo. (Méndez Torres, 1989:39)

Es importante mencionar que el receptor debe “aceptar” al emisor y quitar todas las barreras que puedan existir hacia éste, para que pueda “llegar” el mensaje al propio destinatario.

Otro de los elementos esenciales de la comunicación es mensaje: “Este se refiere a lo que es transmitido, en una “aseveración normal”, un comentario escrito, una expresión oral, facial o alguna otra actividad no verbal, que es creado por la fuente. (Mc Entee, 2000:41)

Por otra parte Méndez Torres quién asegura que “el mensaje es el elemento sustancial de la comunicación”. Si no hay mensaje tampoco hay comunicación. El mensaje es la razón de ser de la comunicación, el “porque”; es el motivo que tiene el emisor para comunicarse con el receptor. En este están contenidos los pensamientos, los deseos, las emociones o las ideas que se desean comunicar.

“El mensaje se da a conocer mediante el lenguaje ya sea oral, escrito y otras formas de las que se sirve la comunicación para lograr su cometido”.  
(Méndez Torres, 1989:40)

Sin este la comunicación no tendría sentido, por más tonto u obsoleto, este le da un sentido importante por el simple hecho de serlo.

En el mensaje está contenido todo lo que el emisor desea comunicar consciente o inconscientemente como sus ideas, sentimientos, aficiones, por mencionar algunos y con ello lograr su objetivo cualquier que éste sea.

Ya que ha creado el mensaje, el emisor necesita un vehículo o canal al cual “se denominara el soporte físico del mensaje e incluye los órganos a través de los cuales se emite, el medio a través del cual viaja y los sentidos a través de los cuales es captados por el receptor”. (Montaner: 1989:51)

Para Mc Entee: “El canal se refiere al medio por el cual el estímulo o mensaje se pasa de la mente de la fuente a la del receptor”.

No podría llegar la información que envía el emisor, si no existe un medio para transmitirlo al destinatario. Según el medio que se utilice para emitir el mensaje será la recepción y comprensión del mismo. No tiene la misma eficacia la difusión del mensaje llevado a cabo por vía directa que por medio de otra vía.

En la comunicación existen elementos no deseados, que obstaculizan su labor de hacerse entender entre dos personas o más, a esto se le conoce como ruido, “se refiere a la interferencia en el proceso de la comunicación. Puede ser externo, es decir, originarse en el medio ambiente como un sonido, un olor o un

gesto que distrae”; (*Mc Entee, 2000:41*) o interno que puede ser ocasionado por alguna desconcentración o discapacidad física del emisor o del receptor.

El ruido también puede ser considerado en pocas palabras como aquello que entorpece, dificulta o impide la comunicación en cualquier nivel desde intrapersonal, interpersonal, grupal y hasta masivo.

Las interferencias: Es cuando entablamos una comunicación y el mensaje no se comprende idóneamente, esto se debe a las obstáculos como las presenta Méndez Torres y los cuales son: “los factores que impiden que llegue el mensaje a su destino; por distancia, ruido, mala pronunciación, defectos del oído, dicción defectuosa, si el mensaje es oral. En el mensaje escrito existe interferencia cuando por la letra ilegible, trazos de la letra no están bien definidos, hay errores de puntuación, faltas de ortografía, redacción defectuosa o que se emplean vocablos de difícil interpretación, son equívocos o haya oscuridad en las ideas”.

En los procesos de comunicación entre dos o más personas hay algunas palabras o acciones que tienen un -carga emotiva- importante a las cuales se les denomina símbolos; los cuales “se refiere aquellas cosas que tienen significado para alguien. Pueden ser verbales, es decir, palabras habladas o escritas; o no verbales, como asentar con la cabeza para comunicar - sí -, etcétera”. (*Mc Entee, 2000:41*)

El mensaje debe ser englobado en un código: que es un conjunto de señales relacionadas entre sí, de manera que cada conjunto de ellas tiene asignada una función significativa.

La transmisión de información mediante señales supone la existencia de un emisor que de acuerdo con un determinado código que emite un mensaje en un contexto dado. El mensaje viaja a través de un canal y llega al receptor que lo decodifica.

Todo mensaje depende del emisor, el cual es el encargado de codificarlo, así también esta supeditado del receptor debido a que éste ha de ser capaz de interpretarlo. Este acto comunicativo no se realiza si el emisor no utiliza un código conocido por el receptor.

Uno de los aspectos esenciales de la comunicación es la retroalimentación: “se refiere a cualquier medida que se toma de la fuente o el receptor para mejorar el proceso de la comunicación”. (*Mc Entee, 2000:41*).

Aunque también entendemos por retroalimentación a la respuesta que se da de parte del receptor hacia el emisor original, es decir, donde ambos intercambian roles; el emisor pasa a ser receptor y el receptor pasa a ser emisor, logrando así el proceso cíclico de la comunicación o también llamado diálogo.

En el siguiente inciso tratamos de profundizar más en lo que respecta a la retroalimentación, la cuál constituye para nosotros la base de la comunicación y lo que la define como tal.

### 1.3 La retroalimentación como la base de la comunicación

Un aspecto fundamental en la comunicación interpersonal y en todo tipo o formas de comunicaciones, es la retroalimentación debido a que por medio de ella, un individuo puede jugar varios papeles en el proceso comunicativo como

de emisor a receptor y viceversa así como a la vez puede estar envuelto en distintas circunstancias, y usar varios canales y hasta códigos.

La retroalimentación es la base de la comunicación debido en éste proceso, quién origina éste fenómeno es él emisor que “envía” un mensaje al receptor y éste a su vez debe “responder” para que exista la comunicación; partiendo de esta premisa, la información recibida por el segundo individuo (receptor) se transformada en comunicación y así mismo entra en un proceso dinámico de intercambio de roles.

Emisor (iniciador) envía un mensaje → al receptor cuando este responde cambia y se convierte en “emisor 2” y responde → al emisor iniciador que ahora es “receptor 2” y se continua este proceso por un número indeterminado de veces. *(Berlo, 2002:150)*

Lo mencionado en las líneas anteriores, esto constituye un proceso dinámico por el cual los individuos participantes están intercambiando los roles de emisor a receptor o de receptor a emisor según sea el caso; en esto radica el principio de la comunicación.

En seguida profundizamos sobre que es “retroalimentación” como tal y según Menéndez: “es la que le confiere un papel de activo al receptor, hasta entonces considerado como objeto pasivo de la comunicación”.

“La retroalimentación es una fase o subproceso común a todas las redes de comunicación autorreguladoras, sea por dispositivos electrónicos, sistemas nerviosos u orgánicos”. *(Menéndez, 1972: 29)*

La retroalimentación para David K. Berlo es el intercambio de información, es continuo entre el emisor y el receptor cuando este último se convierte en el emisor a través de la retroalimentación, el mensaje inicial influye en la respuesta y que le es hecha a su vez en la subsiguiente, funciona como una información que les ayuda a saber si están logrando el efecto deseado.

En la comunicación cara a cara se permite el más alto grado de retroalimentación ya que todos los canales disponibles pueden actuar (los cinco sentidos, movimientos corporales, gestos, medio ambiente) y la fuente tiene la oportunidad de modificar su mensaje en el acto, como resultado de la respuesta recibida. (Soto, 2001:47)

La retroalimentación no es exclusiva de la comunicación interpersonal que se da cara a cara, también se puede dar a través de otros medios y formas de comunicación pero no de la misma manera, tiempo y espacio.

Para Méndez Torres la retroalimentación “es la respuesta al mensaje. El emisor emite su mensaje a través de un canal; una vez recibido el mensaje por el receptor lo interpreta, lo asimila y después da una respuesta”.

Dominick nos dice que “la retroalimentación se refiere a aquellas respuestas del receptor que forman y alteran los mensajes subsecuentes de la fuente”.

La primera respuesta del receptor (ahora emisor), modificara el contexto, contenido y la forma de la primera fuente (del iniciador de la conversación) ya sea para bien o para mal.



La retroalimentación puede ser inmediata o posterior. “Es inmediata cuando la fuente percibe directamente las reacciones de receptor. Es posterior cuando tardan mayor tiempo en dar una respuesta”. (Dominick, 2000:9)

Ejemplo:

“Un expositor que escucha al público abuchear y silbar mientras el habla, recibe una retroalimentación inmediata”. (Dominick, 2000:9)

“Por otro lado, supongan que acaban de escuchar un disco de un popular grupo y deciden que no es muy bueno. Para comunicar la evaluación a la fuente, primero tendrían que averiguar cuál es la compañía distribuidora del disco, encontrar su dirección, el número telefónico, y el correo electrónico. Después enviar sus comentarios por el canal adecuado, hasta que llega el comentario al grupo se daría la retroalimentación posterior”. (Dominick, 2000: 9) Pero aún en esos casos se da la retroalimentación aunque sea de manera extemporánea.

#### 1.4 Definición Comunicación Interpersonal

La comunicación surgió por las necesidades propias del hombre como vestido, alimento, morada y socialización así como de tener un código o sistema de comunicación para lograr la supervivencia, evolución y satisfacer dichas prioridades. Derivado de esta situación nace la comunicación interpersonal para contribuir y facilitar la vida humana y según López y Linares Rivas: “Es la base de toda comunicación”. Además de mencionarnos que “es un proceso de intercambio que dependerá de la interacción y propósito que tenga cada persona, por lo que debemos determinar al comenzar el diálogo”. (López y Linares Rivas, 1997:17)

En base a lo citado se puede definir a la Comunicación Interpersonal como: una acción donde involucra preferentemente a un emisor y un receptor en cuyo proceso se hace un intercambio de mensajes inmediatos los cuales se apoyan en todos los sentidos como lo son oído, tacto, gusto, vista y olfato; y a diferencia a otros tipos de comunicación este es mas personal y el emisor y receptor suelen estar frente a frente pero no es una regla.

De acuerdo a lo expuesto en la tesis de Soto podemos decir que “es el proceso que hace posible que dos o más individuos se transmitan información intencionalmente”.

Los participantes se ofrecen recíprocamente señales verbales y no verbales lo cual significa que es una comunicación rica en apoyos visuales que pueden ayudar a reforzar o en su defecto contradecir las ideas o mensajes transmitidos.

La fuente puede ser uno o más individuos, al igual que el receptor. “La codificación es un proceso que se realiza cuando la fuente transforma los pensamientos en discurso y/o gesticulaciones. Para este fin se dispone de varios canales”, según Dominick.

Según Gallardo Cano en la comunicación interpersonal los participantes gozan de la ventaja de poder apreciar inmediatamente el efecto de sus mensajes”.

Además nos menciona Dominick: “que el receptor capaz de ver, escuchar e incluso de oler y tocar la fuente, descifra los mensajes, que se producen sin problemas, con cierta facilidad. Los mensajes interpersonales pueden ser de dos tipos: privados, es decir, los que van dirigidos a un o varias personas en

específico como por ejemplo cuando se está hablando con un amigo; o públicos como cuando un político que está en plena campaña electoral promoviendo su ideología y a su partido político”.

En el ejemplo de los mensajes interpersonales públicos diferimos con Dominick debido que un político en una campaña electoral que está promoviendo su ideología, para nosotros esta actividad estaría situada más en el terreno de la comunicación grupal o colectiva debido al número de receptores y a la poca retroalimentación que pudiere existir con respecto al emisor, que en este caso sería el político.

“Decodificar es también un proceso realizado en un sólo paso por los receptores que perciben el mensaje. La retroalimentación es inmediata, se efectuarán a través de canales auditivos y visuales aunque esto no siempre sea una regla y en cuanto al ruido puede ser semántico o del entorno”. (*Dominick, 2000: 13*)

Según López y Linares Rivas: “El canal interpersonal es más efectivo para superar resistencias y apatías. Porque permite que el receptor aclare o pida mayor información. Es decir, que si el receptor le queda duda o no haya captado todo el mensaje podrá preguntarle al emisor, lo que desea que se reitere o que le envíe nuevamente el mensaje para que haya una comprensión y una retroalimentación efectiva”.

La retroalimentación es la mejor manera de saber si el receptor está decodificando el mensaje correctamente por medio de la respuesta que este le envía el iniciador del ciclo comunicativo.

La comunicación interpersonal es una de las más efectivas dentro de los tipos de comunicación debido a que la retroalimentación es más eficiente y oportuna en cuanto la respuesta se refiere. Aunque la comunicación interpersonal que estudiaremos será mediada por canales tecnológicos y la respuesta en ocasiones será más extemporánea.

“Kim Griffin que nos señala características de la comunicación interpersonal:

- Existe una necesidad de interacción con otra persona.
- Se puede percibir muchas más cosas de la persona mientras esta conversa.
- La ubicación de la persona, tiempo y espacio donde se encuentra la persona influye en el proceso comunicativo.
- Los signos y los símbolos convergen hacia las otras personas.
- Se puede evaluar, establecer y a veces modificar una relación. Este tipo de comunicación suele tener como efecto la empatía pero esto no es una norma”. (López y Linares Rivas, 1997:13)

La comunicación tiene once valores según López y Linares Rivas, los cuales son: “apertura, espontaneidad, aquí y ahora (relaciones de presente), autenticidad, autodescubrimiento (conocer nuestros defectos y virtudes), empatía, aceptación, calidez, confianza, valoración de sentimientos y atención (atender o escuchar)”. Como se menciona en el párrafo anterior esto no es una regla y tiene sus excepciones.

No siempre entre las personas que entablan una comunicación existen los valores que menciona López y Linares Rivas, a causa de que no es una regla que dichos sujetos se conozcan o tengan un bagaje previo de la otra persona para establecer un dialogo. Porque la comunicación interpersonal se puede dar

entre dos personas desconocidas y tampoco se refiere al nivel o a la “profundidad de la relación” (pareja, amigos, etc.), sino a las características que esta tiene como la el dialogo, la proximidad, y un número reducido de emisores y receptores.

El objetivo de la comunicación interpersonal es “buscar un acercamiento para conocer al otro y tratar de comprender su mundo con el fin de compartir, para existir armoniosamente en un mismo espacio y tiempo, haciendo frente a las diferentes circunstancias que se presentan”. (Soto, 200: 78)

La comunicación interpersonal es definida como la que se da en un grupo reducido de personas (2 o 3 personas máximo) y en la que los participantes se encuentran de cara a cara, pero nosotros diferimos en esto debido a que en la actualidad se esta dando una variación en la comunicación interpersonal que es la asistida a través de canales electrónicos, de hecho no existen una diferencia tangible entre esta y la que se da de “frente”, y ambas se da la retroalimentación inmediata, y con la peculiaridad de que los participantes se encuentran físicamente separados.

## 1.5 Problemas de Comunicación Interpersonal

*“Lo creado por el hombre es imperfecto como él”.*

La Comunicación tiene sus deficiencias desde el punto que la analicemos y estas pueden radicar en el emisor, receptor, mensaje, canal, retroalimentación, por mencionar algunas, lo que deseamos indicar con esto es que la comunicación interpersonal tiene barreras al igual que todos los niveles y tipos de ésta y por ello abordamos uno de sus principales problemas o barreras.

Las barreras más frecuentes del emisor son:

- “La emotividad excesiva: Ocasiona la destrucción del mensaje provocando que el receptor se enfoque más en el externo que en el contenido del mensaje.
- La emotividad limitada: Por el contrario aquí se pierde el interés por el mensaje.
- Demasiado tarde o prematuro: La sensibilidad y percepción que todos tenemos, nos debe indicar cuando es el momento oportuno para cuando hablar y cuando callar.
- Incapacidad de usar la retroalimentación: Aquí es donde podemos darnos cuenta si nuestro mensaje está siendo captado correctamente y si es aceptado o no.
- El emisor extraviado: Es decir, que se aleja del mensaje esencial, entre la asociación de ideas que pueden o no estar relacionadas con el tema.
- Demasiado rápido o demasiado lento: Hablar rápido ir de un punto a otro o de una idea a otra provoca que el receptor se pierda, debido a la cantidad de mensajes o en su defecto, se abunda de más y se explica demasiado un mensaje que ya fue entendido, el receptor se aburrirá y perderá el interés”.(López y Linares Rivas, 1997:43)

Al igual que el emisor el receptor no está exento de sufrir o de vivir barreras comunicacionales como las que se exponen aquí:

- “Actitudes contrarias: Prejuicios y predisposiciones, impiden percibir adecuadamente el mensaje y crean una barrera.
- Establecer conjeturas: Si de antemano el receptor decide lo que va a

escuchar, no podrá comprender la totalidad del mensaje porque no deja que el emisor se exprese completamente.

- Susplicacia o falta de aceptación hacia al emisor: No nos gusta escuchar a la gente de la cual desconfiamos o en realidad lo que pasa es que el receptor no le gusta aceptar que el emisor posee una capacidad especial en el mismo campo, es decir, crea una barrera con respecto al emisor debido a la poca empatía o conocimiento tiene sobre la fuente”. (López y Linares Rivas, 1997:44)
- La falta de credibilidad, la cual radica en que el receptor no tiene certeza de lo que el emisor le expone es fidedigno.
- La ignorancia o falta de conocimientos de un tema determinado impedirá o limitará la comprensión de mensaje por parte del receptor.

Otros de los problemas o barreras de la comunicación interpersonal son el ruido o distorsión entendiéndose por adición o mutilación. El ruido afecta la fidelidad del mensaje original, evita el proceso de comunicación ideal; bajo criterio, el ruido puede ser psicológico (cuando no se esta dispuesto a entablar una comunicación); físico (por ejemplo espacios muy grandes, mala acústica del lugar, grandes distancias); y por último el ruido fisiológico o semántico -cuando está mal estructurado el mensaje-. (López y Linares Rivas, 1997:45)

Unos de los factores que afectan los mensajes o que crean distorsión y que constituyen barreras de comunicación son:

- “Deseo de simplificar el mensaje: Enviar mensajes incompletos o que dejan ideas –sueltas-.
- Mensaje insensato: cuando se envían mensajes incoherentes.
- Deseo de hacer más agradable o desagradable el mensaje: De acuerdo al tipo de relación que llevamos con esa persona, formulamos el mensaje.

- Sentido unívoco de las palabras: Cuando creemos que las palabras solo tiene un solo significado.
- La inferencia y las observaciones: Inferimos o deducimos de lo que recibimos del mensaje.
- Selectividad. Se refiere a la retención selectiva que es aquella que se aprenda fácilmente lo que nos gusta o nos importan y no retener lo que nos interesa”. (*López y Linares Rivas, 1997:46*)
- El empleo de códigos que sólo un grupo determinado conoce y cuando es empleado crea un –hueco- en la comunicación.

Las barreras de la comunicación pueden ser de distinta naturaleza, razón por la cual se les ha clasificado en: físicas, fisiológicas, psicológicas, semánticas, administrativas, etcétera.

1.- “Las barreras físicas se producen cuando falla algunos de los medios físico que se han de utilizado para transmitir el mensaje; por ejemplo: el exceso o falta de iluminación, los sonidos o ruidos con un volumen alto, el calor o el frío en exceso, etc. Los cuales impiden que el mensaje llegue con claridad”. (*De la Torre Zermeño, 1998: 41*)

2.- “Las barreras fisiológicas se atribuyen a las deficiencias organizadas de la persona emisora o receptora; por ejemplo, una alteración de los órganos de los sentidos, deficiencia en la escritura (caso emisor) o de la lectura o del oído (en caso del receptor)”. (*De la Torre Zermeño, 1998: 41*)

Las barreras anteriores son barreras perceptibles fácilmente y se deben al lugar donde se quiere entablar una comunicación o a deficiencias físicas de alguno de los participantes.



3.- “Las barreras psicológicas constituyen el resultado de la diferencia de las personalidades entre el emisor y el receptor, puesto que cada persona emite e interpreta los mensajes con base en sus valores, prejuicios, normas, hábitos, costumbres, etc”. (De la Torre Zermeño, 1998: 41)

4.- Las barreras semánticas se “hacen patentes cuando los signos que se usan para la comunicación tienen distinto significado para el emisor y el receptor, pues cada quién interpreta las palabras de manera diferente y con base en las vivencias y acervo cultural de cada persona, lo que trae como consecuencia la incomprensión del mensaje del emisor”. (De la Torre Zermeño, 1998: 41)

5.- Las barreras administrativas “surgen debido a una mala estructuración administrativa, una mala planeación o deficiencia en los canales operacionales y de mando”. (De la Torre Zermeño, 1998: 42)

6.- “Barreras filosóficas se ponen de manifiesto cuando existen diferentes formas de pensar entre una persona y otra, estas diferencias se deben a las diferentes formas de interpretar tanto el mundo como la vida”. (De la Torre Zermeño, 1998: 42).

En términos generales estas son las barreras más comunes en la comunicación y las formas en que se clasifican estos obstáculos comunicativos interpersonales que pueden ser generales para todos los tipos de comunicación.

## CAPITULO II: Comunicación Escrita

## CAPITULO II. La Comunicación Escrita

En este apartado definiremos la comunicación a través de la escritura, además de hacer un breve recorrido desde la aparición de la escritura hasta el uso que se le da en la actualidad y en base a esto comprenderemos integralmente el proceso de la comunicación interpersonal por medio del lenguaje escrito y los canales electrónicos.

*“La escritura es la que hace al hombre más civilizado”*

### 2.1 ¿Qué es la escritura?

Una de las primeras formas de comunicación del hombre fue el lenguaje oral, cuyo propósito en sus inicios era comunicarse para poder sobrevivir. A medida que transcurría el tiempo las necesidades del hombre se iban incrementando y transformando, una de ellas era la demanda de un tipo de comunicación no tan pasajera o momentánea. De ahí surgió la necesidad de perpetuar el poco conocimiento que se poseía y lo que deseaba transmitir mediante una nueva forma de comunicación.

Partiendo de esta necesidad de crear un código nuevo o una nueva forma de comunicarse que representará al primitivo lenguaje o comunicación oral que existía en aquel entonces. A causa de esto nació la escritura en sus formas más primitivas como la mampostería, jeroglíficos, pinturas rupestres entre otros.

La escritura surge como una forma más de comunicación del hombre y así como un distintivo entre el hombre y los animales; podríamos decir que es una de las características que humanizan al hombre, porque es una comunicación creada, estructurada, y reglas para poder transmitir algo, y los animales solo utilizan la comunicación innata y no crean o evolucionan sus canales de comunicación de la forma que lo hace el hombre.

La escritura “es un conjunto de sistemas de signos visuales, letras, logogramas o símbolos para representar gráficamente la lengua hablada y dar conocimiento de ideas, cuya materialización de la palabra signo se considera como la primera y la más tradicional de la comunicación colectiva: libro y prensa”. (*De la Mota, 1998: 90*).

En términos generales la escritura es sólo una mera representación del lenguaje como de las cosas, acciones, circunstancias, etcétera; como el lenguaje oral pero a diferencia de éste, el escrito es materializado sobre alguna superficie que lo hace más perdurable.

La escritura es la forma de perpetuar o hacerla más duradera a la comunicación por medio de representaciones como se menciona en la definición anterior y que pueden ser por medio de signos o grafías en cualquier tipo de superficie o en un sin fin de materiales.

De la Mota expresa que la escritura “es la hazaña intelectual en la historia del hombre de mayor trascendencia y el modo más seguro de dejar por sentado en forma gráfica lo que pensó y lo que dijo: En los garabatos ya no puede existir duda del modo de ser, pensar, opinar, sentir, obrar, y de otras tantas formas como se puede manifestar la esencia humana”.

En conclusión la escritura “es la representación del pensamiento o de la palabra mediante letras o signos trazados sobre papel u otra superficie, con lápiz, pluma u otro instrumento que sirva para escribir y así comunicar algo”. (*Méndez Torres, 1990:148*)

De la definición Méndez Torres analizamos detalladamente algunos elementos o características que él considera como los esenciales de la comunicación escrita:

- “La escritura es una mera representación de las palabras que estas a su vez representa a las ideas, entonces la escritura representa a las ideas o pensamientos.
- En virtud de que el pensamiento es un “ente de razón”, no hay otra manera de darlo a conocer sino materializando con la sonoridad de la palabra hablada, expresándolo “hablando o escribiéndolo”.
- Se da a conocer mediante signos porque todo lenguaje esta compuesto de signos. De esta característica también se podría definir a la escritura como el conjunto de trazos o signos relacionados entre sí, significan palabras y estas a su vez ideas.

Así, “la escritura entendida en sentido amplio, es decir, incluyendo en ella todos los elementos icónicos, es producto y a la vez produce dos efectos poderosos: la autonomía relativa del universo representado y de su campo de acción y la capacidad de hacer explícitas algunas contradicciones y de esta manera superarlas. Por su parte, la reflexión oral tiene menos posibilidades de deslindarse del contexto donde se produce por que no se manifiesta en un medio independiente de la misma situación”. (Vilar, 1999:55)

## 2.2 Antecedentes de la Comunicación Escrita

La escritura tuvo su origen en las antiguas civilizaciones y surge como “una forma de grafías que comenzó a reflejar los trabajos de la mente y del corazón humano a finales del cuarto milenio antes de nuestra era en

Mesopotamia, ahí en esa franja inmensa que se extiende a lo largo y en medio de dos ríos, el Tigris y el Éufrates, vinieron los grandes reinos mesopotámicos de los sumerios, a ellos se les atribuye la gloria y el derecho de haber sido los inventores de la escritura”. (*Méndez Torres, 1990:151*)

La escritura nace bajo la tutela de esta civilización con propósitos comunicacionales así como religiosos aún siendo ésta muy rudimentaria y sin ningún tipo de reglas; y como la afirma Robert R. Biggs en el libro de Lenguaje Oral y Escrito de Méndez Torres, nos dice: “Dicha escritura fue inventada por los sumerios, y evolucionó hasta el sistema de signos en forma de cuña, llamado signos que ha llegado hasta nuestro días como uno de los más exquisitos y complejos sistemas de escritura jamás ideados, estaba siendo desarrollada para satisfacer las necesidades de los sacerdotes y reyes de Egipto”.

Entonces la escritura nace como una alternativa de comunicación para el hombre, así como una forma de hacer del conocimiento de ese entonces no tan pasajero y que no se desvirtuará, es decir, que tuviera menos errores al momento de transmitir todo lo que era el hombre y conocía a las nuevas generaciones.

“El descubrimiento de la escritura provocó entre otras cosas, la formación de una clase especial de escribas supeditados al poder real y al mismo tiempo relativamente independientes quienes atendían tres aspectos fundamentales: la situación de los hombres con los poderes divinos y los mitos de fundación; la situación de las posesiones reales, es decir, la administración; y la regulación de la vida en común, es decir, la burocracia y la edición de leyes”. (*Vilar, 1999:78*)

Cómo lo explica Vilar la escritura desde su aparición como medio de comunicación era sólo para unos cuantos, es decir, sólo para la realeza, para los

dirigentes de las religiones o para los estudiosos; por el contrario para el grueso de la población no existía la escritura como una alternativa de real comunicación.

A principios de este nuestro siglo la situación no es totalmente distinta en gran parte del mundo, la mayoría de las personas por naturaleza son analfabetas y esto constituye una de las limitantes de la comunicación a través de la escritura.

Afortunadamente las cosas han cambiado considerablemente sobre todo en México porque el índice de analfabetismo ha disminuido (Según estadísticas del INEGI en 1990 la población alfabetizada de México era de 87.4%, en el 2000 era de 90.5% y en el 2005 de 91.5%) y ahora esta herramienta comienza a constituir una alternativa de comunicación, aunque aun sigue existiendo personas que no saben leer o escribir un código determinado y mientras suceda esto seguirá siendo una barrera en lugar de una herramienta.

### 2.3 Definición de Comunicación Escrita

Lo primero que tenemos que poner en claro es que nosotros entendemos por comunicación escrita: “la que se vale de la escritura para hacer llegar los mensajes de un emisor a un determinado receptor y éste a su vez da una respuesta por el mismo medio (aunque en ocasiones la respuesta tiende a no ser inmediata) formando así el proceso de la comunicación”.

Además tenemos que diferenciar el lenguaje de la comunicación; por lo cual el lenguaje es medio o soporte físico de la comunicación entre los seres humanos a través de signos orales y escritos que poseen un significado; en un

sentido más amplio, es cualquier cosa de la que se sirve para comunicarse. Y Comunicación es un proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes; entonces lenguaje es el medio o soporte y la comunicación es el proceso de intercambio.

A manera de referencia, la comunicación verbal se divide en oral y escrita. La oral se basa en fonemas y la escrita en símbolos que representan a la palabra.

El proceso de la comunicación escrita es muy similar a cualquiera de los otros tipos o formas de comunicación pero a diferencia de éstas, en la comunicación escrita, el canal es la escritura (grafías).

La comunicación escrita es aquella que se efectúa directa o indirectamente a través de un mensaje impreso o en forma mecánica o manual. *(Méndez Torres, 1998: 55).*

Debemos de tener en cuenta en la comunicación escrita es la idea de lo que queremos transmitir en base a una estructura de cómo lo vamos a presentar al receptor y elegir el soporte técnico, es decir, dónde vamos a plasmar el mensaje para que éste llegue a su destinatario como:

- Medios Impresos o escritos a mano como cartas, boletines, libros, manuscritos, etc.
- Medio Electrónico (por medio del Internet): correo electrónico, mensajero instantáneo (messenger), mensajes escritos por telefonía celular, fax, entre otros. Ya establecido el soporte técnico será enviado el mensaje y dependiendo de este, así será la retroalimentación.



A grandes rasgos esto es la comunicación escrita o la comunicación que se da mediante grafías y que sirve para perpetuar el habla así como conocimientos y un sin fin de cosas.

## 2.4 La comunicación a través de la escritura (uso práctico).

*“Para la comunicación, la escritura es una forma más de lograr su cometido, el cual es que dos o más personas pongan algo en común.”*

La comunicación a través de la escritura se apoya en grafías para plasmar un mensaje sobre una superficie y así transmitir una idea completa. Se ha utilizado desde tiempos inmemoriales para comunicarse como en las antiguas civilizaciones hasta nuestros días.

El emisor se vale de la escritura para hacer llegar un mensaje a un receptor con el cual existe una barrera de tiempo o lugar, es por ello que se utiliza este medio desde épocas antiguas así como el lenguaje oral como las únicas formas para comunicarse.

Este medio se utiliza en cartas, boletines, artículos, libros, por mencionar algunos con un sin fin de propósitos ya sea comerciales, personales, económicos, religiosos, entre otros.

La carta es el medio impreso más común en la época reciente de la que se sirve la comunicación interpersonal para poder enlazar a dos personas con cualquier propósito; este sería el ejemplo más claro de comunicación escrita interpersonal.

La comunicación por medio de la escritura está ligada a un tiempo y espacio, es más estática y permanente. Pero se hace más dinámica cuando se asemeja a la oral. *(Fonseca Yerena, 2005: 13)*

Es importante resaltar que la escritura tiene un papel primordial en la vida cotidiana actual como lo fue en la antigüedad para facilitarnos la vida, ¿qué haría si buscáramos una papelería y no tuviera letrero escrito el negocio? Nos tocaría entrar negocio por negocio hasta encontrar lo que buscamos. En ello radica parte de la importancia de la escritura. De ahí que nos simplifica la vida, la comunicación por medio de la escritura, además que ésta puede ser comprobable y conocer la fuente en la mayoría de las ocasiones.

La escritura si constituye una alternativa real de comunicación. Ahora la gente se comunica por medio de la escritura como un medio eficaz para subsanar sus necesidades de comunicación con las demás personas.

La evolución de la comunicación escrita ha sido muy significativa, en el ejemplo más claro, la carta que antes viajaba por algún medio de transporte físico, ahora es transportada por canales electrónicos que son mas rápidos, y económicos. Y sigue siendo igual o más efectiva que antes.

Aunque en la actualidad su verdadero auge es por la modernización a través de éstos canales o medios de comunicación electrónicos como el internet, los teléfonos celulares, el fax, entre los más comunes.

## 2.5 Mensajes Escritos

Lo primero que requerimos es conocer que son los mensajes para poder definir a los mensajes escritos y todo lo que envuelve a esta parte del proceso

comunicación. Según Paoli “mensaje el está determinado por la etapa del proceso, separado del emisor y del receptor. Y el mensaje consiste en una señal o conjunto de señales organizadas y emitidas que el receptor interpreta. La interpretación para el receptor puede tener un significado más o menos similar o más o menos diferente que para el emisor”.

En cuanto que el significado Schramm nos dice “un mensaje entre el emisor y receptor se le conoce como “marco de referencia” de dos colectividades y dice que mientras este sea diferente, aumentará la dificultad de comunicarse o de compartir un conjunto informal”. (Paoli, 2000:63)

La interpretación del mensaje se complica aún más, ya que hay diferentes tipos de significados. “Uno denotativo, que es común, como la palabra árbol, mesa, etc. Tienen significados señalados por el diccionario; pero también existen significados connotativos”, de contenido emocional esto según Paoli.

Con lo cual se quiere expresar de un mensaje tiene dos significados: uno lo que realmente representa el mensaje y el segundo lo ese mensaje evoca a la persona.

Para la elaboración de un mensaje el emisor debe tomar en cuenta el contexto del receptor para así poder producir un mensaje con mayor calidad y sea más fácil de comprender y aceptar por parte del receptor.

Debemos que tener presente que los individuos que reciben un mensaje, lo relacionan con grupos sociales a los que están adscritos; y consideran negativo o positivo, aceptable o condenable, el mensaje, según ayude o no al buen funcionamiento de sus grupos de referencia. (Paoli, 2000:65)

Los mensajes también están en función de la sociedad y del protocolo en que los realizan los individuos involucrados. Esto es a causa de que no todos los individuos van a “crear y recibir” de la misma forma los mensajes.

Berlo nos señala que los mensajes son esfuerzos para encodificar ideas y con esto elegimos símbolos y disponemos de una manera sistemática. Además nos menciona que los mensajes son la expresión de las ideas (contenido), expresadas en determinada forma (tratamiento) mediante el empleo de un código.

Mensaje es la secuencia de signos o señales construidas según unas reglas combinadas y precisas, que un emisor envía a un destinatario a través de un canal, cuya forma resulta de la naturaleza de los medios empleados para la comunicación y del código utilizado. *(De la Mota, 1998: 83)*

Tomando la definición de mensaje del autor anterior podemos definir que un mensaje escrito es: “la secuencia de signos o señales construidas según reglas establecidas para su combinación, que envía un emisor a un receptor por medio de un canal que es -la escritura o grafías- y cuya retroalimentación dependerá de los soportes técnicos como la tecnología por la cual se envía el mensaje escrito al destinatario”.

## 2.6 Ventajas y Desventajas de la Comunicación Escrita.

La comunicación escrita es ahora uno de los sistemas más utilizados para comunicarse con otra persona, grupos o masivamente es por ello que en este inciso daremos a conocer algunas de las ventajas que tiene esta forma de comunicación humana.

Las ventajas son:

- Es mejor para los hechos y opiniones. Se puede extender la información infinitamente.
- Mejor para mensajes difíciles y complicados.
- Puede ser revisada. En este sentido la información se puede verificar cuantas veces sea necesario.
- Útil cuando se necesita llevar un registro al que se hace referencia posteriormente.
- Puede planificarse cuidadosamente y estudiar antes de transmitirla.
- Puede eliminarse sus errores antes de transmitirla. En este sentido se puede corregir posibles errores del mensaje antes de que llegue a su destinatario.
- Es duradera.

La comunicación escrita es más reflexiva o razonada, evita la redundancia, tiene la cualidad de ser estática o dinámica según se le requiera.

En el capítulo anterior de “las barreras o problemas de comunicación” mencionamos que todos los tipos o formas están expuestos a dichos errores y la comunicación escrita no es la excepción. Las abordaremos desde un punto de vista como “desventajas” con respecto a sus limitantes.

Desventajas:

- Es más cara y hay que dedicarle más tiempo. Al no tener cerca al emisor no se puede consultar las dudas y se puede prestar el mensaje a malas interpretaciones.

- La retroalimentación tardada (dependiendo por donde se envié el mensaje escrito)
- Carece de pistas orales para interpretar el mensaje.
- Carece también de expresiones no verbales para fortalecer y apoyar el mensaje.
- Hay gente que no sabe leer o escribir.
- En ocasiones no puede estar seguro de que fue leído su mensaje.
- Le falta calor, es decir, puede carecer de emotividad dependido esto del receptor y del momento en que se lee, él mensaje.

## CAPITULO III:

## Las Nuevas Tecnologías: Mensajes de Texto por Telefonía Celular y Correo Electrónico.

## CAPITULO III. Las Nuevas Tecnologías (Mensajes de Texto por Telefonía Celular y Correo Electrónico).

En este capítulo conoceremos qué es el correo electrónico y qué son los mensajes de texto por teléfono celular; cómo se manejan y cómo surgen desde la perspectiva tecnológica y el uso en la comunicación.

*“La tecnología fue creada para simplificar la vida cotidiana”*

### 3.1 ¿Qué es el Internet?

En los capítulos anteriores se ha mencionado la necesidad del hombre por estar más y mejor comunicado es por ello que se han implementado canales o medios artificiales para hacer de la comunicación un factor determinante en la vida del hombre y de todo lo que lo rodea en la actualidad.

La necesidad de comunicación en gran medida ha sido el impulso la creación de nuevas formas o alternativas de comunicación y entre ellas se encuentra el “internet” del cual conoceremos lo básico así como su estructura mediante una definición tecnológica del mismo.

Tecnológicamente el internet “es una red de redes de computadoras. Las conexiones de redes en ocasiones son simples líneas telefónicas, sistemas de microondas, de fibra óptica o cables construidos para ese propósito”. (*Dominick, 2000:326*)

En términos técnicos significa que “un grupo de dos o más redes están conectadas de forma electrónica, es capaz de comunicarse con otro. Y se trata



de un conjunto de protocolos que determinan la trayectoria de la información de una máquina a otra a lo largo de las redes”. (Dominick, 2000: 328)

A grandes rasgos esto es Internet desde un punto de vista de técnico, en la actualidad es más que eso, es un nuevo sistema o forma de comunicarse entre los seres humanos y que ayuda a “vencer” las barreras de tiempo y espacio.

Es una nueva forma de interacción personal o socialización; sirve en las diversas actividades del hombre como en la economía, la política, la cultura y demás.

Entonces en términos de comunicación, el Internet “es un medio de comunicación masivo o interpersonal donde se puede entablar una conversación, revisar información o conocer que sucede del otro lado de mundo”.

“Con la llegada de la computadora y las redes de comunicación, internet ha constituido un nuevo canal para la comunicación masiva asistida por máquinas”. (Dominick, 2000:325-329)

El internet es multifuncional (variedad de usos) en la actualidad, además de ser uno de los grandes distintivos de este siglo XX y XXI. Mediante él se puede enviar imágenes, sonidos, videos, escritos, entre los más importantes, y por medio de numerosos programas y empresas que trabajan al servicio de los usuarios.

El internet está involucrado en todas las actividades humanas de este siglo como un factor determinante como en el sector científico, académico,

laboral, de entretenimiento por mencionar algunas. Porque por medio del cual se puede encontrar las investigaciones científicas más avanzadas de cualquier rubro y de cualquier parte del mundo, así como intercambiar datos e información para poder mejorar en diversas áreas, en el aspecto laboral se utiliza desde encontrar empleo o hasta estar en contacto con los jefes y hacer el trabajo bajo supervisión de los mismos, etc.

“Mediante el internet se puede estar en contacto con amigos en lugares lejanos del planeta, conseguir información de la universidad en la que se desea estudiar, realizar compras, vender y adquirir acciones, rentar un apartamento, obtener información médica e inclusive conversar con deportistas y políticos”.  
(Fernández Collado, 1998: 376)

Básicamente internet se usa para buscar y compartir información. A esta información se puede acceder de diversas formas, lo que da lugar a los distintos servicios de internet. Los principales servicios son los siguientes:

1. “Navegación web, consiste en consultar páginas web pasando de unas a otras conociendo sus direcciones o utilizando los hipervínculos que hay entre ellas. Además de que pueden realizar búsquedas ya sea de otras páginas, información, gente, noticias, entre otros.
2. Correo Electrónico, es la posibilidad de contar con una dirección en la que se pueden recibir y enviar mensajes a otros usuarios.
3. Foros, son como tableros de anuncios agrupados por temas, en los que los usuarios depositan sus mensajes o contestan a los de otros, encadenándose largas secuencias de respuestas.
4. Chat, es la posibilidad de comunicarnos en tiempo real (lo que escribimos es inmediatamente leído por los otros) con otras personas en salas públicas o privadas.

5. Mensajería Instantánea, nos brinda la posibilidad de avisarnos cuando algún conocido se conecta a internet, para poder establecer una comunicación en tiempo real directamente.
6. La transferencia de archivos (FTP), es un servicio que permite la transferencia de archivos en internet.
7. Las listas de correo o listas de distribución. Es algo similar a los foros pero los mensajes que envían los usuarios no van a un lugar público, el foro, sino al correo de cada uno de los miembros de la lista.
8. El intercambio de archivos, con este nombre se hace referencia a un servicio que permite a usuarios particulares intercambiar archivos de sus ordenadores sin la intervención de servidores externos (FTP). Este servicio ha impulsado la copia y distribución ilegal de software y música, pues se ha vuelto complicado buscar un culpable al ser los usuarios particulares los que intercambian los archivos”. *(Pág. Web, Servicios editoriales para la documentación libre en español, 2006)*

En general estos son los servicios que ofrece el internet de ahí la importancia y el auge que está viviendo en todo el mundo debido a la gama de servicios que ofrece este medio tan completo.

### 3.2 El internet en México

Las comunicaciones en México han evolucionado constantemente aunque a menor medida con respecto a los países industrializados o llamados de “primer mundo”, incluyendo al nuevo medio de comunicación y/o información o visto desde otra arista como un canal de comunicación; el internet en México es relativamente reciente, es por ello que abordaremos los puntos principales de la incursión de nuestro país al ciberespacio (internet).

“Los orígenes de internet en México se remontan a 1987. Donde universidades públicas y privadas comenzaron a utilizarlos y estudiar sus posibles aplicaciones y adaptaciones para nuestro país. En 1992 se crea MEXNET, A. C. una organización de instituciones académicas que buscaba en ese momento: promover el desarrollo de Internet Mexicano, establecer un Backbone Nacional, crear y difundir una cultura de redes y aplicaciones en relación al internet y contar con conexiones a nivel mundial”. *(Pág. Web, La Sociedad Internet de México, 2005)*

Así fue como se comenzó a introducir la “cibercultura de la comunicación”, es decir, el uso social del internet para todos los fines y necesidades en México, desde una perspectiva académica debido a que las pioneras en este rubro fueron instituciones educativas debido a la necesidad de las mismas de estar a la vanguardia y es a principios de 1994, cuando se comienza a desarrollar los servicios de red (www).

- “El ITESM (Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey) inicia un home page experimental.
- La UDLA (Universidad de las Américas) desarrolla su Mosaic.
- La UDG (Universidad de Guadalajara) presenta su Mosaic y desarrolla una sección sobre arte y cultura mexicana”. *(Pág. Web, La Sociedad Internet de México, 2005)*

Para 1994 Situación de la Red Nacional era:

- “Bajo el dominio mx estaban declaradas 44 instituciones académicas, cinco empresas en com.mx y una institución en gob.mx.
- Se habían asignado 150 direcciones IP (protocolo de internet) en México de las cuales 50 eran clase B y 100 clase C.

- Para este año existían ya nueve enlaces internacionales: dos del ITESM, dos de RTN (Research Training Networks), dos de Red UNAM, uno de CETyS (Centro de Estudios Tecnológicos y de Servicios), uno de Instituto Tecnológico de Mexicali y uno de UABC (Universidad Autónoma de Baja California).
- En 1995 teníamos la posición 31 en base al número de hosts (sitios o archivos de texto) registrados y todavía ocupamos el segundo lugar en Latinoamérica después de Brasil.
- El número de servidores World Wide Web creció 160% entre 1994 y 1995, actualmente es de cerca de 2000%.
- Para diciembre de 1996 los dominios “.mx” eran 2,618” (*Pág. Web, Sociedad Internet de México, 2005*) Y para nuestros días es de 200,000 sitios aproximadamente.

### **LOS PRONÓSTICOS DE LA TENDENCIA DEL INTERNET EN NUESTRO PAÍS SEGÚN LA SOCIEDAD MEXICANA DE INTERNET SON:**

- “Redes más sólidas y estables, crecimiento en negocios y comercio electrónico.
- Más y mejores servicios de red.
- Nuevas oportunidades de estudios y explotación del área de educación.
- Migración de herramientas de edición publicitaria, groupware de oficina, de entrenamiento, tutoriales, de multimedia, todos en versiones internet (HTML).
- Las nuevas tecnologías y medios de transmisión reducirán significativamente los precios y aumentarán la facilidad de uso. La nueva televisión digital será la última frontera.
- Crecimiento de la industria de entretenimiento.

- Nueva legislación para regular el medio.
- Nuevas aplicaciones de audio y videoconferencia. El correo electrónico será una necesidad social”.

En la actualidad el internet cumple con diversas funciones como la de facilitar y agilizar el trabajo en las diferentes áreas en las que ha incursionado el hombre; este canal de comunicación esta en pleno auge y puede lograr ser una herramienta indispensable para los mexicanos, así como ya lo es para los ciudadanos de los países industrializados.

Aunque en este rubro nuestro país esta muy lejos de lo que pudiera ser o explotar de este nuevo canal de comunicación del siglo XXI. Se debe trabajar en la difusión sobre el conocimiento, funciones y aplicaciones del mismo.

### 3.3 Antecedentes del Correo Electrónico

El primer antecedente del correo electrónico es la escritura como tal y la conocemos, la cual se remonta desde la aparición y su uso para dar a conocer un mensaje determinado.

El Correo electrónico tiene como principio el envío de mensajes escritos así como los antecesores tradicionales como las cartas, edictos, boletines o cualquier forma de comunicación escrita que se ha utilizado a lo largo de la historia. Pero no podemos conocer esta herramienta aisladamente es por ello que necesitamos conocer sus antecedentes para comprender lo que es al día de hoy y entre los cuales destacan los siguientes:

- “1794: Claude Chappe (1763-1805) crea el telégrafo óptico. Este sistema permitía enviar un mensaje entre París y Lille en solo 2 minutos, ciudades

separadas más de 200 Km.

- 1844. Los estudiosos del tema consideran que el primer telegrama de la historia lo envió Samuel F. Morse.
- 1876. Graham Bell (1847-1922) utiliza por primera vez el teléfono.
- 1889. En España, se crea el Cuerpo de Correos.
- 1904. Se inventa el primer contestador telefónico y se transmite por cable una fotografía en Alemania.
- 1911. Primer correo aéreo, entre Londres y Berkshire.
- 1914. Se realiza la primera conversación telefónica a través del Océano Atlántico.
- 1958. El Departamento de Defensa estadounidense crea la ARPA (Advanced Research Projects Agency), como una respuesta inmediata al lanzamiento del *Sputnik I*, el 4 de octubre de 1957, por parte de la URSS (Unión Soviética).
- 1961. Hace su aparición el modelo CTSS (Compatible Time-Sharing System) en el prestigioso MIT. Mediante este sistema, los usuarios se conectaban desde una terminal con un ordenador modelo 7094, y almacenaban ficheros en el disco. El objetivo de este modelo era poder compartir la información, mediante un nuevo mecanismo: los usuarios se pasaban mensajes unos a otros, creando mensajes en directorios comunes. El destinatario, al conectarse después al sistema CTSS desde cualquier terminal, podía mirar si tenía algo para él, buscando en -su directorio personal-. A este tipo de correo electrónico, Ian R. Hardy lo denomina intra-computer email, en contraposición al network email, que aparecería posteriormente con el advenimiento de ARPANET.
- 1967. Lawrence G. Roberts establece las ideas de la conmutación de paquetes para una futura red global.
- 1969. Ya hay 4 host conectados a ARPANET. Son los de las siguientes

universidades: Stanford Research Institute, “UCLA” Universidad de California Santa Bárbara y Universidad de Utah.

- 1971. En los primeros tiempos del correo electrónico, no existía un programa de correo propiamente dicho que permitiera enviar un mensaje de un usuario a otro; lo que se hacía era colocar en un directorio predeterminado el fichero que contenía el mensaje que queríamos que leyeran. De ese modo, cuando el destinatario quería saber si tenía correo, entraba en dicho directorio, y miraba si había algo. En julio, Larry Roberts crea el primer programa de gestión de correo electrónico, que permite listar, leer condicionalmente, archivar, responder, o reenviar mensajes de correo.
- 1972. Steve Walker crea la primera lista de distribución de correo electrónico de ARPANET MsgGroup.
- 1990. Desaparición oficial de ARPANET.
- 1995. Telefónica anuncia la próxima aparición de un producto que denominarían Infovía, mediante el que sería posible acceder a Internet”. (Pág. Web, Telecable, 2006)

A grandes rasgos estos son los antecedentes o hechos que fueron precursores del correo electrónico, los cuales están íntimamente ligados a la telefonía debido a que se apoyan en la misma plataforma tecnológica, es decir, que su estructura y los protocolos de comunicación que utilizan son los mismos o muy similares.

### 3.4 Definición y las Funciones del Correo Electrónico

Unas de las funciones del Internet es facilitar la comunicación entre las personas, empresas, gobiernos, instituciones por mencionar algunas y una forma de darse es por medio del correo electrónico o mejor conocido como e-



mail a nivel mundial y es una de las formas más populares y utilizadas en el internet.

Correo Electrónico (E-mail) lo podemos definir como “el envío de mensajes a una computadora central para recuperarlos cuando el destinatario lo considere”. (*Fernández Collado, 1998: 377*)

Pero esta definición no aporta mucho debido a que es un concepto técnico. Aunque también podríamos considerarlo como un buzón electrónico donde se puede recibir, almacenar y enviar mensajes de texto, imágenes, sonidos, multimedia (imagen, video, voz, etc.), entre otros; el cual es utilizado con fines ya sean personales, académicos, sociales, laborales, políticos, comerciales, entre los más importantes.

El correo electrónico también lo podríamos definir como un buzón personal electrónico, por medio del cual las personas envían y reciben mensajes de todo tipo para estar en constante comunicación con las demás personas y con el exterior.

Tecnológicamente “Funciona bajo el sistema cliente / servidor. Para enviar y leer, este tipo de correo es necesario que el usuario entre a otra computadora (servidor), donde está el buzón. Los mensajes no se limitan al texto. También se puede enviar archivos adjuntos, como imágenes y hojas electrónicas. El correo electrónico es rápido, económico y confiable. Es el recurso más utilizado de internet. (*Dominick, 2000: 329*)

Como lo mencionó Dominick es necesario acceder a una computadora con conexión a internet para poder revisar el contenido de su “buzón” y realizar las tres principales funciones del correo electrónico que son: recibir, almacenar y enviar mensajes.

El correo electrónico es muy útil, aunque tiene sus inconvenientes. No es tan formal como una carta impresa, así que en algunos casos no es el modo adecuado de comunicar algo. En segundo lugar, no es tan privado como las cartas que vienen en sobre, ya que el mensaje viaja a través de varias computadoras a las que tiene acceso otras personas que podrían verlo. Por último, la persona que envía el mensaje nunca sabe con exactitud cuando llegará a su destino final, algunos llegan en cuestión de minutos otros tardan horas. *(Dominick, 2000: 329)*

“La novedad del sistema ha estimulado relaciones que antes no se daban o que por lo regular se establecían frente a frente. Los comunicados que antes llegaban a unas cuantas personas ahora llegan a todo el mundo y cada decisión sin importar lo insignificante que sea, circula por esta vía”. *(Dominick, 2000: 329-330)*

El correo electrónico ha roto los esquemas de los tipos y formas de comunicación, debido que éste establece una nueva manera de darse comunicación interpersonal, si decidiéramos clasificar esta manera de interacción entre personas no la podríamos situar dentro de la comunicación de masas ni totalmente en la comunicación interpersonal sino que es una combinación de ambas, es decir, la comunicación que se ejerce por medio del correo electrónico es “comunicación interpersonal asistida por canales tecnológicos o artificiales y se da de manera eficiente y en ocasiones hasta anónima.

“Así, el correo web tiene la ventaja de que no es necesario configurarlo, de que puede consultarse desde cualquier computadora y que es más difícil infectarse por un virus, a no ser que bajemos algún archivo adjunto al mensaje. Y las desventajas son, entre otras, su poca capacidad de almacenamiento -la

que nos otorga la compañía que nos esta brindando el servicio -". (*Pág. Web, Servicios editoriales para la documentación libre en español, 2005*)

Aunque en la actualidad las empresas que brindan "cuentas de correo electrónico" han hecho un esfuerzo considerable para que los usuarios tengan "buzones" con mayor capacidad de almacenamiento, envío y recepción.

"El correo POP es rápido, no se necesita estar conectado para redactar los mensajes, sólo hay que conectarse a la hora de enviarlos; los mensajes se descargan a nuestro ordenador desde el servidor (por lo que la capacidad de este correo nos la marca nuestro ordenador) y podemos leerlos luego desconectados de internet. Una de las desventajas es que más fácil infectarse por un virus y que es necesario configurarlo antes de usarlo". (*Pág. Web, Servicios editoriales para la documentación libre en español, 2005*)

Este es un panorama general de lo que es el correo electrónico o simplemente llamarlo "buzón personal de comunicación y/o información". Lo que nos lleva a lo siguiente:

### 3.5 Ventajas y Desventajas del Correo Electrónico

El internet como tal tiene limitantes, por lógica son también del correo electrónico y pueden ser apreciadas desde varias perspectivas como prácticas, de conocimiento, físicas por mencionar algunas, tiene atributos que lo convierten en una herramienta muy atractiva para nuestras vidas, y dichas características mencionaremos a continuación.

Entre las limitantes o desventajas del correo electrónico destacan las siguientes las cuales se obtuvieron bajo una deducción empírica (mediante la observación del fenómeno):

#### Externas al medio:

- Se necesita de una computadora con todos los requerimientos “físicos” para poder acceder al correo electrónico como internet, luz, etc.
- Se requieren conocimientos básicos de computación así como de navegación en internet y por ende de correo electrónico, estas es unas de las condiciones primordiales para poder utilizarlos y en México no toda la población tiene dichos conocimientos básicos. El 65% de la población no es usuario de internet, según el INEGI.
- Actualmente los costos de estos equipos son altos, es por esta razón que no en todos los hogares e instituciones no cuenta con dicho equipo y de ahí el poco conocimiento del mismo.
- Sólo se puede comunicar con personas que tienen una cuenta de correo electrónico.

#### Internas al medio:

- La recepción de mensajes está limitada a un espacio determinado por la compañía que ofrece el servicio de correo electrónico.
- Si no se accede frecuentemente no se reciben los mensajes en tiempo y forma y no surten el mismo efecto debido a una revisión tardía (retroalimentación posterior).
- El envío de imágenes, sonido, multimedia está limitado o es muy lento dependiendo de la compañía que esté brindando el servicio.
- En ocasiones el correo es más eficiente que eficaz pero no es una regla. Esta premisa radica básicamente en el correo logra su fin de llegar al destinatario y después en ser reenviando (cumple con su objetivo); y su porcentaje de eficacia es menor debido a que este término se refiere a la optimización de recursos, es decir, en que se logre en menor tiempo

posible este proceso, porque en ocasiones la retroalimentación es posterior, que tarda más en darse respuesta en comparación a otro medio como el teléfono celular por citar un ejemplo.

- Existe una incertidumbre por parte del emisor, porque éste no sabe en que momento o cuanto tardara en llegar el mensaje que envía al receptor.
- La retroalimentación por medio del correo electrónico casi siempre no es inmediata sino tardía, si es que llega a darse.
- Si no se accede frecuentemente se cancela la cuenta de correo electrónico.

Ventajas Externas al medio:

- Es muy económico enviar y recibir mensajes de texto, imágenes, sonido, multimedia, etc.
- Puedes comunicarte con empresas, instituciones o personas sin importar en qué país en que se encuentren.

Internas al medio:

- Inmediato y Cómodo
- El costo no varía en función de la ubicación física del destinatario.
- Es dinámico, ya que te permite la posibilidad de recibir tu correo aunque no estés en el lugar donde lo usas habitualmente –puedes consultarlos en cualquier computadora enlazada a internet-. *(Pág. Web, Servicios editoriales para la documentación libre en español, 2005)*

### 3.6 Antecedentes de la Telefonía y del Celular

A manera de introducción haremos una breve reseña de los antecedentes más importantes de la telefonía en general.

- “En 1854: Charles Boursel, describió el principio del teléfono sin poder llegar a materializarlos en la realidad.
- En 1876: Alexander Graham Bell solicitó patente para su teléfono.
- En 1879: Ya existían centrales telefónicas en 20 ciudades de Estados Unidos”. (*Gómez Bessa, 1955: 58*)

“La evolución técnica del teléfono quedó caracterizada por los correspondientes sistemas de marcar el número del interlocutor deseado. Los primeros teléfonos establecían una conexión punto a punto, posteriormente se consiguió mediante las conexiones de clavija conectar manualmente dos líneas determinadas”. (*Gómez Bessa, 1955:60*) Así sucesivamente comenzó la evolución de la telefonía hasta lo que es hoy en nuestros días; un moderno y complejo canal de comunicación.

#### Historia de la Telefonía en México según el archivo de la Comisión Federal de Telecomunicaciones en el 2006.

“La telefonía llegó a México en el año 1878 en la época del porfiriato, en sus inicios las compañías telefónicas eran gubernamentales y las primeras poblaciones que se unieron por medio del teléfono fue la ciudad de México y la localidad de Tlalpan que en ese entonces se encontraba a 16 kilómetros de la ciudad capital de México”. (*Pag Web de la Comisión Federal de Telecomunicaciones, 2006*)

Posteriormente se unieron todas las comisarías y en 1880, Porfirio Díaz dio a conocer la instalación del servicio telefónico en las actividades militares.

“El 18 de julio de 1882 se forma una nueva empresa telefónica, la constituyen los socios George Lea Sanders, Thomas A. Watson, M.L.

Greenwood y Emilio Berlines. Se instalaron en la calle de Santa Isabel número 61-2 en la ciudad de México". *(Pag Web de la Comisión Federal de Telecomunicaciones, 2006)*

"Para finales del año 1882, se pretendía lograr comunicación telefónica más allá de nuestras fronteras. El 24 de diciembre se intenta la comunicación entre Veracruz y Nueva York". *(Pag Web de la Comisión Federal de Telecomunicaciones, 2006)*

"En 1903 la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas otorga la concesión por 30 años al señor José Sitzenstätter para la explotación del servicio telefónico en la capital y alrededores". *(Pag Web de la Comisión Federal de Telecomunicaciones, 2006)*

"El señor Sitzenstätter se relacionó con la L. M. Ericsson ofreciéndoles la venta de la concesión y fue el 19 de abril de 1905 cuando se llevó a cabo el traspaso". *(Pag Web de la Comisión Federal de Telecomunicaciones, 2006)*

"En noviembre del mismo año se le concede un nuevo contrato a la Compañía Telefónica Mexicana, por parte de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas". *(Pag Web de la Comisión Federal de Telecomunicaciones, 2006)*

"La compañía Ericsson contaba ya con 32 concesiones para establecer líneas telefónicas de servicio público y privado adquiriendo dos estaciones portátiles inalámbricas marca Telefunken que permitían la comunicación a 200 kilómetros. Fue entonces cuando se decidió introducir a México el sistema telefónico automático, el cual fue inaugurado más adelante. La idea era sustituir a las operadoras por la telefonía automática". *(Pag Web de la Comisión Federal de Telecomunicaciones, 2006)*

"La constitución de Teléfonos de México se debió a las negociaciones

entre L. M. Ericsson de Estocolmo y Axel Wenner-Green, interesados en que una empresa mexicana asumiera el servicio que prestaba la Empresa de Teléfonos Ericsson, S. A., la cual era financiada desde 1929 con capital extranjero”. *(Pag Web de la Comisión Federal de Telecomunicaciones, 2006)*

“En 1946 la Compañía Telefónica y Telegrafía Mexicana, S. A. adoptó el sistema de seis cifras, anteponiendo un 3 y cambiando la letra que usaba como prefijo por el dígito que correspondía en el disco del aparato telefónico”. *(Pag Web de la Comisión Federal de Telecomunicaciones, 2006)*

“A finales de la década de los cuarenta, en México se vivía un proceso de industrialización acelerado; bajo ese marco, el 23 de diciembre de 1947 se constituyó Teléfonos de México, S. A. (Telmex). Iniciando operaciones el 1 de enero de 1948”. *(Pag Web de la Comisión Federal de Telecomunicaciones, 2006)*

“Transcurre el año de 1970; el nuevo gobierno dio impulso a las telecomunicaciones. Se continuó con el desarrollo de la telefonía vía satélite así como su expansión. Se conectaron 39 circuitos los cuales permitirían a México comunicarse directamente con Argentina, Brasil, Colombia, Chile, España, Francia, Inglaterra, Italia, Japón, Panamá, Perú y Venezuela, para tal efecto se utilizó la antena de telecomunicaciones instalada en Tulancingo, Hidalgo”. *(Pag Web de la Comisión Federal de Telecomunicaciones, 2006)*

El auge de la telefonía en México ha llegado a tal punto de querer tener uno disponible en cada lugar de nuestro país para estar siempre comunicado con los demás y de ahí la implementación de los teléfonos públicos, hasta llegar a introducir lo que es la telefonía celular que hoy en día cuenta con millones de usuarios y aún esta en pleno crecimiento.

Después de la popularización de los teléfonos en nuestro país y en el



mundo se implemento una nueva tecnología que permitía eliminar su carácter de fijo para ser móvil y hacerlo más dinámico y posteriormente se les denominó como teléfonos celulares.

En la actualidad los teléfonos celulares son herramientas muy comunes y usadas por casi cualquier persona sin importar nivel socioeconómico, cultural, religioso o laboral.

México constituye uno de los mejores mercados de América Latina es por ello que se han constituido numerosas empresas con la finalidad de brindar el servicio de la telefonía móvil a los habitantes de nuestro país y sobre todo fomentar la necesidad por tener un teléfono celular debido a que México cuenta con las más altas perspectivas de crecimiento para la telefonía móvil de América por su densidad de población.

#### Telefonía Celular.

Los teléfonos antes se limitaban sólo para hacer, recibir llamadas y estar fijos, ahora los teléfonos celulares son multifuncionales (diversidad de usos) ya que ahora toman fotografías, video, graban audio, se puede navegar en internet, transmitir imágenes entre otras cosas más. La evolución que han tenido la telefonía celular en cuanto a los sistemas en los que trabajan u operan estos:

El sistema de telefonía celular adquiere su nombre debido a la “división de las ciudades en pequeñas células o celdas. Esta idea permite la re-utilización de frecuencias a través de la ciudad, con lo que miles de personas pueden usar los teléfonos al mismo tiempo. Las compañías dividen a las ciudades en celdas. Cada celda generalmente tiene un tamaño de 26 kilómetros cuadrados. Las celdas son normalmente diseñadas como hexágonos por lo que existe una gran

rejilla de hexágonos”. *(Pág. Web, Jiménez: 2006)*

“Martín Cooper fue el pionero en esta tecnología, a él se le considera como "el padre de la telefonía celular" al introducir el primer radioteléfono, en 1973, en Estados Unidos, mientras trabajaba para Motorola; pero no fue hasta 1979 cuando aparecieron los primeros sistemas comerciales en Tokio, Japón por la compañía NTT”. *(Pág. Web, Jiménez: 2006)*

“En 1981, los países nórdicos introdujeron un sistema celular similar a AMPS (Advanced Mobile Phone System). Por otro lado, en Estados Unidos, gracias a que la entidad reguladora de ese país adoptó reglas para la creación de un servicio comercial de telefonía celular, en 1983 se puso en operación el primer sistema comercial en la ciudad de Chicago”. *(Pág. Web, Jiménez: 2006)*

“Con ese punto de partida, en varios países se diseminó la telefonía celular como una alternativa a la telefonía convencional inalámbrica. La tecnología tuvo gran aceptación, por lo que a los pocos años de implantarse se empezó a saturar el servicio. En ese sentido, hubo la necesidad de desarrollar e implantar otras formas de acceso múltiple al canal y transformar los sistemas analógicos a digitales, con el objeto de darles cabida a más usuarios. Para separar una etapa de la otra, la telefonía celular se ha caracterizado por contar con diferentes generaciones. A continuación, se describe cada una de ellas”. *(Pág. Web, Jiménez: 2006)*

### **Las Generaciones de la telefonía Inalámbrica (Telefonía Celular)**

“La primera tecnología en la que estaban basados los celulares era la llamada 1 G (Telefonía Celular Análoga) creada en 1979, la cual solo permitía la transmisión de voz. El segundo sistema en que se basó fue 2 G (Telefonía Celular Digital) creada en el año de 1990 la cual permitía enviar voz y datos y

por último es el sistema por el cual estamos regidos en la actualidad que es 3 G (Telefonía Celular Digital) en esta se permite convergencia de voz y datos, acceso inalámbrico a internet, aplicaciones audio MP3, video en movimiento, videoconferencia en tiempo real y acceso rápido a Internet, entre otras funciones”. (Pág. Web, UNAM, Martínez Rodríguez: 2005)

“Los sistemas 3G soportan altas velocidades de información y están enfocados para aplicaciones más allá de la voz como audio (mp3), video en movimiento, videoconferencia y acceso rápido a internet, sólo por nombrar algunos. Las redes 3G comenzaron a operar en el 2001 en Japón, por NTT DoCoMo; en Europa y parte de Asia en el 2002, posteriormente en Estados Unidos y otros países”. (Pág. Web, Jiménez: 2006)

Una de las últimas fronteras actuales de la telefonía celular es la televisión digital, sistemas de localización, entre otras modernas aplicaciones en estos “aparatos”, ya han sido introducidas en México primeramente por la empresa Iusacell y seguido de las demás prestadoras de este servicio.

Ahora por medio de estos podemos enviar y recibir audio, video, imágenes y navegar en internet y verificar nuestro correo electrónico además de las funciones tradicionales como hacer y recibir llamadas y los mensajes de texto.

Los mensajes de texto son una función extra de la telefonía celular y que en nuestros días es una de las más usadas debido a la practicidad, a la economía y a la efectividad con la que llega al destinatario.

Los teléfonos celulares son más que simples “aparatos” por los cuales se puede entablar una comunicación, son canales “vivos” de comunicación y/o información debido a que nos mantienen al tanto del acontecer de la vida diaria

(personal) y ahora nos ofrece infinidad de servicios que los hace unas de las herramientas más importantes y funcionales de nuestro siglo.

### 3.7 ¿Qué es la Telefonía Celular?

Ahora definiremos qué es la telefonía en términos técnicos y eso nos ayudará a entender un poco a la telefonía celular. La Telefonía “en esencia, la voz provoca vibraciones en un pequeño diafragma el cual, a su vez, cambia patrones de corriente que se envían por cable. Los teléfonos locales funcionan porque están conectados a estaciones de conmutadores, que a su vez conectan líneas principales (troncales) a redes operadas por computadora. El avance tecnológico en este medio permite ofrecer la telefonía celular”. *(Fernández Collado, 1998:369)*

La telefonía es una serie de instrumentos tecnológicos cuya función primordial es enlazar a dos o más personas que se encuentran separadas físicamente.

Ya sentadas las bases de la telefonía surgió la telefonía celular para satisfacer la necesidad del hombre de estar en constante comunicación con quién lo requiera sin importar que se encuentre en constante movimiento físico.

La Telefonía Celular: “es el sistema de radiotelefonía, tecnología de comunicación que permite estar en contacto a toda hora, desde cualquier lugar, satisfaciendo así las necesidades de comunicación telefónica de usuarios constantes. *(Rodríguez Camarrillo, 1992:156)*

Otra definición de teléfono celular móvil es “equipo inalámbrico que en un primer momento sólo permitía la comunicación con otras personas, solamente a

través de la voz. Actualmente los celulares o móviles tienen muchas otras funciones, como por ejemplo visualizar a la persona con quien se está conversando, transmitir fotos, juegos digitales, mensajes de correo electrónico, acceso a Internet, acceso a centrales con bases de datos, etc". (*Pág. Web, Aulafacil: 2005*)

Se le llama "Celular", ya que se refiere a la estructura del sistema, compuesto por áreas geográficas denominadas "células", que se agrupan en una zona de servicio o área de cobertura". (*Rodríguez Camarrillo, 1992:158*)

Algunas de las tecnologías que hoy usamos en el presente son basadas en la naturaleza como es el caso de la telefonía celular que funciona de manera similar a las células del cuerpo humano.

Los teléfonos celulares están "libres de conexiones e instalaciones que funcionan en una banda de radio de 850 megahertz, que permiten controlar el tráfico de llamadas. Las señales emitidas por teléfonos celulares son captadas por torres de transmisión y recepción ubicadas en puntos estratégicos dentro de ciertos territorios denominados células. Desde allí, las señales son retransmitidas en forma automática a una central o switch, donde un sofisticado sistema computarizado decodifica las señales y efectúa las conexiones telefónicas correspondientes:

- Si el destino es un teléfono convencional, la llamada se transmite por medio de un sistema troncal de la compañía telefónica convencional.
- Si por el otro lado la llamada se dirige hacia otro teléfono celular, se buscará el sitio celular más cercano al destinatario y de ahí la señal viajará al otro celular. Todo se realiza en fracciones de segundo". (*Gómez Bessa, 1995:159*)

A grandes rasgos así es como funciona la tecnología de la telefonía celular además de los sistemas o las bases con las que trabaja los “celulares”.

En base a lo anterior podríamos definir al teléfono celular desde un punto de vista desde la ciencia de la comunicación como: “canal artificial móvil de transmisión de voz, datos, imágenes, sonido por el cual comunican dos o mas personas para satisfacer su necesidad de estar en contacto permanente”.

### 3.8 Ventajas y Desventajas de la Telefonía Celular

En incisos anteriores abordamos las ventajas y desventajas del correo electrónico y sobre esta misma línea haremos un análisis acerca de la telefonía celular.

Debido a la casi nula información documental de telefonía celular enfocada desde la perspectiva como un canal de comunicación, se hizo un análisis de tipo empírico para conocer las limitantes y ventajas que nos ofrece la telefonía celular como un canal o medio por donde se puede establecer la comunicación interpersonal.

Las ventajas que ofrece la telefonía celular en la actualidad son las siguientes en base a la deducción empírica de las mismas:

- Se pueden hacer y recibir llamadas de casi todas partes del mundo.
- Los nuevos equipos de telefonía celular cuentan con “tecnología de punta” y por medio de ella se pueden realizar múltiples funciones como: tomar fotografías, escuchar la radio, se puede acceder al internet, tomar

videos entre otras múltiples funciones.

- Se pueden enviar y recibir mensajes de texto.
- Enviar información capturada (imágenes, sonidos, videos y texto) por un celular al correo electrónico.
- Están adicionados con funciones de entretenimiento como juegos, música y videos, que pueden ser descargados desde internet.
- Es móvil, es decir, que puedes llevar a donde “vayas”, y puede hacer todas estas actividades sin mayor problema (siempre y cuando existan cobertura por parte de la empresa que proporciona el servicio)
- Son prácticos y ligeros los aparatos de comunicación celular.

Desventajas de la telefonía Celular:

- Se necesita tener “crédito” o no tener adeudos con la “renta de servicio” para poder realizar llamadas.
- Dependiendo de la zona geográfica así será la tarifa donde este el emisor y el receptor la cual puede ser por minuto, segundo o llamada.
- La calidad de las imágenes, sonido, videos por mencionar algunos puede ser ínfima y dependerá de la calidad de equipo que se posea.
- Los mensajes de texto como los llamados “mensajes multimedia” pueden llegar inmediatamente o pueden tener retrasos considerables a causa de la saturación del servicio.
- Los teléfonos celulares sólo funcionan para realizar, recibir llamadas y mensajes en las llamadas “zonas de cobertura”, es decir, saliendo de ellas no se puede realizar ninguna de estas funciones.

Estas son algunas de las características de la telefonía celular en su modalidad de ventajas y desventajas o limitantes que tienen en la actualidad aunque aquí sólo se mencionan las más importantes.

### 3.9 La Telefonía Celular y el Correo Electrónico como Nuevos Canales de Comunicación.

La telefonía celular como el correo electrónico constituyen nuevos canales para que se de la comunicación ya sea interpersonal, grupal, masiva o para servicio de cualquier área como científica, económica, social, cultural, etc.

En el pasado se utilizaban distintas formas de comunicación y hasta cierto punto rudimentario en comparación a las que se usamos hoy en día. La carta es una ejemplo claro y de la cual podríamos decir que es “la madre o el precursor” del correo actual, el cual constituía una canal eficaz de comunicación entre las personas en ese entonces, aunque este medio o canal tardaba mucho en llegar a su destino, pero el estilo de vida y las necesidades han cambiado y con ello los procesos se han mejorado, y en dicha transición surgió el correo electrónico acortando tiempos y espacios para simplificar la vida.

El correo electrónico constituye hoy en día un canal de comunicación debido a que las personas pueden comunicarse frecuentemente, en tiempo real y vencen esas barreras naturales de tiempo y espacio. El internet que es el medio por el cual se desarrolla el correo electrónico y que éste ésta en pleno crecimiento en todo el mundo y está llamado a ser el medio de comunicación y/o información más importante del hombre. Debido a que gran parte de los nuevos procesos de comercio, información, adelantos científicos, etc., se dan por medio del internet porque tiene infinidad de funciones que lo hace un medio atractivo e interactivo a diferencia de los demás. (Pronostico de la Sociedad Mexicana de Internet)

En cuanto al teléfono celular, cada vez tiene menos deficiencias y más funciones para que las personas se puedan comunicar. Posee la ventaja de que es ligero y se puede transportar a todas partes así como usar las múltiples



funciones que lo caracterizan y que están al servicio y disposición de los usuarios para satisfacer las necesidades de comunicación.

Una de las funciones de los teléfonos celulares son los mensajes de texto, que es una de las características que lo han ayudando a mantenerse como uno de los sistemas de comunicación interpersonal más efectivos debido a que el “equipo o teléfono” siempre nos acompaña a donde vamos y con él, los mensajes al destinatario.

Los mensajes de texto por celular y el correo electrónico constituyen un nuevo canal de comunicación debido a que por medio de ellos, se realizan las nuevas formas de interacción hombre-máquina-hombre y hombre-máquina-mundo y que no se limitan sólo a eso, ya que en un futuro próximo serán las herramientas más eficaces de comunicación o por donde se realizarán gran parte de las relaciones interpersonales.

Estos canales artificiales creados por el hombre se han convertido en una alternativa real de comunicación porque los usuarios llevan consigo estos instrumentos para poder enviar y recibir los mensajes esto en el caso del teléfono celular, en cuanto al correo electrónico es un poco más complejo, pero se puede revisar desde cualquier parte, donde se cuente con los elementos necesarios para realizar las funciones principales.

El correo electrónico y los teléfonos celulares son los nuevos canales de la comunicación porque gran parte de la población tiene acceso a ellos, y día con día el número de usuarios de los mismos se ha incrementado considerablemente, es por ello, que si constituyen un canal real, lo anterior afirmando lo demostraremos en el capítulo siguiente.

## CAPITULO IV:

Usos y funciones de las nuevas tecnologías: “mensajes escritos por celular y correo electrónico” en la comunicación interpersonal.

## CAPITULO IV. Usos y funciones de las nuevas tecnologías: mensajes escritos vía celular y el correo electrónico en la comunicación interpersonal

En este capítulo conoceremos como es la comunicación interpersonal por medio de canales artificiales (el correo electrónico y los mensajes de texto por celular) y por ende abordar el rol que fungen en esta.

### 4.1 Generalidades del Trabajo de Campo

Como ya se mencionó anteriormente en esta investigación optamos hacer un estudio exploratorio debido a la poca introspección en este rubro, además decidimos utilizar el método hipotético-deductivo y las técnicas utilizadas son la encuesta y entrevistas a informantes clave, las cuales nos ayudaron a explorar las variables que nos interesan en este trabajo de investigación.

La encuesta constó de 20 preguntas divididas en dos secciones que correspondientes a telefonía celular y al correo electrónico, y es una encuesta de tipo “cerrada” en la cual solo se da opciones a que él encuestado elija una opción que se adecue más a su forma de pensar o actuar. El tipo de medición fue cuantitativa y en base a frecuencias.

La entrevista de corte cualitativo al igual que la encuesta esta dividida en dos secciones dedicadas a cada uno de los dos canales electrónicos que estamos estudiando, y contiene 12 preguntas abiertas, para que el entrevistado pueda expresarse y enriquecer nuestro estudio.

Lo primero que se realizó en esta investigación fue delimitar nuestro universo, del cual se partió en base a los datos del XII censo de población y vivienda del 2000 y la actualización del 2005 del INEGI.

Las personas a las que se enfocó el estudio fueron aquellas que cumplieran con dos premisas básicas: la primera, que tuvieran entre 18 y 49 años de edad y la segunda es que radicaran en la ciudad de Morelia, lo cual representa un universo de 141,272 personas al año 2000.

Posteriormente se procedió a sacar la muestra representativa del universo la cual se realizó por medio de la fórmula para obtener la muestra representativa de Ricardo Fernández V. tomada del su libro de “Fundamentos de mercadotecnia”. La cual contiene las siguientes características:

- Probabilidad a favor de 0.5
- Margen de error de 0.05 %
- Nivel de confianza de 1.96

Finalmente se obtuvo la muestra representativa de la población la cual corresponde a 383.99 es por ello que se optó por aplicar 400 encuestas. A manera de prueba piloto se realizaron 50 encuestas para ver posibles errores de la encuesta, y posteriormente corregirlos para obtener resultados más confiables.

Se aplicaron 400 encuestas las cuales se distribuyeron de la siguiente manera: 300 en el centro de la ciudad de Morelia (plaza de Armas y plaza Melchor Ocampo) debido en que este punto de la ciudad concurren personas de los diversos sectores de la ciudad, posición económica y social; 50 más en Cinépolis La Huerta y 50 en la Universidad Vasco de Quiroga y Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, del 28 de abril al 4 de Mayo de 2006.

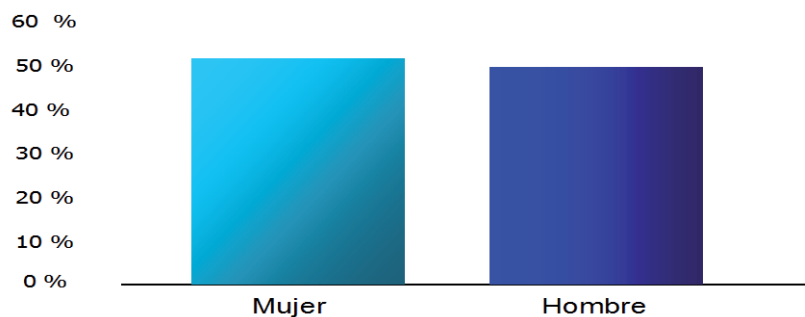
Se trató de aplicar a un igual número de hombres y mujeres, así como de jóvenes y adultos para tratar de conservar un equilibrio en las encuestas y con ello tratar de obtener un resultado más heterogéneo.

Una vez levantada la encuesta y conforme a frecuencias de uso se determinarían las personas que serían los informantes clave, con la finalidad de enriquecer esta investigación y complementar con datos cualitativos a los cuantitativos obtenidos en la encuesta.

A los informantes clave se les realizó una entrevista a cada uno de ellos, el número de entrevistas se determinó en base a un previo discernimiento con los asesores de tesis y metodológicos las cuales constaron de 7 y se realizaron en el mes de Mayo del 2006 en los lugares de estudio y/o trabajo de los informantes clave. Los informantes clave son las personas que usan con mayor frecuencia estos canales, las cuales conocimos en base a la encuesta.

#### 4.2 Personas que tienen acceso al correo electrónico y a la telefonía celular.

Lo primero que realizamos fue conocer las personas encuestadas así como las características de las mismas y en base a ello pudimos conocer “el porque” de su respuestas.

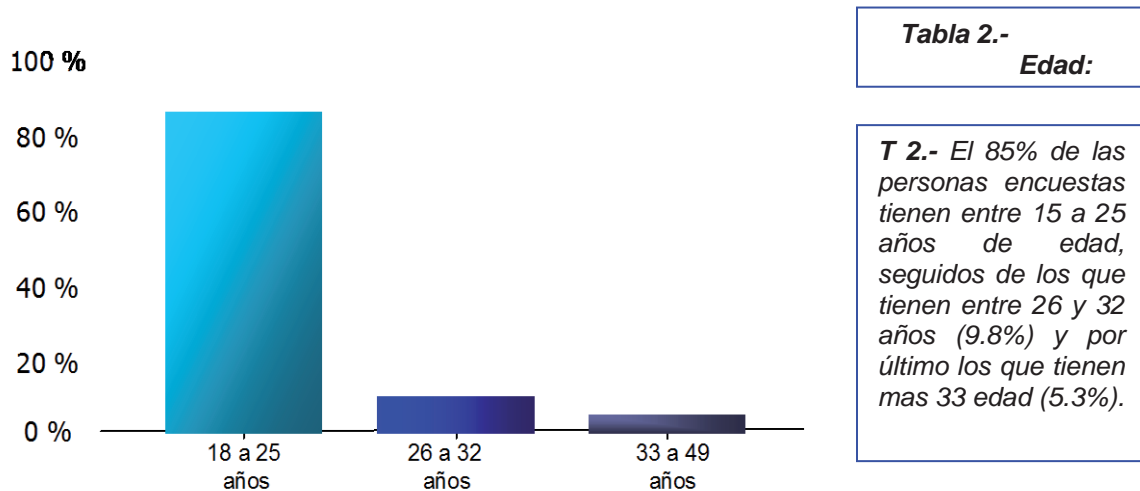


**Tabla 1.-  
Sexo**

*T 1.- El 51% de las personas encuestadas son del género femenino y el 49% restante del masculino*

Aplicamos esta encuesta a un igual número de hombres y de mujeres para que existiera un equilibrio; en la tabla número 1, la cuál demuestra que se trató de preservar la igualdad para obtener un resultado más general y esta gráfica es “retrato fiel” a la representación de la proporcional que existe en la población, siendo las mujeres por un escaso margen mayoría en nuestra encuesta.

Posteriormente abordamos los rangos de edad de las personas encuestas, las cuales se dividieron en tres: la primera que es entre 18 a 25 años de edad, estas personas por la general son estudiantes universitarios y tendrán una visión similar por circunstancias de vida; la segunda es de 26 a 32 años de edad, estas personas se caracterizan por empleados o que están comenzando su vida profesional e independiente y por último el tercer rango de edad que son las personas entre 33 a 49 años edad las cuales se caracterizan por ser personas afianzadas en sus actividades cotidianas. Aunque lo anterior no es una regla fue en lo que nos basamos para hacer los anteriores rangos.

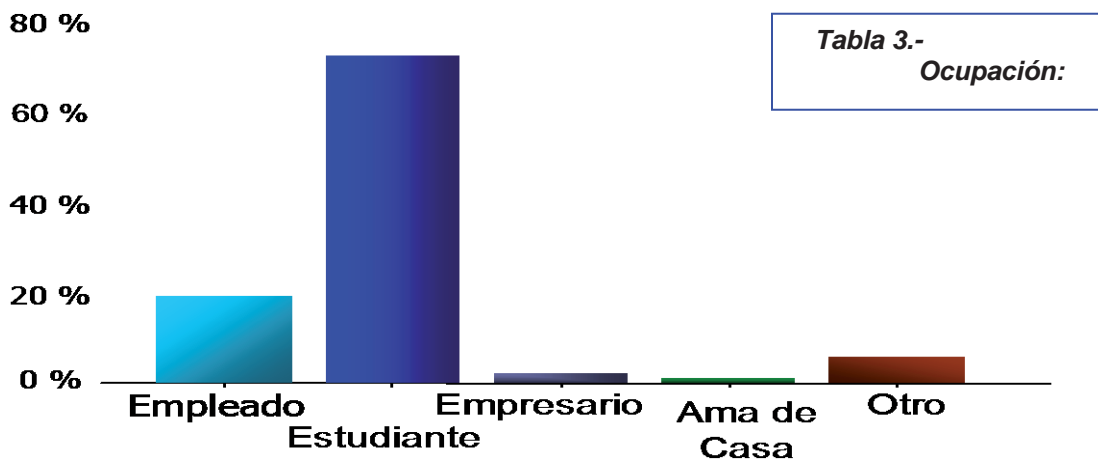


Una de las características que debían cumplir las personas encuestas era que tuvieran entre 18 y 49 años que son el sector que nos ayudará a comprobar que por medio de canales artificiales se da la comunicación y la

retroalimentación en tiempo, forma y con menor número de errores.

En la tabla número 2; muestra que la mayoría de los encuestados son personas que oscilan entre los 18 y 25 años de edad, presumiblemente es a causa de que fueron aplicadas en el centro de Morelia en la tarde; donde muchos jóvenes salen a distraerse, a tomar un café, a salir con los amigos, con la pareja o simplemente estudian o trabajan en la zona centro de la mencionada ciudad, a esto le atribuimos que sea el sector que más se hizo notar en la gráfica.

Aunado a esto las personas jóvenes son las que tienen más acceso a las nuevas tecnologías como el correo electrónico y la telefonía celular, deducimos a que desde su nacimiento han convivido con ellas y lo ven como algo común y natural, en cambio las generaciones anteriores les ha correspondido conocerlas desde “cero” y que puede ser unos de los factores que inciden directamente en que unos las usen en mayor o menor medida. Otros factores externos como la publicidad, la mercadotecnia, la moda, etcétera influyen en el uso o no de estos medios. Aunque lo anterior no es una regla, sí marca tendencia.

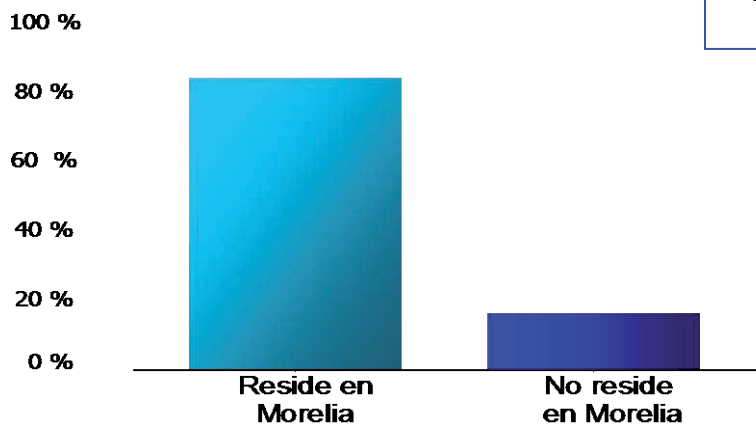


**T 3.-** El 71.8% de las personas encuestas son estudiantes coincidiendo con la mayoría de las personas de esta muestra son menores de 25 años lo cual indica que se encuentran en edad escolar, seguidos de las personas que son empleados con el 19%, después de las personas que son empresarios con 2% y con el 1.3% las que se dedican al hogar y en última instancia las que realizan otro tipo de actividad (6%).

Una de las intenciones de esta investigación fue descubrir ¿quiénes son las personas que más usan estos canales?, ¿con qué frecuencia los utilizan?, es por ello que se optó por preguntarles su ocupación para poder conocer estas variables.

En la tabla número 3, nos indica que la mayoría de las personas son estudiantes, esto se debe a que los lugares donde se aplicaron convergen distintas instituciones educativas que es el caso del centro histórico (300 encuestas aplicadas) o se realizaron dentro una entidad educativa como lo es la Universidad Vasco de Quiroga y la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (50 encuestas aplicadas entre las dos instituciones), además de que Morelia es uno de los principales centros educativos del país.

En la siguiente gráfica se mostrará una de las condicionantes que debían de cumplir las personas encuestadas que tiene que ver con el lugar de residencia.



**Tabla 4.-**  
**Lugar de residencia:**

**T 4.-** La mayoría de las personas encuestadas (83.8%) viven en Morelia cumpliendo así con la condicionante de que los encuestados deberían vivir en esta ciudad; y por con 16.3% viven en otras localidades.

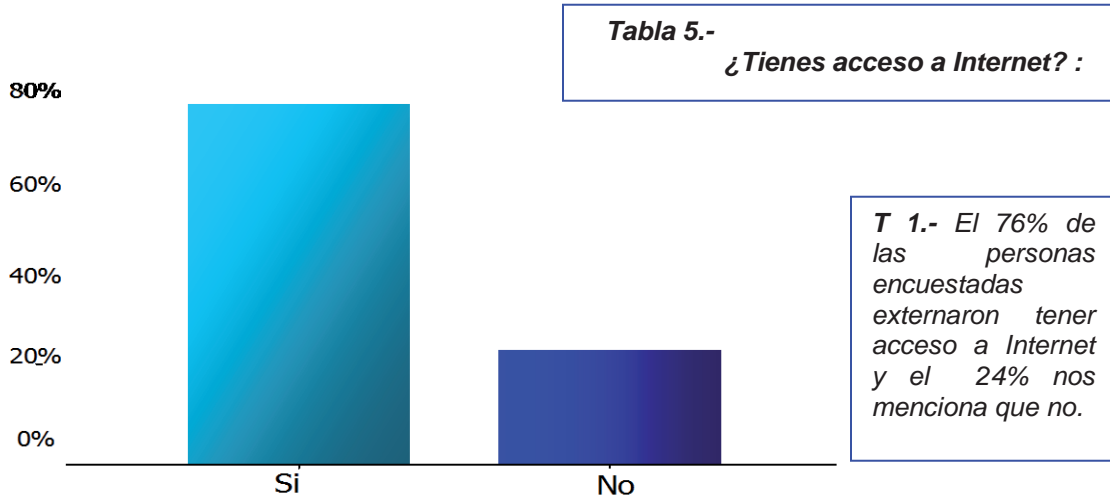


La mayoría de las personas encuestas por cuestiones lógicas son de la misma localidad y como se mencionó que esta investigación se basa en una población finita (141,273.00 habitantes de Morelia), para apegarnos a la condicionante de que las personas encuestas deberían radican en esta ciudad. Dicho cometido se logro como se indican en la tabla número 4, donde 83.8% fueron personas que radican en Morelia, entendiendo como personas que viven por lo menos 5 días de cada semana.

El lugar de residencia incide básicamente que en los habitantes de un mismo lugar tiene un mismo “bagaje” o experiencias parecidas, lo cual determina un patrón, una forma de pensar o de actuar de manera similar y con ello nos se notarían las “regularidades” en el comportamiento, en el tratamiento de la información y el uso a los medios de comunicación, siendo este último el que nos compete a nosotros.

Con lo anterior no queremos “encasillar” a la una sociedad como un ente homogéneo, la definición correcta sería que es heterogénea, porque esta compuesta por miembros diferentes entre sí y cada uno funge un rol necesario y determinado para el equilibrio de una sociedad. Pero si afirmamos que todos los miembros de una sociedad tienen vivencias similares por el simple hecho de compartir el mismo espacio geográfico y los resultados se vuelven más confiables y válidos.

Ahora abordaremos el tema sobre el acceso que tienen las personas a estos medios y que representaría el principio de la presentación de resultados de nuestra investigación.



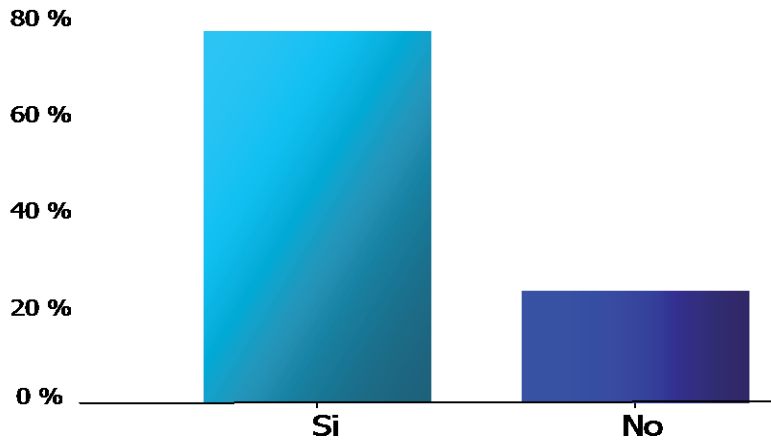
Hoy en día el número de usuarios a internet ha crecido considerablemente (en el 2001 el porcentaje de uso es del 6.1 y para el 2005 se incremento a al 8.7% del total de la población según el INEGI: Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares 2004) esto se debe a la necesidad de estar a la vanguardia y estar siempre informado y comunicado, ya que esto representa una ventaja competitiva en la vida moderna.

Según la encuesta realizada, la mayoría de las personas afirmaron que tienen acceso a internet, esto se debe a las actividades que realizan dicho individuos están más ligadas con intermediarios tecnológicos en este caso el internet.

La comunicación a través de la tecnológica está cada vez más al alcance de todos los mexicanos por medio de los café-internet (cyber-café), con los cuales ya no es necesario poseer un equipo para obtener los beneficios de la información.

El Internet nos ofrece una gran gama programas especializados para cualquier disciplina o trabajo (arquitectura, diseño, contabilidad, etc.) así como para su optimización. Las ventajas de este medio son las características a las que atribuimos el auge y el incremento del uso de esta la herramienta en sociedad mexicana. El internet ha tenido este auge gracias a una de sus funciones o herramientas más populares e indispensables como lo es el correo electrónico basándonos en a la tabla número 6 donde la mayoría de las personas tienen una cuenta de correo electrónico.

**Tabla 6.-  
¿Cuentas con Correo Electrónico? :**

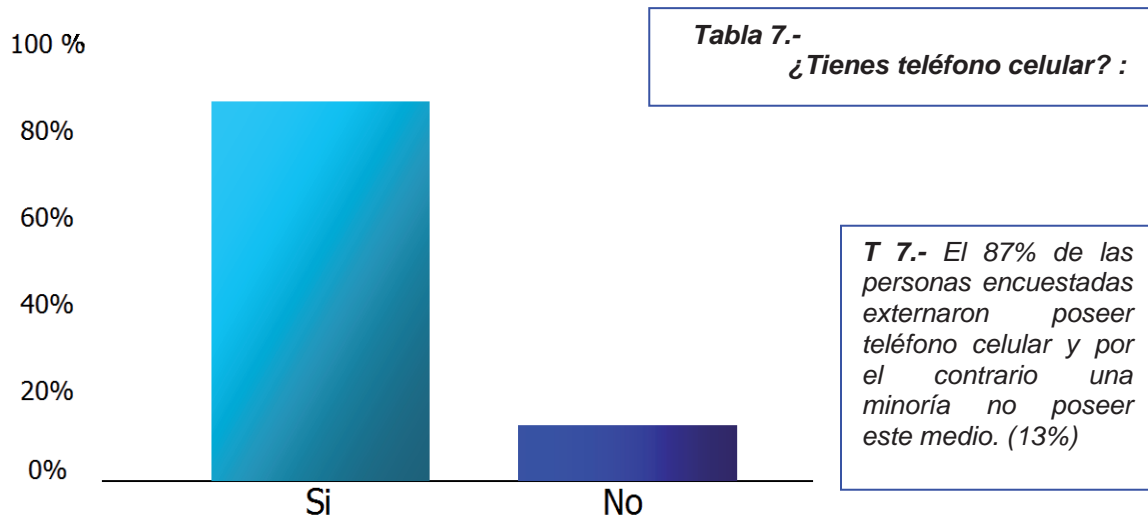


**T 6.-** El 76.8% de las personas encuestas afirman tener correo electrónico y el 23.3% las personas no tienen correo electrónico.

En base a nuestra investigación descubrimos que desde un punto de vista de género que las mujeres y los estudiantes desde una perspectiva ocupacional son los que tiene mayor acceso al internet y al correo electrónico.

El correo electrónico es una herramienta multifuncional, es decir, que tiene muchos atributos o características que la hacen “irresistible” para el intercambio de información. Las características más atractivas con las que cuenta este medio es la capacidad de transmitir texto, imágenes, videos, y voz entre los más importante.

En la actualidad el correo electrónico también puede revisarse en el teléfono celular, constituyendo así una de las principales herramientas en el internet.



El teléfono celular es una de las características de este siglo debido a que casi cualquier persona y sin importar su nivel socioeconómico poseen un equipo de telefónica celular. Esto en una necesidad de comunicación continua; como lo afirman la mayor parte de las personas encuestadas que utilizan un teléfono celular, además de la facilidad de uso y que se puede llevar a donde uno vaya; ya que en algunos casos, se carece de línea telefónica fija, es decir el celular constituye el único servicio telefónico disponible, es por ello que es una verdadera forma de comunicación.

México es uno de los países de América Latina que tiene mayor número de usuarios de telefonía celular y esta tendencia seguirá creciendo considerablemente debido a su funcionalidad y a los múltiples servicios que ofrece para satisfacer necesidades interpersonales de comunicación. Esto en base a que nuestro país es el más poblado de América Latina, después de

Brasil, lo cual constituye, más usuarios potenciales.

Los estudiantes desde la perspectiva de ocupación y las mujeres como género son los que más usan el correo electrónico y el teléfono celular en base a un análisis de variables cruzadas.

Es por ello que concluimos que las mujeres estudiantes son las que tienen mayor acceso a estos medios tecnológicos, una de las causas a este fenómeno se debe a que en los últimos años la mujer ha tenido la tendencia de superarse y estar más actualizada en todos los rubros que los hombres, y por ende más interés por las nuevas tecnologías en este caso las de la comunicación y/o información.

#### 4.3 El papel de la comunicación escrita a través del correo electrónico y telefonía celular entre dos personas.

La comunicación escrita contiene el mensaje que el emisor pensó y que por medio de la abstracción, lo materializó en texto, que este a su vez es transportado por un canal tecnológico en este caso es el correo electrónico o por el teléfono celular.

La escritura funge como canal y como código, esto se afirma en base a lo citado por Méndez Torres que dice lo siguiente; código: “es medio por el cual se transmite el mensaje del emisor al receptor”. El canal puede ser la voz, escritos, medios tecnológicos, los sentidos, por mencionar unos; es decir, es el elemento en el cual “viaja” el mensaje para que llegue a su destinatario.

Por consecuencia de lo anterior podremos decir que la comunicación interpersonal a través de los mensajes de texto por celular y por correo electrónico tiene dos canales complementarios que son la escritura y el medio tecnológico.

Así mismo está es una de las formas de comunicación entre personas más complejas que existe, debido a que interviene elementos diferentes entre sí y el envío como recepción requiere más que sus “cinco sentidos” para captar el mensaje, se necesita de instrumentos artificiales externos a la persona para poder entablar el dialogo o la comunicación.

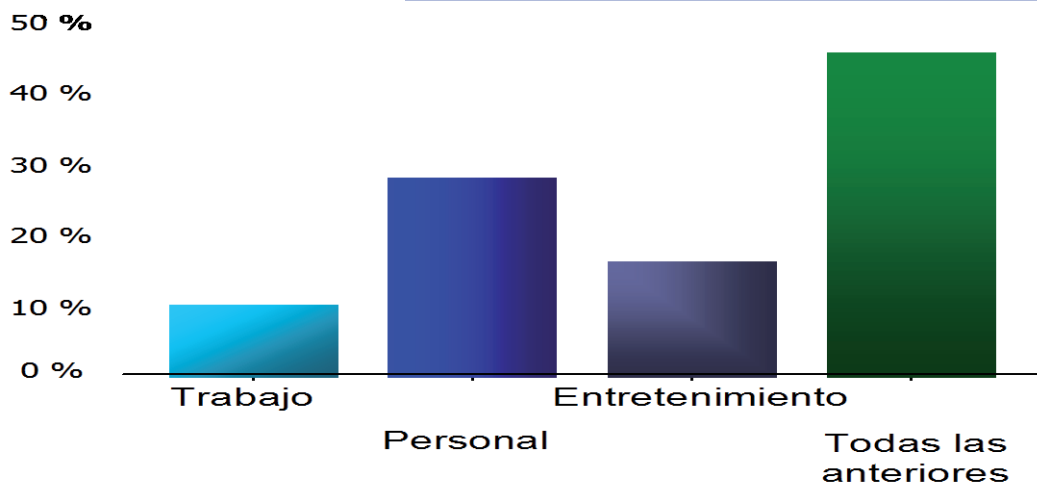
La persona que desea comunicarse debe pensar o construir el mensaje, posteriormente tiene que plasmarlo textualmente o materializarlo en la escritura (que sería el primer “canal” del mensaje) y enseguida debe ser enviado en un medio electrónico (segundo “canal”) que contiene al anterior y por último es llevado a su destino, donde será decodificado por el receptor. En esto radica básicamente la premisa de que es una comunicación de un canal compuesto o de dos que se apoyan entre sí.

La escritura es un código y este hace su vez es un “conjunto de señales clasificadas y relacionadas entre sí a través de reglas que determinan su uso y sus valores. Por otro lado la escritura también es un canal, el cual es el vehículo por medio del cual se transmite, recibe o difunde el mensaje”. (De la Torre Zermeño, 1980:192) En esto nos basamos para decir que la comunicación interpersonal asistida por medios electrónicos y de la escritura, es una comunicación de dos canales contenidos entre sí.

#### 4.4 Usos y funciones que se les da a los mensajes escritos por telefonía celular y correo electrónico por parte de los usuarios en la comunicación interpersonal.

Concretamente en este inciso tratamos de explorar y conocer los usos y las funciones que juegan las nuevas tecnologías (mensajes de texto por telefonía celular y correo electrónico) en la comunicación entre dos o más personas. Enseguida presentaremos unas gráficas que nos ayudará a descifrar el uso que se le da respectivamente a cada canal.

**Tabla 8.-**  
*¿Con que finalidad usas principalmente el correo electrónico?:*



**T 8.-** La mayoría de las personas encuestas usan el correo electrónico en manera diversificada (45.5%), seguidos por gente que usan principalmente el correo para cuestiones personales (27.9%), después por las personas que lo usan por entretenimiento (16.3%) y en último término las personas que lo usan casi exclusivamente para cuestiones laborales (10.3%).

Las personas usan el correo electrónico para satisfacer sus necesidades que van desde el entretenimiento hasta el aspecto personal o laboral, debido a

que este medio es muy versátil y es imposible ignorar todas sus ventajas y funciones. En base a un análisis de resultados descubrimos que los estudiantes como grupo son los que usan el correo electrónico para asuntos casi exclusivamente personales y en este mismo sentido el género femenino, por lo cual indicamos que las mujeres estudiantes son las que más lo usan.

Los usuarios de este medio lo aplican en las distintas áreas de su vida para subsanar las necesidades de carácter:

- Académico / Laboral.
- Personal.
- Entretenimiento.

Carácter Académico / Laboral: está justificado por las personas que estudian y / o trabajan, es por ello, que usan este canal por necesidad para poder transmitir información a otras personas ya sean imágenes, documentos, escritos, entre otros para realizar un trabajo o tarea determinada que requieren entregar para alguna materia o proyecto y así cumplir su labor dentro de una empresa o colegio determinado o hasta para recibir indicaciones de sus maestros o de sus jefes inmediatos.

Carácter Personal: en este rubro se hace alusión a que la gente que posee este medio con la finalidad de estar más en contacto con otras personas con las que tengan necesidad de comunicación. En este sentido sirven como catalizadores de pensamientos y sentimientos propios para expresarse en este medio.

Carácter de Entretenimiento: Se refiere a las personas que se acercan al correo electrónico como fines “recreativos” o para salir de rutina o simplemente

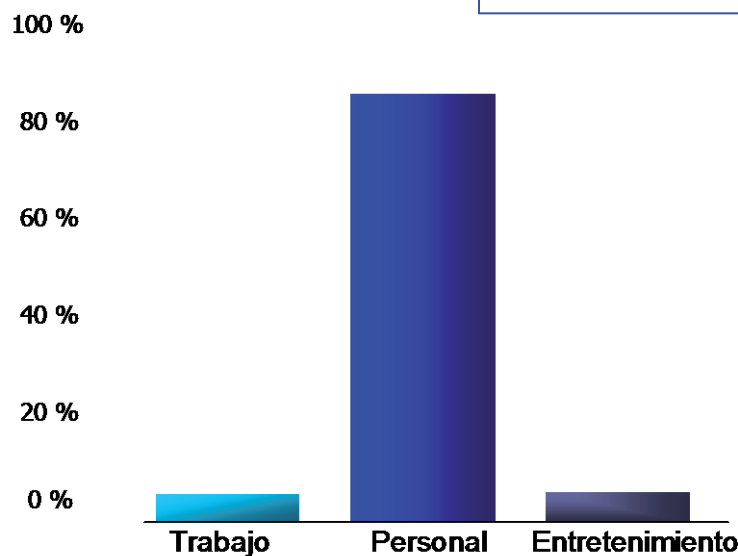


buscar, enviar o recibir noticias, juegos, video, música por mencionar algunos, muchos de los cuales son enviados por otras personas o empresas que se dedican a ello; aunado a esto llega información de todo tipo ya sea de viajes, deportes, juegos, belleza, entre otros y así enlazarlos a la paginas de ocio.

Además de todas las posibilidades que les ofrece este medio de comunicación. El correo electrónico es un espacio donde puede sobresalir situaciones personales que es el “gancho” principal para atraer a las personas y sobre todo se acercuen con el objetivo de comunicarse con los demás. De igual manera se expone la finalidad con la que se usan los mensajes de texto por telefonía celular.

Y como dato relevante las mujeres entrevistadas y encuestadas externaron que usan su correo electrónico principalmente para dos cuestiones académico-laborales y personales.

**Tabla 9.-**  
**¿Con que finalidad usas los mensaje de texto por T. C. principalmente?:**



**T 9.-** La mayoría de las personas usan principalmente el teléfono celular por cuestiones personales (87.9%), en segundo término por entretenimiento por diversión, esparcimiento, o por ocio (6.2%) y en la tercera posición por cuestiones laborales (5.9%).

En estos términos podemos afirmar que la mayoría de las personas usan los mensajes de texto por teléfono celular para cuestiones casi exclusivamente personales al igual que el correo electrónico.

Las mujeres desde el punto de vista de género y desde la perspectiva ocupacional los estudiantes son las que más utilizan los mensajes de texto por telefonía celular para enviar mensajes de corte personal.

Los principales mensajes que suelen transmitir los usuarios de índole personal son siguientes:

- Para concertar citas, es decir, para quedarse de ver con alguien en específico.
- Enviar y recibir saludos, felicitaciones, recordatorios, noticias, entre las más comunes.
- Para estar en contacto permanente. Esta es una de las funciones indispensable de este canal de comunicación, por medio de éste pueden mantener y reforzarse los lazos de amistad, amor, escolar por mencionar algunos, entre las personas usuarias del mismo.

En lo que respecta a mensajes de texto que de índole de entretenimiento tenemos los siguientes ejemplos:

- Bajar, enviar o recibir juegos, tonos y música.
- Enviar imágenes, fotografías.
- Participar en concursos
- Recibir y recibir noticias deportivas, políticas o de cualquier tipo entre las más comunes.

En último apartado de ejemplos están los mensajes de situaciones laborales y escolares, de los cuales citaremos los siguientes ejemplos:

- Transmitir emergencias laborales: “No vino Adrián a trabajar, puede venir a suplirlo”.
- Reuniones: “Nos juntaremos en casa de Evelyn, para hacer el proyecto de vivienda”.
- Escolares: “No podré llegar pronto a la escuela, comiencen a leer el capítulo 3 de histología”, por mencionar unos ejemplos.

Estos canales de comunicación son empleados principalmente para cuestiones personales por los estudiantes (ocupación) y las mujeres (género) como lo expresa el resultado de las encuestas y de las entrevistas.

En cuanto a funcionalidad, los mensajes ya sea en cualquiera por medio de los canales artificiales cumplen con la requisito de mantener siempre informado o en “contacto” con las demás personas o con el mundo exterior que básicamente es su objetivo primordial, además de ser un catalizador idóneo para poder expresar múltiples emociones que de “frente a frente” cuestan mayor trabajo expresarlas.

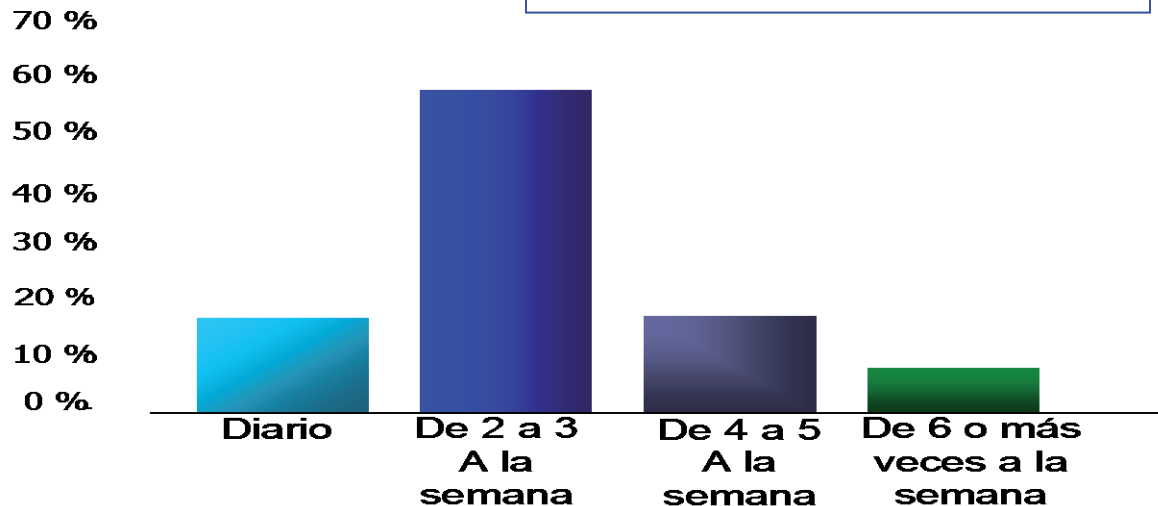
#### 4.5 Frecuencia con que se usan los mensajes de texto por teléfono celular y correo electrónico.

En los incisos anteriores conocimos que la finalidad y el uso que se les da a los mensajes de texto por teléfono celular y correo electrónico; ahora exploraremos con que intensidad de uso o mejor dicho con que frecuencia es

con la que se usa estos canales en la comunicación interpersonal.

**Tabla 10.-**

**¿Cuántas veces utilizas tu correo Electrónico en la semana?:**

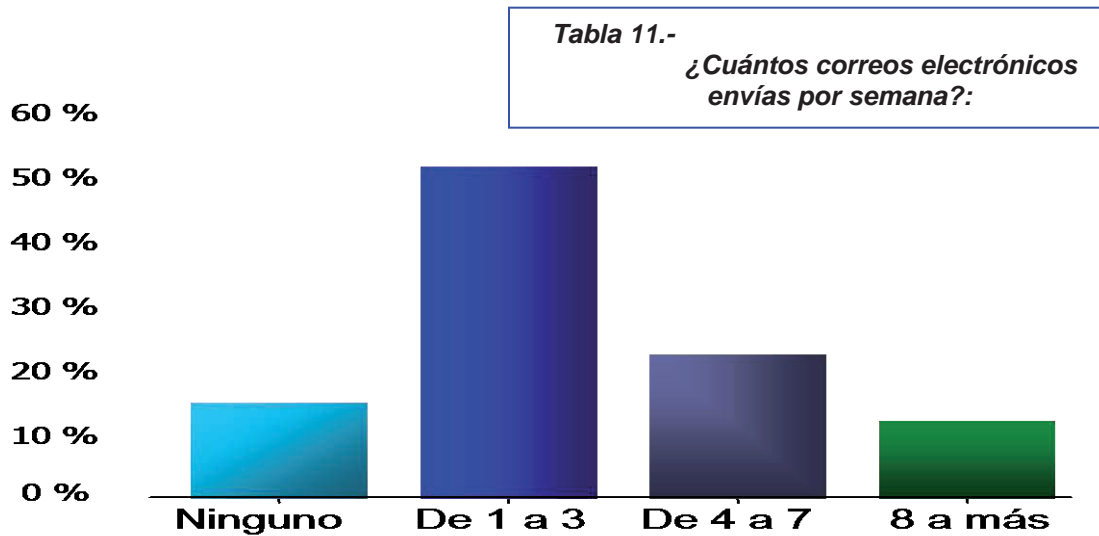


**T 10.-** El 57.6% de las personas encuestadas externaron que utilizan en promedio entre 2 y 3 veces por semana su cuenta de correo, el 17.4% lo utilizan entre 4 a 5 veces en promedio a la semana, seguidos de los que lo usan diario (17%) y por ultimo los que lo usan más de 6 veces a la semana (8%).

Las personas tienen acceso a internet debido a que en sus lugares de trabajo, estudio u ocio cuentan con este servicio, por citar un ejemplo los restaurantes de cadenas importantes prestan el servicio de internet inalámbrico gratuito, lo cual señalamos que nuestro mundo cada vez está más tecnificado .

Como lo observamos en la gráfica anterior, gran parte de los usuarios del correo electrónico por lo regular revisan dos a tres veces a la semana (tabla número 10), es decir, que podemos afirmar de que se da una comunicación constante entre los usuarios del mismo. Este es uno de los puntos en los que nos basaremos para demostrar que sí se da una retroalimentación inmediata y

otras veces un tanto extemporánea. Los empresarios y empleados son los que más frecuentemente revisan su correo electrónico y los que menos lo hacen son las amas de casa.



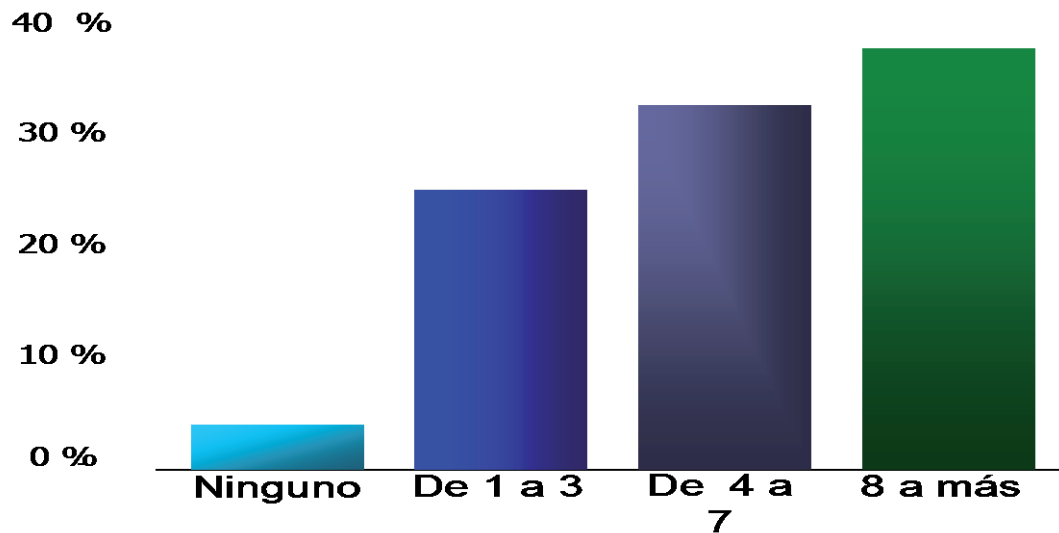
**T 11.-** El 51.1% de las personas que expresaron tener correo electrónico y envían en promedio de 1 a 3 correos electrónicos a la semana, seguidos de los que envían de 4 a 7 correos (22.2%), es decir casi uno diario; en tercer termino los que no envían ninguno mensaje por medio de esta vía, (14.8%) y en cuarto lugar los que envían 8 o más a la semana (11.9%).

La emisión de correos electrónicos es muy baja comparada con el envío de mensajes por telefonía celular que posteriormente analizaremos; con lo que deducimos en base a la tabla número 10 y 11, que un usuario promedio revisa su correo tres veces a la semana y envía solo tres mensajes, lo cual indica que envía un mensaje por cada vez que “entra” a revisar su correo.

Hay otro tipo de usuario más constante en el envío de mensajes por medio de este conducto, esté en promedio envía un mensaje de texto diario, traduciéndose en términos prácticos, que cada vez que se conectan escriben dos mensajes. Enseguida están los usuarios que prácticamente no envían ningún correo que son los que sólo tienen esta dirección electrónica para recibir

noticias, datos, etc. y por último los que por diversas razones y circunstancias envían más de 8 en una misma semana.

**Tabla 12.-  
¿Cuántos correo electrónicos recibes en promedio a la semana?:**



La mayoría de las personas reciben en promedio a la semana de 8 a más correos electrónicos, esta cantidad es incongruente con lo que se afirma en la tabla número 11, esta desproporción tiene su razón de ser en lo siguiente: debido a que las empresas envían publicidad o propaganda sobre belleza, política, sociales, culturales, académicas, deportes, ofertas, promociones de

páginas web, anuncios, cadenas (correo que son reenviados por la gente a gran escala). La mayoría de las personas encuestadas reciben en promedio de 8 a más correos electrónicos a la semana (37.9%), seguidos de los reciben entre 4 y 7 correos a la semana (32.8%), en tercer lugar las personas que reciben en su "cuenta" entre 1 y 3 correos en promedio a la semana (25.1%) y por último las personas que no reciben por lo regular ningún correo (4.2%).

parte de sus contactos) a las cuentas de correo y cuando una persona redacta en muchas ocasiones no sólo tiene un destinatario sino varios, logrando así que se eleve la cantidad de correos recibidos.

En esto radica principalmente el desequilibrio entre la emisión y la recepción de mensajes por correo electrónico. Este fenómeno se da cuando uno “abre” una cuenta de correo electrónico, al momento del registro, seleccionan algún tema de interés y con ello autoriza para que lleguen mensajes a su respectivo buzón, información que expresó como interesante. Aunque en muchas ocasiones llegan informaciones o correos sin consentimiento del propietario de la cuenta.

Uno de los problemas de que llega a causar el exceso de correos electrónicos a las cuentas o buzones, es el fenómeno denominado “saturación”, que es cuando se excede la capacidad de recepción y almacenamiento de una cuenta, y cuando esto sucede y envían un mensaje al correo saturado este es refutado (rechazado).

Las personas que reciben más mensajes por correo electrónico y envían son los empleados, los estudiantes (perspectiva ocupacional) y las mujeres (desde el punto de vista de género).

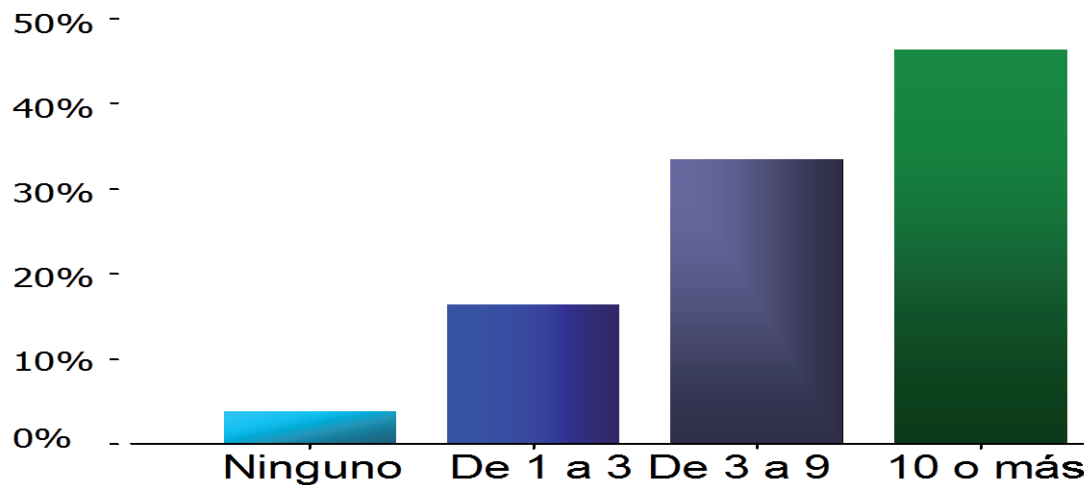
En nuestra investigación descubrimos que las personas que tienen mayor contacto con este medio tienden a fortalecer su comunicación según lo expresado por los encuestados y en base a confrontación de respuestas, es decir, se analizó por separado dos o tres variables y esto fue el resultado de dicho ejercicio.

Se manejó la premisa experimental a mayor intercambio de mensajes

(envió, recepción y retroalimentación) será mejor la comunicación que se da entre los usuarios de este medio. En los siguientes párrafos hicimos el mismo ejercicio pero encaminado a los mensajes de texto por teléfono celular.

**Tabla 13.-**

**¿Cuántos mensajes de texto envías por celular en promedio a la semana?:**



*T 13.- 46.3% de las personas encuestas expresaron que en promedio envían 10 o más mensajes a la semana; el 33.4% envía entre 3 a 9 mensajes a la semana, 37.1% envían de 1 a 3 mensaje y por último el 2.8% no envían mensajes o que es esporádico.*

La gran mayoría de los usuarios de este canal de comunicación envían de 10 o más mensajes de texto, y en promedio los mensajes enviados son de 3 a 10 mensajes a la semana.

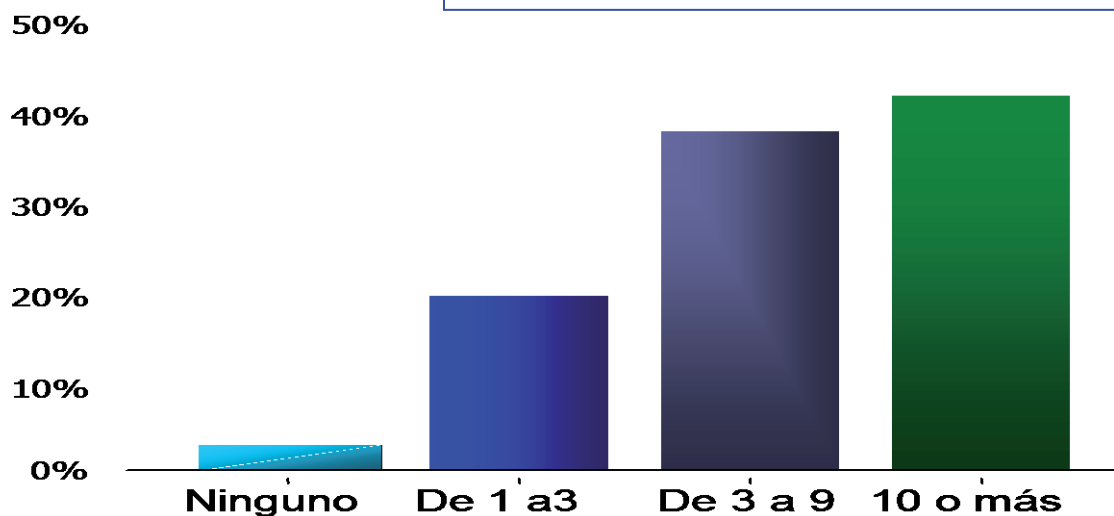
Aunque todo esto está supeditado a que el teléfono celular tenga “crédito” o tenga servicio. Cuando dichas características se encuentran presentes esta latente la posibilidad de tener esa comunicación y así darse una conversación ágil. Manifestándose una retroalimentación inmediata en la mayoría de los casos, pero este punto lo abordaremos más adelante y tendremos la



oportunidad de ondear.

A diferencia del correo electrónico, los mensajes de texto tienen un mayor número de envío de mensajes debido a que este “canal” siempre acompaña físicamente al usuario y el correo está condicionado por una computadora y el servicio de internet. En la actualidad las han cambiado porque el correo electrónico ya se puede verificar en los teléfonos celulares, pero las personas aun prefieren verificarlo en el modo convencional que es desde una computadora.

**Tabla 14.-**  
**¿Cuántos mensajes de texto recibes en promedio a la semana?:**



*T 14.- La mayoría de las personas coincidentemente con la tabla anterior reciben en promedio a la semana 10 o más mensajes de texto (41%), seguidos de los que reciben entre 3 a 9 mensajes (37.1%), en tercer lugar los que reciben entre 1 a 3 mensajes a la semana (19.1%) y en cuarto lugar los que no reciben ninguno a la semana (2.8%).*

Gran parte de la población usuaria de este canal reciben en promedio entre 10 o más mensajes de texto por teléfono celular, lo cual indica que hay una correspondencia entre la emisión y la recepción que se nos muestra en las

gráficas número 13 y 14, correspondientemente.

Esta congruencia entre la recepción y la emisión nos muestra que por medio de este canal la comunicación interpersonal se puede dar de manera más fluida e interrumpida como una comunicación cara a cara, pero sólo necesita que ambos integrantes de dicho dialogo cumplan con las distintas condicionantes que requiere este medio como saldo, servicio, cobertura, etc. y se podrá dar este intercambio.

Las mujeres (género) y los estudiantes (ocupación) son los que envían y reciben mayor número de mensajes por celular y correos electrónicos. Según las respuesta obtenidas en la encuesta: “En mayor se de el intercambio de mensajes, mejor será su comunicación”.

En términos generales en base a la investigación hemos descubierto que si se puede dar una comunicación por medio del correo electrónico y de los mensajes de texto por celular, siempre y cuando el emisor el receptor cumpla con las condicionantes como “saldo y cobertura” (telefonía celular) y/o revisen asiduamente su buzón (correo electrónico) para que se puede dar una retroalimentación inmediata o por lo menos no extemporánea o no se pierda el sentido de un dialogo. En resumen estos canales usándolos de manera constate permitirá establecer un dialogo. Si el canal es efectivo, se podrá dar la comunicación.

#### 4.6 La retroalimentación por medio de estos canales de comunicación.

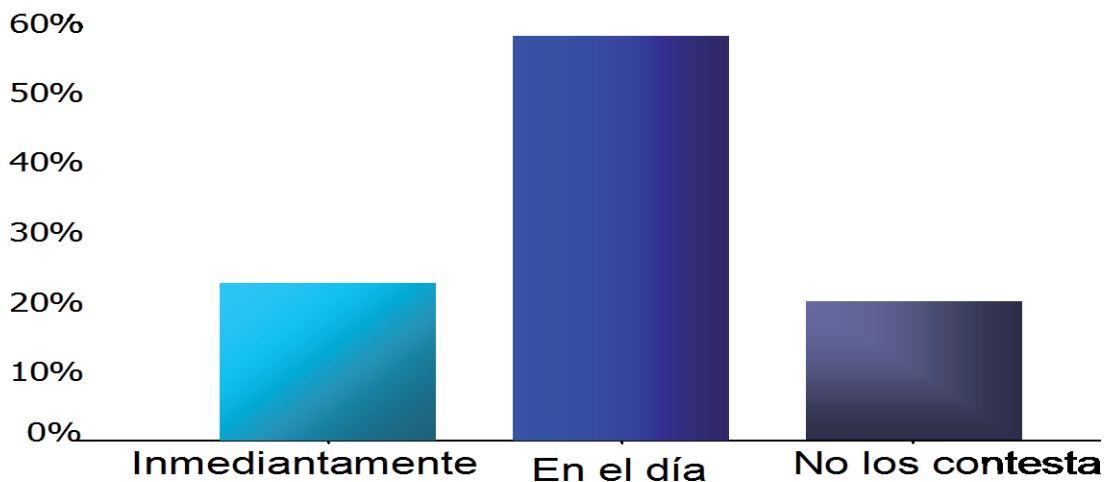
En esta parte del capítulo trataremos unos de los ejes principales de esta

investigación, que es la retroalimentación a través de los canales tecnológicos (correo electrónico y mensajes de texto por celular). Uno de los propósitos de este inciso es explorar o conocer: ¿cómo se da la retroalimentación y si es eficaz y / o eficiente por medio de estas tecnologías?.

La retroalimentación como tal nos ayuda a evidenciar el proceso que se realiza por medio del canal así como los tiempos, las formas y los espacios necesarios para que se pueda dar la comunicación por medio de canales tecnológicos.

**Tabla 15.-**

**¿Cuánto tiempo en promedio tarda una persona en contestar los mensajes de correo electrónico de tus contactos?:**



**T 15.-** 57.6% de las personas que afirmaron tener correo electrónico expresaron que durante el mismo día que reciben el mensaje lo responde, 22.5% lo contestan inmediatamente el mensaje en cuanto verifican y el 19.9% dice que no da respuesta a dicho mensaje.

La diferencia entre las opciones presentadas en la encuesta consta de lapsos de tiempo: la primera “inmediatamente” se le da un parámetro de 0 a 120

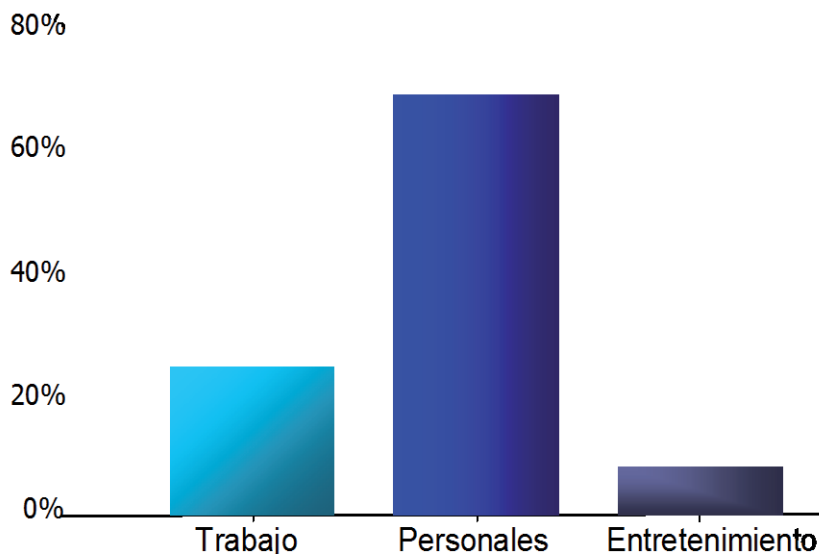
minutos; segundo “en el día” el lapso de tiempo que se maneja es de 121 a 1440 minutos (24 horas) y por último los que no se contestan.

Las personas por lo general contestan sus mensajes de texto de correo electrónico el mismo en que lo revisan en su buzón como lo podemos apreciar en tabla número 15. Con ello podemos afirmar que la retroalimentación se da es de forma casi inmediata.

El promedio que tarda una persona en contestar un mensaje es de una a veinticuatro horas aproximadamente. Expresando con esto que una persona contesta sus mensajes (correos) en cuanto revisa su cuenta; casi siempre limitándose a contestar los correos de sus contactos (aunque esto no es una regla), y lo mensajes que por lo regular no se revisan es la propaganda, la publicidad y las cadenas de cientos de cosas que llegan al buzón, por lo mismo no hay respuesta a estos mensajes.

**Tabla 16.-**

***¿Cuáles son los mensajes que se responden con mayor rapidez por medio del Correo electrónico?:***



**T 16.-** Los correos electrónicos que responden con mayor rapidez son los de orden personal (67.8%), seguidos de los que son de corte laboral (24.1%) y por último responden los correos de entretenimiento (8%).

En la tabla anterior (15) nos percatamos que las personas responden sus correos electrónicos en el transcurso del día especialmente los de carácter personal y a los que se les da mayor importancia para contestarlos debido a que son de mayor interés para la persona que revisa asiduamente su cuenta, y en segundo término los de trabajo donde englobamos los laborales y académicos, por último los de entretenimiento que son los que menos tienen respuesta por parte de los usuarios.

Según nuestra encuesta las mujeres son las que responden más oportunamente los correos electrónicos que los hombres.

En términos generales los correos de índole personal son los que se atienden más oportunamente.

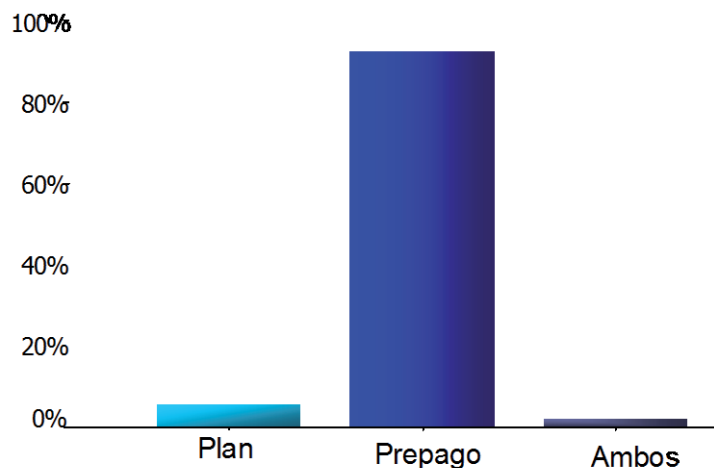
Además este resultado apoya nuestra teoría que los usuarios del correo electrónico tratan de darle dinamismo o mejor dicho fluidez a la comunicación por medio de este canal para que pueda existir ese diálogo entre las partes integrantes del mismo.

Hicimos el mismo ejercicio de la retroalimentación pero esta vez con los mensajes de texto por telefonía celular. Para poder hacer este análisis integral de la retroalimentación en este canal es necesario considerar qué sistema de pago tienen, porque esto fungirá como condicionante para que se dé o no la misma.

En la siguiente tabla nos dará un panorama de qué tipo de pago es el más común entre los usuarios del mismo como: “plan”, prepago (fichas o tarjetas) o combinación de ambos.

**Tabla 17.-**

**¿Tu teléfono celular que sistema de pago tiene?:**



*T 1 .- La mayoría de las personas que afirmaron poseer teléfono celular afirmaron que su sistema de pago es "prepago" o las llamadas "fichas de recarga" (92.5%), seguidos por los que lo tiene activado el sistema de "plan" y por último los que manejan los dos sistemas de pago (2%).*

Como se muestra en la tabla número 17; la mayoría de las personas que fueron encuestadas tienen sistema de prepago en su teléfono, es decir, mediante las llamadas fichas de recarga obtienen el servicio de emisión de llamadas y mensajes, y estas influyen directamente en la retroalimentación, cuando al usuario de la telefonía celular se le agota el crédito y desea enviar algún mensaje no podrá hacerlo o recibe un mensaje y desea dar respuesta se enfrentará a las limitantes monetarias a menos de que ingrese una nueva ficha o tarjeta.

Con lo anterior no afirmamos que la comunicación por medio de teléfono celular depende exclusivamente de cuestiones monetarias, es decir, que en proceso intervienen distintos factores y condicionantes de las cuales está cuestión es una de ellas.

En segundo término está el sistema de pago llamado "plan" el cual

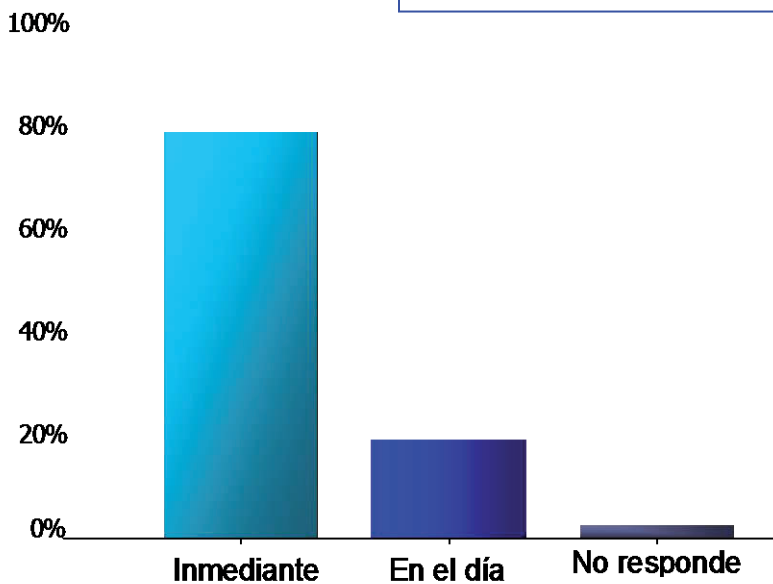
funciona como un teléfono fijo donde poseen recibos telefónicos y donde existe la renta mensual y a diferencia del teléfono fijo este es móvil; es un caso especial en cuanto a la retroalimentación que se da por medio de este, debido a que los teléfonos que cuentan con este sistema, las llamadas telefónicas son muy baratas a comparación del sistema de prepago donde las estés son de un costo es un poco más elevado, de ahí la preferencia del usuario del prepago por mandar mensajes.

Y por último están los usuarios que usan ambos sistemas, el cual se caracteriza porque estas personas están en “plan” y cuando se exceden de su monto de crédito, recurren a las “fichas” o prepago para continuar beneficiándose de los servicios del sistema.

Es por estas razones la retroalimentación esta supeditada a la economía o “crédito” para emitir los mensajes de texto y posteriormente al deseo del usuario para contestar.

**Tabla 18.-**

**¿Cuánto tiempo en promedio tardas en contestar un mensaje de texto por celular?:**



**T 18 .-** La mayoría de las personas contestan un mensaje de texto menos de una hora como promedio, es decir, inmediatamente (78.4%), seguidos de las personas que lo contestan en el transcurso del día (19.1%) y por último las personas que no lo contestan (2.5%).

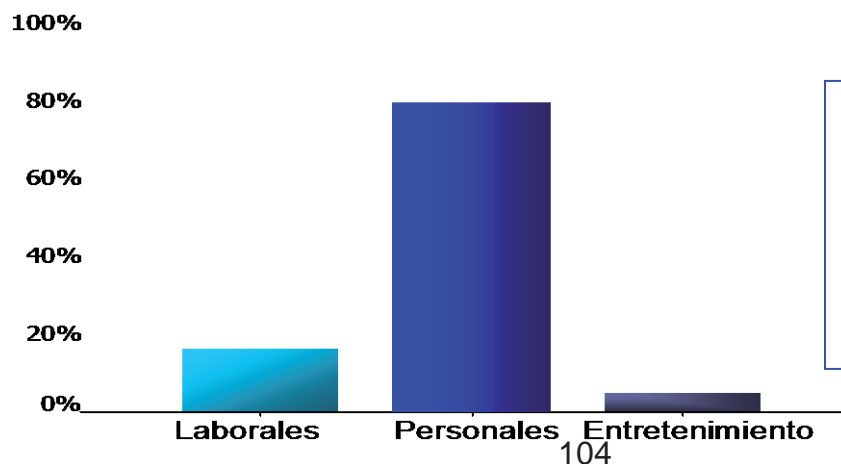
La diferencia entre las opciones presentadas en la encuesta consta de lapsos de tiempo: la primera “inmediatamente” se le da un parámetro de 0 a 120 minutos; segundo “en el día” se maneja es de 121 a 1440 minutos (24 horas) y por último los que no se contestan.

Las personas contestan inmediatamente sus mensajes de texto por celular cuando se cumplen las condicionantes pertinentes; lo cual indica que la comunicación por medio de este canal electrónico es altamente efectiva en cuanto al tiempo de respuesta. Además las mujeres son las que responden con mayor rapidez por otro lado los hombres estos tardan más en contestar los mensajes.

La fluidez de comunicación por medio de este canal es oportuna, y podemos considerar que se da en tiempo real más que la del correo electrónico, debido a que se las personas trae consigo físicamente el teléfono celular, es por ello que tiene más efectividad en cuando a la recepción y así la persona contesta los mensajes entrantes de manera inmediata.

**Tabla 19.-**

***¿Cuáles son los mensajes que responden con mayor rapidez por medio de los mensajes de texto por celular?:***



**T 19.-** Los mensajes que se responden con mayor rapidez son los de índole personal con el 70.5%, seguidos de que son de corte laboral (16%) y por último los de entretenimiento (4.8%).

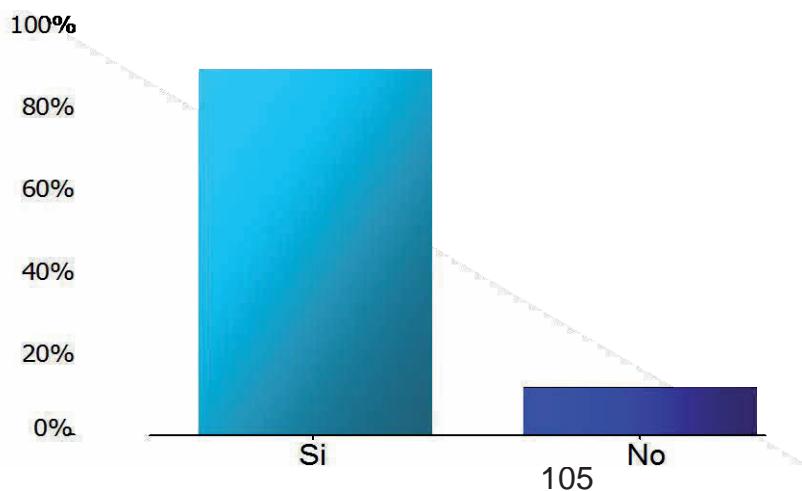


La retroalimentación que se da por medio de los mensajes de texto por telefonía celular es inmediata, pero aun dentro de este canal se jerarquiza a los mensajes, siendo los mensajes de corte interpersonal los que se contestan con mayor rapidez.

En lo que respecta a los mensajes de tipo laboral o académica son los que se responde con menor rapidez esto puede obedecer a diferentes circunstancias (no atender emergencias, trabajos extras, etc.); y por último los mensajes de entretenimiento, estos rara vez exigen respuesta debido a que estos son chistes, bromas, tonos, música entre otros, y son casi exclusivamente para divertir o pasar el tiempo, es por este motivo que no se da un dialogo en forma entre emisor y receptor.

La retroalimentación en términos generales por medio de estos dos canales de comunicación es casi siempre inmediata y los mensajes que se responden con mayor rapidez son los de corte personal en ambos canales.

**Tabla 20.-**  
**¿Crees es eficiente (logra su propósito) la comunicación por medio de correo electrónico?:**



**T 20.-** El 88.7% de personas que afirmaron contar con correo electrónico creen que la comunicación por medio de este medio es eficiente y en contraparte el 11.3% externaron lo contrario, es decir, que es deficiente.

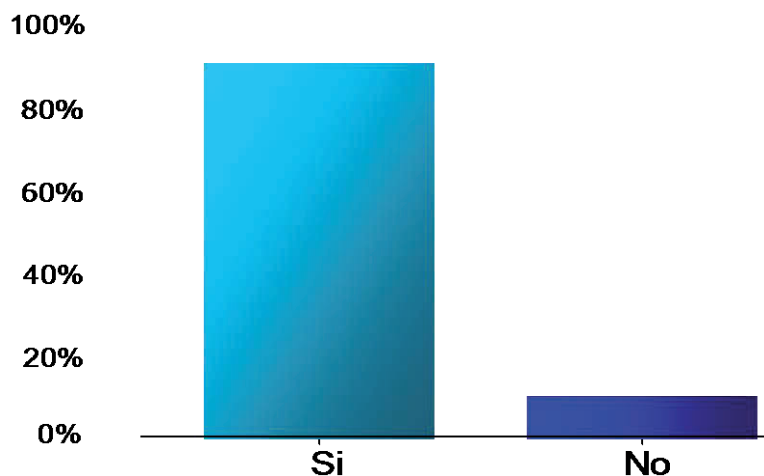
Los usuarios de este canal de comunicación externaron en la encuesta que este es eficiente debido a que cumple con su cometido de “transportar” el mensaje hasta su destino. En base a la gráfica número 20 afirmamos que este medio es una alternativa real de comunicación e información entre dos o más personas.

El correo es usado en todo el mundo por millones de personas debido a su efectividad y su gama de servicios, el cual es muy confiable porque en él se “lleva” información relevante para una nación así como para un individuo en particular.

En base a un “cruce” de variables las mujeres son las que creen que es eficiente el correo electrónico, porque siempre llegan a sus destino los mensajes aun que sea de forma extemporánea.

**Tabla 21.-**

**¿Crees que es eficiente la comunicación por medio de los mensajes de texto?:**



**T 21.-** La mayoría de las personas encuestas creen que la comunicación por medio de los mensajes de texto son eficientes, es decir que cumplen su propósito (89.9%), en segundo lugar con el 10.1% las personas que piensan que dicha comunicación por medio de este medio no es eficiente.

Casi todas las personas coinciden en que los mensajes de texto son eficientes, es por esta ventaja que los encuestados se comunican por medio de este canal. Y que en la actualidad gran parte de la población en México posee un teléfono celular. (42% de los hogares en nuestro país se cuenta con un teléfono celular, según estadísticas de Disponibilidad y Uso Tecnología de la Información y comunicación en los Hogares 2005: INEGI).

Parte de su eficiencia radica en la inmediatez con la que “llegan” los mensajes de texto y a los beneficios con los que esta adicionado para hacer de este un medio completo y funcional. (Audio, video, y entretenimiento).

La eficiencia la definimos como la facultad para lograr su objetivo, en este caso ambos canales cumple con su cometido de llevar y regresar un mensaje entre un emisor y receptor, es decir, correo electrónico y mensajes de texto por teléfono celular son eficientes.

El que posee mayor efectividad son los mensajes de texto por celular debido a que este “siempre esta con nosotros o nos acompaña a donde vayamos”, es por ello que es casi unánime la confianza de parte de los usuarios hacia este canal, en cambio el correo electrónico es eficiente pero su desempeño esta supeditado a más condicionantes o factores externos al medio, como la necesidad de “acceder a este periódicamente para tenga un 100% de efectividad”.

Las personas entrevistadas manifestaron en su mayoría, que utilizan estos canales para comunicarse ya que son medios muy prácticos, sencillos y sobre todo que son adecuados para poder entablar una comunicación con otra

persona.

Los informantes clave externaron que este medio es eficiente porque siempre obtienen respuesta del receptor en tiempo y forma (no siempre); y que han obtenidos los resultados esperados es por ello que recurren frecuentemente a ellos para subsanar sus necesidades de comunicación.

Las personas entrevistadas puntualizaron que estos canales les han ayudado a estar más en contacto con la gente cercana a ellas y en ocasiones ha mejorado su comunicación.

En base a un análisis de las variables que están relacionadas con retroalimentación y mejoramiento de la comunicación y a las entrevistas, se llegó a la conclusión a que ambos, sí ayudan a mejorar de manera palpable la comunicación entre personas, además de que los mensajes de texto tienen un nivel de eficiencia mayor que el correo electrónico.

Nos basamos en afirmar lo anterior en que el tiempo en que se da respuesta entre un canal y otro es diferente, en los mensajes de texto por celular la retroalimentación es más oportuna que el correo electrónico, aunque no con ello no expresamos que es deficiente, simplemente que la retroalimentación es un poco más tardada.

Por lo cual comprobamos una de nuestras hipótesis sobre la retroalimentación por medio de estas tecnologías que se da de manera eficiente en la comunicación interpersonal, siempre y cuando las condicionantes sean favorables.

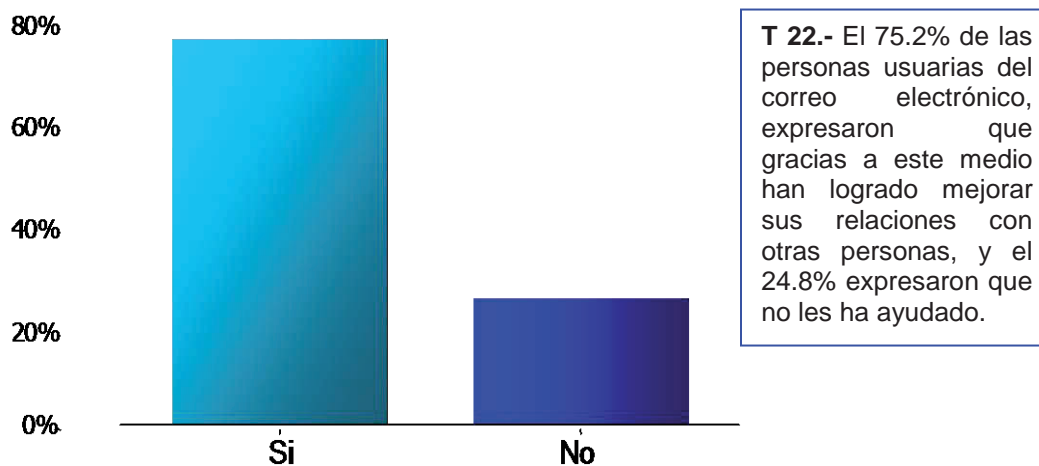
#### 4.7 ¿En qué ayudan o perjudican los mensajes texto vía celular y el correo electrónico a la comunicación interpersonal?

En este inciso como en todos nos basamos en las respuestas de los usuarios de ambos canales de comunicación y bajo su perspectiva sí les ha ayudado en las relaciones interpersonales, mediante el contacto permanente.

La comunicación permanente ayuda a establecer lazos más cercanos y por ende más afectivos entre los individuos que la mantienen, con lo cual tratamos de expresar que las personas tratan de fomentar relaciones con personas por las que sienten empatía (no es una regla).

**Tabla 22.-**

**¿La comunicación por medio de correo electrónico te ha ayudado a mejorar las relaciones interpersonales?:**



Los usuarios del correo electrónico externaron que este medio les ha

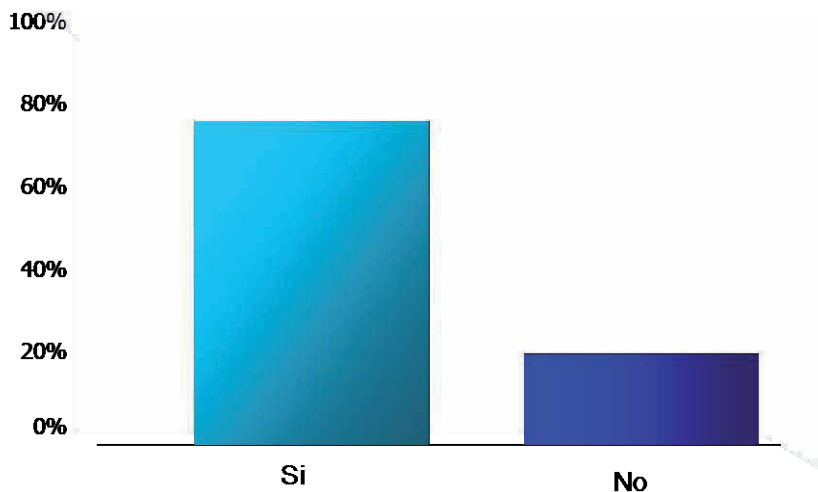
ayudado a mejorar sus relaciones con otras personas debido a que existe mayor flujo de comunicación y/o información, por ende se fortalecen, conocen más las personas y se beneficia la comunicación entre ambos.

En este rubro las personas que tienen constante comunicación tienen a ser más afectivos y a no incurrir en errores (malos entendidos, omisión de información, dar por comprendido algo, etc.) por la falta de comunicación entre los miembros de un grupo determinado.

En este mismo tenor las mujeres (como género) son las que en mayor número afirman dicha premisa así como las personas que tienen entre 18 y 25 años de edad (como rango) y las personas que estudian (como ocupación).

**Tabla 23.-**

**¿La comunicación por medio de los mensajes de texto vía celular te han ayudado a mejorar tus relaciones con otras personas?:**



**T 23.-** La mayoría de las personas expresaron que los mensajes de texto vía celular les han ayudado a mejorar sus relaciones con otras personas (77.8%) y el restante 22.2% dice que no les ha beneficiado en nada a mejorar dichas relaciones.

Las personas encuestadas afirmaron que el envío constante de mensajes de texto por telefonía celular les ayuda a estar en contacto permanente y con

ello se fortalecen sus relaciones con otras personas como se muestra en la tabla número 23; debido a que es considerado como un medio eficiente y que ayuda a que las personas se puedan percibir como “más cercanas o unidas”.

Al igual que con el correo electrónico, las mujeres son las que en su mayoría afirman que los mensajes de texto por celular ayudan a mejorar las relaciones entre las personas con ello afirmamos que sector tienden a estar más en contacto por medio de estos canales de comunicación sobre todo en cuestiones personales.

Las personas entrevistadas en su mayoría afirmaron que el intercambio constante de mensajes entre el emisor y el receptor ayuda a eliminar posibles errores como malos entendidos y conocer más a las personas con las que se mantienen el diálogo.

Así mismo los informantes clave (personas entrevistadas), afirmaron que estos canales son un “puente permanente entre las personas” que facilitan la comunicación y esta a su vez da la pauta para mejoramiento de las relaciones (no es una regla).

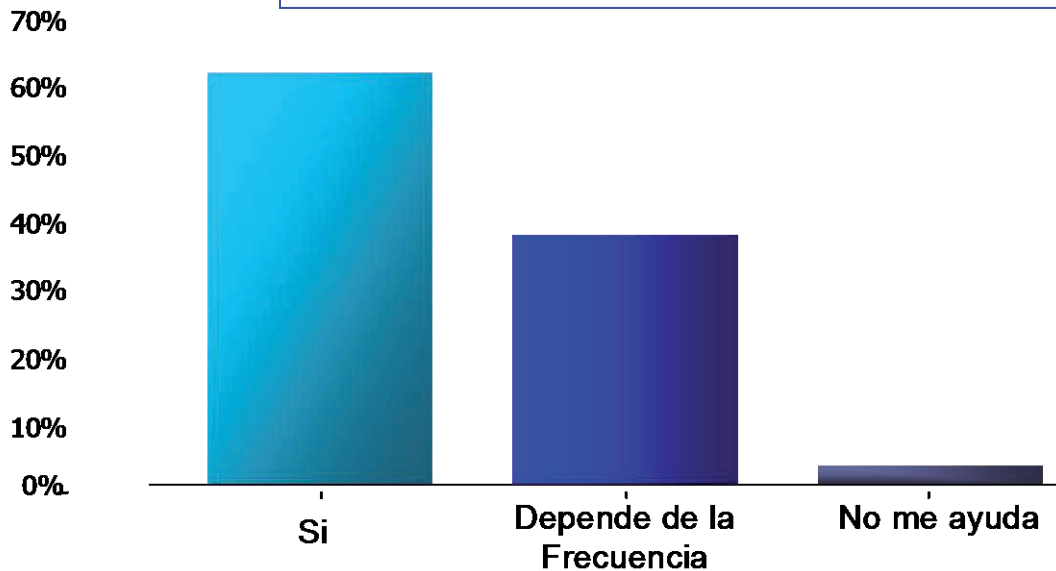
En la siguiente gráfica se hace la misma pregunta pero esta vez implicando a los dos canales que estamos revisando, esto con la finalidad de hacer un resumen general de ambos y si estos son un factor para que las relaciones entre las personas sea mejor.

En lo anteriormente expuesto comprobamos una primera parte de nuestra hipótesis de esta investigación sobre el flujo abundante de información y/o comunicación por medio de mensajes escritos por vía celular y el correo electrónico entre dos personas, sí ayudan a mejorar la comunicación entre dos

personas y por ende su relación.

**Tabla 24.-**

***Si cuentas con teléfono y correo electrónico.  
¿Crees que estas más comunicado y/o informado?:***



**T 24.-** La mayoría de las personas encuestadas se sienten más comunicadas e informadas contando con el correo electrónico y con teléfono celular (60.5%), seguidos de los que dependiendo de la frecuencia con que se usen estos medios se siente más comunicados (36.8%) y por último el 2.8% dicen que no les ayuda los medios citados a estar más comunicados e informados.

En nuestra investigación el correo electrónico y los mensajes de texto por celular son un factor importante en el mejoramiento de las relaciones interpersonales mediante la frecuencia y la disponibilidad con las que se encuentran las personas. Ya que las personas son más fácil de localizar para compartir alguna noticia o asunto relevante para ambos.

En este rubro los hombres afirmaron que en cuanto más acceso tienes a los mismos canales tienes la oportunidad de estar más comunicado y/o informado de situaciones personales. Aunque en cuanto a la edad las personas que tienen entre 26 a 32 años consideran a estos canales como una opción real



de comunicación. Por lo tanto los hombres entre 26 a 32 años son los creen en mayor medida, que si cuentas con teléfono celular y correo electrónico estas más comunicado y/o informado.

Las personas entrevistadas externaron que en cuanto más uso le das a estos canales de comunicación, logra uno estar más en contacto con gente o con quién se requiere entablar una conversación.

Los informantes clave (entrevistados) manifestaron que la comunicación por medio de los mensajes de texto por teléfono celular y correo electrónico es duradera porque el mensaje permanece en el buzón hasta que este es leído por el receptor y esté da respuesta al emisor, con esto tarde o temprano el iniciador de la conversación tendrá noticias de la persona al que le envió el mensaje. Con los cuál estos canales ayudan a estar mejor comunicado y/o informado, logrando así una mayor interacción entre los usuarios.

Estos canales permiten a las personas estar informados sobre el acontecer de las personas que rodean a un usuario determinado, sin importar la ubicación física de ambos. Con todo lo anterior expuesto se comprueba nuestra hipótesis general en la cual afirmamos que “las nuevas tecnologías: mensajes de texto vía celular y el correo electrónico nos ayudan a estar más informados y/o comunicados (estar mayor interacción con las demás personas)”.

**4.8 Los mensajes de texto por teléfono celular y correo electrónico ayudan a la gente a expresar cosas o situaciones que cara a cara son más difíciles de abordar. (Catalizadores de sentimientos y situaciones)**

Este inciso se desarrolló en base a las respuestas obtenidas en las

entrevistas a los informantes clave. Las características de las entrevistas están expuestas en la metodología y en las generalidades del trabajo de campo al inicio de este capítulo.

Es destacable que los mensajes de texto así como el correo electrónico ayudan a expresar cosas o situaciones que cuestan trabajo a la gente decir cara a cara. Las mujeres lo usan principalmente como un “desahogo”, es decir, un catalizador de sentimientos; que no se expresan por diversas circunstancias o sentimientos de vergüenza, o cuestiones psico-culturales entendida como la cultura, las costumbres y la mentalidad de género, etcétera.

Lo más común que se suele expresar por medio de los correos son: sentimientos sobre si misma o hacia otras personas o simplemente a enfrentar situaciones incómodas y que son más fácil de sobre llevar por medio de un canal electrónico que es en este caso el correo electrónico o los mensajes de texto por celular.

Las situaciones que los informantes clave expresan más frecuentemente por medio de este canal electrónico de comunicación son:

- Depresiones personales
- Problemas con otras personas
- Sentimiento de (amor, amistad, frustración, etc.)
- Para saber de una persona (puede o no estar en la misma ciudad del emisor).
- Felicitaciones o hasta simples saludos.
- Ideas o emociones
- Avisos

La mayoría de las personas entrevistadas comentaron que les ayuda a expresar cosas que les cuesta decir cara a cara, como las anteriormente expuestas debido a cuestiones sociales, morales, culturales o simplemente se omiten, es más fácil expresarlas por medio de un canal electrónico.

Los mensajes de texto por celular cumplen la función de mantener vínculos entre las personas, como principal característica, además de que se usa para las siguientes cuestiones similares a las del correo electrónico:

- “Para concertar citas.
- Para transmitir asuntos de carácter personal como sentimientos o estados de ánimo: enojo, amor, amistad, tristeza, entre otras.
- Enviar felicitaciones, recados o saludos
- Para localizar a las personas.
- Cuestiones laborales.
- Mantenerse en contacto con otras personas”. (En base a entrevistas)

En general el principal uso que les da a los mensajes de texto vía celular son casi exclusivamente de carácter sentimental y/o personal al igual que el correo electrónico.

Por medio de este canal electrónico de comunicación interpersonal se suele aflorar aún más las cuestiones sentimentales que son más difíciles de abordar en una conversación convencional. En base a las entrevistas.

En general estos canales se usan para decir cosas que cuentan más trabajo decirlas en “vivo”, con ello podemos afirmar que si ayuda y cumple con la

función de catalizador de sentimientos que están reprimidos por diversas circunstancias o por cuestiones exclusivamente culturales a las que están sometidas las personas.

#### 4.9 Barreras o desventajas de la comunicación interpersonal asistida por canales artificiales.

En los siguientes párrafos haremos un análisis de la comunicación interpersonal a través del lenguaje escrito y de los canales electrónicos pero desde una perspectiva de sus “barreras o desventajas”.

### **CORREO ELECTRÓNICO**

Los principales problemas o desventajas del correo electrónico que le encontraron las personas entrevistadas que utilizan estos canales son:

- Cuando los servidores están mal o se ha caído el sistema, no se puede acceder a internet y por ende al correo.
- La empresa que brinda el servicio ya sea hotmail, yahoo, terra, latinmail, gmail, entre otras, cuando tienen algún problema de enlace o la página está en remodelación, reparación o construcción, no puede revisar su correo electrónico.
- En ocasiones “la cuenta” de correo electrónico no quiere adjuntar algún archivo, imagen o audio, debido a que es muy pesado o grande (que tienes muchos “bytes”) o tarda mucho tiempo adjuntado algún documento, es porque la maquina donde estas conectado no es muy eficiente, o la conexión es lenta, entre los casos más comunes.

- Los mensajes enviados por correo electrónico en ocasiones están mal escritos (no se usan adecuadamente las reglas gramaticales) o se emplea un lenguaje que es desconocido por el receptor (palabras desconocidas o utilizadas de manera diferente), y esto ocasiona distorsión de la información y por lo mismo no causa el mismo efecto.
- Los correos electrónicos pueden llegar inmediatamente al buzón de destinatario o pueden tardar horas u otros simplemente se pierden en el “cyber espacio” o simplemente porque los servidores están saturados. (maquinas donde se almacenan las paginas web)
- No existe retroalimentación de comunicación no verbal; y en ocasiones la retroalimentación que se da es muy limitada y extemporánea.
- No todas personas poseen correo electrónico.

Unos de los problemas más frecuentes es cuando se envía un mensaje por medio del correo electrónico y la dirección esta mal escrita o no existe y este se regresa al emisor avisándole que este no llego, se puede agravar este problema porque en ocasiones tarda mucho tiempo en avisar de que no fue enviado exitosamente a su destino.

Otro problema recurrente es la saturación, esto se debe en gran medida a que llega a las cuentas de correo electrónico mucha propaganda, publicidad y ofertas de diversos tipos que llenan el espacio y cuando esto ocurre no pueden entrar los mensajes esperados, es por ello que es importante estar revisando continuamente la cuenta.

Un obstáculo realmente grave que afecta no solo al correo electrónico sino a la red mundial en general son los virus que pueden destruir las cuentas de correo electrónico, las paginas y hasta las máquinas desde donde accesan a internet. En términos generales estos son los problemas más recurrentes a los

que se tiene que enfrentar un usuario del correo electrónico.

## **MENSAJES DE TEXTO POR TELEFONO CELULAR**

Principales desventajas de los mensajes de texto vía teléfono celular que le encuentran las personas entrevistadas a este canal son:

- Una de las principales desventajas de los mensajes de texto por teléfono celular es la retroalimentación, como ya lo mencionamos puede ser inmediata o se da de manera extemporánea o simplemente no se da, debido al “crédito o servicio”, es decir, que si no se cuenta con saldo no se puede responder los mensajes.
- Otra desventaja es cuando se “cae el sistema”, es cuando el servicio no está en operación y es el que permite que los teléfonos puedan enviar y recibir llamadas, mensajes de texto y multimedia, en cualquier lugar.
- Una limitación de este canal es que cuenta con un número determinado de caracteres o mejor dicho que sólo admiten cierto número de palabras por mensaje, y cuando excedes la cantidad establecida se envía como dos mensajes y en ocasiones cortando las palabras o el sentido del mismo.
- Debido a que es un mensaje escrito al igual que un correo electrónico puede prestarse a malas interpretaciones o que se utilice un lenguaje conocido sólo para el emisor y estas palabras signifiquen algo distinto para el receptor, logrando así problemas de comprensión.
- En ocasiones el mensaje de texto no llega en tiempo real al destinatario y esta situación crea una incertidumbre en el emisor y este no sabe si lo recibió o no, siendo unos de los principales problemas y que pueden ser causados por escribir mal el número telefónico, enviarlo a una persona equivocada o porque el sistema está saturado.
- Otro de los problemas o deficiencias de este canal tecnológico de

comunicación es cuando la persona portadora de un teléfono celular esta “fuera de la zona de servicio”, es decir, que la persona se encuentre en un sitio donde no hay recepción de señal o cobertura del sistema que brinda el servicio (fuera de las células).

- Este canal electrónico de comunicación puede prestarse para situaciones como las mentiras.
- Los teléfonos celulares tienen la función de completar palabras automáticamente y estos en ocasiones llegan a deformar el mensaje en cuanto a su contenido.

En términos generales estos son los problemas más frecuentes e importantes dentro de la comunicación interpersonal a través de los mensajes de texto.

#### 4.10 Beneficios o ventajas de la comunicación interpersonal por medio de canales artificiales.

En este mismo tenor continuaremos con el análisis pero en este caso de las ventajas que ofrece el correo electrónico y los mensajes de texto por celular en la comunicación entre dos o más personas, en base a lo externado por los informantes clave.

### **CORREO ELECTRÓNICO**

Entre los principales beneficios o ventajas que le encuentran al correo electrónico los usuarios entre las cuales están las siguientes:

- Rapidez. Un correo electrónico puede llegar en fracciones de segundo a

su destino sin importar la distancia. Ejemplo: el emisor esta en Morelia, México y el receptor esta en Shangai, China y en cuestión de segundos ha llegado a su destino.

- Comunicarse con personas lejanas físicamente.
- Económico, comparado con otros canales artificiales de comunicación. Retomando el ejemplo anterior, un correo electrónico cuesta mucho menos que el correo tradicional hasta China.
- Se puede transferir datos, imágenes, presentaciones, documentos, entre otros.
- Es eficiente. Por siempre llega a su destino.
- Es práctico. Porque simplifica las actividades y los deberes.
- Puedes ver a la persona con la que estas conversando.

La principal característica que resaltan las personas entrevistadas es la rapidez, debido a que es más efectivo que una carta convencional, es decir, llega al buzón del destinatario en cuestiones de minutos o segundos regularmente sin importar la distancia física que pueda existir.

Otras de las principales características de este canal electrónico es que muy económico por encima de las llamadas telefónicas. En las llamadas telefónicas se cobra por el tiempo y ubicación geográfica de las dos personas participantes del diálogo; sin embargo el correo electrónico cuesta lo mismo si se escribe una palabra o cientos, es decir, no se cobra por extensión, distancia o lugar donde se puede encontrar el emisor y destinatario; por ejemplo: el emisor puede estar en la ciudad de Morelia, México y el receptor puede estar en Puebla, México o Madrid, España o en Buenos Aires, Argentina y es el mismo costo.

Su uso es muy sencillo sobre todo para las personas que tienen



conocimientos básicos de computación, es eficiente por que llega casi siempre inmediatamente y se puede transferir multitud de cosas como texto, imágenes, videos, entre las más importantes.

## **MENSAJES DE TEXTO POR TELEFONO CELULAR**

Los principales beneficios o ventajas que los usuarios entrevistados le encuentran a los mensajes de texto por telefonía celular son los siguientes:

- Rapidez, económico, efectivo y la capacidad de transmisión de imágenes, sonidos y video.

La mayoría de las personas entrevistadas resaltaron como la principal ventaja de los mensajes de texto por teléfono celular es que son muy económicos, debido a que es más barato que una llamada telefónica. Otra característica de este canal es que es muy rápido, es decir, que llega inmediatamente al destinatario y que puede convertirse en una conversación en tiempo real.

Una de las principales ventajas del los mensajes de texto por celular es que solo se necesita tener un teléfono celular (con sistema digital) y los mensajes llegan al teléfono, sin importar si se cuenta con crédito o el lugar donde el destinatario se encuentre físicamente. Además de que se pueden enviar imágenes, tonos, música y en los equipos más modernos acceder a internet y ver televisión.

En términos generales las cualidades o ventajas que destacan en ambos canales de la comunicación interpersonal son: la rapidez, económico y la opción de enviar imagen, sonido y video, así como la efectividad con la que llegan los

mensajes a los destinatarios y en ocasiones la capacidad de respuesta.

## CAPITULO V:

## *Conclusiones y Aportaciones.*

## CAPITULO V. Conclusiones y Aportaciones.

El Correo Electrónico y los Mensajes de Texto por Teléfono Celular son considerados como simples “instrumentos o máquinas” de las que sirve gente para poder estar en constante comunicación. En este trabajo de investigación a estos medios se les dio el carácter de canales de comunicación. Lo que nos lleva a concluir lo siguiente.

### 5.1 Conclusiones Teóricas

En nuestra investigación abordamos como se da la comunicación entre dos personas a través de canales tecnológicos combinados, perspectiva que pocas investigaciones le dan a dichos canales o medios.

Entre las limitantes que tuvo esta investigación esta la poca información que existe sobre el correo electrónico y en menor medida sobre el teléfono celular (los mensajes de texto) enfocada como canales de comunicación. Por ello nos dimos a la tarea agrupando concepciones para de ahí crear una que nos ayudara en nuestra investigación.

La información existente sobre estos “aparatos” está dirigida o enfocada en términos tecnológicos y hacen alusión de como funcionan estos desde una perspectiva mecánica, que muy poco o nada podía ayudar en conocer, desarrollar y concluir esta investigación.

En cuanto a la comunicación interpersonal en resumen es la que se dan en un grupo reducido (2 o 3 personas) y en la cual se da una retroalimentación

inmediata, sin importar su tipo de relación personal (esta se puede dar donde las personas son desconocidas o hasta se conozcan muy bien como unos esposos).

El canal interpersonal es el más efectivo para superar resistencias y apatías, porque se puede solicitar mayor información para disipar dudas. La retroalimentación es la mejor manera de saber si se está captando correctamente el mensaje.

La Comunicación escrita es la que se vale de las grafías para poder hacer llegar y recibir mensajes a determinada persona, es el medio para poder “poner en común”.

La diferencia entre lenguaje escrito y comunicación escrita, radica en que el primero es un medio o soporte físico a través de signos que poseen un significado y la segunda en sentido amplio es cualquier cosa que nos sirve para mandar y recibir información o es el proceso de transmisión y recepción de información.

La comunicación se vale de la escritura para lograr su finalidad la cual es que dos o más personas intercambien cualquier cosa que deseen transmitir o recibir.

El Internet y el Correo Electrónico tienen como misión facilitar la comunicación y el intercambio entre las personas, instituciones o grupos. El correo electrónico es el buzón personal en una computadora donde se puede enviar y recibir información, imágenes, sonido, música, videos entre los más importantes.

La Telefonía es una serie de instrumentos tecnológicos cuya función primordial es enlazar a dos o más personas que se encuentran separadas físicamente. El Teléfono Celular es un equipo inalámbrico que permite la comunicación entre dos personas media voz, imagen, texto, y video; constituye un canal de comunicación para los usuarios de este.

El Teléfono Celular y el Correo Electrónico en la actualidad son los nuevos canales de comunicación interpersonal porque por medio de ellos las personas pueden estar en constante contacto con las demás personas y con el mundo.

La retroalimentación a través de estos canales es eficiente porque siempre logra su objetivo de llevar el mensaje hacia ambas partes que conforman un diálogo.

## **5.2 Conclusiones Metodológicas**

El enfoque de la investigación en su mayoría es de corte cuantitativo aun que complementamos con datos cualitativos que obtuvimos a través de las entrevistas y con ello logramos conocer y explorar este fenómeno en la comunicación interpersonal. A través de “números” pudimos profundizar en otras situaciones más cualitativas que surgieron inesperadamente para enriquecer nuestra investigación, tales como que los motiva, entre quienes se da.

Debido a la poca y difusa información encontrada, en algunos aspectos tuvimos que partir desde “cero”, es por ello que optamos por hacer un trabajo académico de tipo exploratorio.

Al comienzo de la investigación nos encontramos con que ningún método era totalmente idóneo para esta investigación de comunicación interpersonal a través de canales tecnológicos; ya que casi todo los métodos están enfocados a la comunicación de masas, por lo cual optamos por el método Hipotético-Deductivo que nos permitió a conocer una arista de este fenómeno que es la comunicación entre dos personas a través de canales tecnológicos.

En términos generales el método nos permitió explorar y comprobar nuestras hipótesis así como cumplir con los objetivos trazados en la investigación.

Nuestro universo fue de personas de 18 a 49 años de edad que radicaran en Morelia lo cual fue muy amplio, lo ideal hubiera sido delimitarlo más para que los resultados nos aportaran cosas más significativas.

Con respecto a las técnicas utilizadas fueron la encuesta la cual nos limitó porque se realizaron preguntas "cerradas" lo cual nos facilitó encontrar regularidades y para enriquecer la investigación se realizaron entrevistas a informantes clave con la finalidad de poder profundizar y complementar en el "terreno" cualitativo, para que fuera integral nuestra investigación.

Las encuestas en su mayoría se aplicaron en el centro de la ciudad de Morelia, lo cual implicó que gran porcentaje de las personas encuestadas resultaran estudiantes debido a que en dicha zona convergen distintas instituciones educativas, lo ideal hubiera sido diversificar más los lugares de levantamiento de encuesta, y en lo que respecta a las entrevistas fueron video grabadas para que ningún detalle se perdiera o se deformará, las cuales se realizaron en sus lugares de trabajo o estudio de los informantes clave.

### 5.3 Conclusiones de Resultados

En este estudio se realizó acerca del correo electrónico y del teléfono celular debido a que las personas que poseen un teléfono celular por lo regular también tienen cuenta de correo electrónico. Además de las similitudes entre ambos canales de comunicación como que usan la escritura, son tecnologías nuevas y en pleno crecimiento en México.

La Comunicación a través de la escritura y canal tecnológico (los mensajes de texto por teléfono celular y correo electrónico) es una de las formas de comunicación entre personas más complejas que existe, debido a que intervienen elementos diferentes y requiere más que sus “cinco sentidos” para captar el mensaje, se necesita de instrumentos artificiales externos a la persona para poder entablar el diálogo. Este tipo de comunicación tiene un canal compuesto o complementario por la escritura y el canal tecnológico contenido uno sobre otro.

La finalidad con la que se usan los mensajes de texto por teléfono celular y por correo electrónico es con la de satisfacer sus necesidades de comunicación personal principalmente.

Los usan comúnmente a estos como un catalizador donde se expresan sentimientos o circunstancias difíciles de abordar y/o por cuestiones psico-culturales (costumbres, educación, cultura, forma de ser y de pensar, etc.) no se hacen cara a cara.

Los utilizan para poder enfrentar situaciones incómodas y que son más fáciles de llevar por medio de un canal electrónico que es en este caso el correo electrónico o los mensajes de texto por celular.

La frecuencia con la que se usan el correo electrónico es de dos a tres veces por semana y los usuarios redactan en promedio entre uno y dos y reciben de ocho a más al buzón en el mismo lapso de tiempo. El desequilibrio entre la emisión y recepción radica en que llegan muchos mensajes de asuntos no personales o mejor dicho promocionales o que contienen información sobre económica, de páginas web, política, anuncios comerciales, etc. y que son enviados por empresas o en “cadenas” de correos.

En la telefonía celular en promedio un usuario recibe de diez a más mensajes a la semana y se emiten de diez o más en el mismo periodo, lo cual indica que hay una correspondencia entre emisión y recepción siendo estos de carácter casi exclusivamente personal.

Las personas que tienen más acceso al correo electrónico y que además poseen teléfono celular son mujeres (género) y estudiantes (ocupación) así mismo son los que más envían y reciben mensajes de texto por celular y correo electrónico.

El promedio que tarda una persona en contestar un mensaje en el correo electrónico es de una a veinticuatro horas aproximadamente. Y en la telefonía celular casi siempre es inmediatamente, es decir, la fluidez de comunicación por medio de este canal es oportuna, y podemos considerar que se da en tiempo real más que la del correo electrónico, debido a que se las personas traen consigo físicamente el teléfono celular.



La retroalimentación por medio de estos canales en general es bastante efectiva y oportuna debido a que un mensaje de cualquier tipo (personal, laboral, de entretenimiento) llega inmediatamente al destinatario como si estuvieran físicamente cercanos, concretamente esto se da con mayor regularidad en mensajes de texto porque el destinatario siempre trae consigo físicamente el aparato receptor (teléfono celular).

En el correo electrónico la retroalimentación se da de forma un poco extemporánea porque el destinatario debe estar en constante revisión de su buzón para que pueda conocer el contenido de los mensajes, pero en cuando el receptor se percata que tiene un mensaje inmediatamente lo revisa y lo contesta.

En términos generales la retroalimentación por medio de estos dos canales de comunicación es inmediata y los mensajes que se responden con mayor rapidez son los de corte personal. Por lo cual podemos expresar que la comunicación entre dos personas por medio de estos canales es eficiente y en algunos casos eficaz.

La comunicación entre dos personas a través de estos canales tecnológicos si se puede dar en la mayoría de los casos existe una retroalimentación inmediata o por no menos no extemporánea para que no se pierda el sentido de un dialogo.

Las personas entrevistadas manifestaron en su mayoría, que utilizan estos canales para comunicarse ya que son medios muy prácticos, sencillos y sobre todo que son adecuados para poder entablar una comunicación con otra persona.

Los informantes clave externaron que este medio es eficiente porque siempre obtienen respuesta del receptor en tiempo y forma (no siempre); y que han obtenidos los resultados esperados es por ello que recurren frecuentemente a ellos para subsanar sus necesidades de comunicación.

En base a lo anterior hemos descubierto que nuestra hipótesis sobre “la retroalimentación por medio de estas tecnologías es eficiente en la comunicación interpersonal” es verdadera en base a lo anterior expuesto y porque sí da una verdadera comunicación debido hay una retroalimentación inmediata en la mayoría de los casos.

La comunicación a través del correo electrónico y de los mensajes de texto por teléfono celular es efectiva porque los destinatarios reciben oportunamente los mensajes en la mayoría de los casos y estos por lo regular responden en tiempo y forma.

En términos generales las cualidades o ventajas que destacan en ambos medios es la rapidez, lo económico y sus servicios adicionales como el envío de imagen, sonido y video, así como la efectividad con la que llegan los mensajes a los destinatarios.

Las mujeres en su mayoría afirman que los mensajes de texto por celular y el correo electrónico les han ayudado a mejorar las relaciones en relación con la premisa “más acceso tienes a estos canales, se cuenta con la oportunidad de estar más comunicado y/o informado de situaciones personales”.

En base a lo fundamentado en el capítulo número cuatro puntualizamos que la comunicación mediante los canales electrónicos ya mencionados, ayudan a mejorar la comunicación entre dos personas porque se pueden mantener en

contacto permanente sin importar lugar donde residan o se encuentren. Al estar siempre informado sobre lo que le acontece a la otra persona se refuerza los lazos afectivos (no es una regla) y por consecuencia la comunicación y donde hay comunicación hay menos errores y malos entendidos. En base en la presente investigación afirmamos que los canales si ayudan a mejorar las relaciones entre las personas.

En esto nos apoyamos para afirmar que “el flujo abundante de información y/o comunicación por medio mensajes escritos por vía celular y el correo electrónico entre dos personas ayudan a mejorar la comunicación interpersonal y su relación.

Las personas que cuentan con correo electrónico y con teléfono celular están mejor comunicados y/o informado de todo lo que acontece en asuntos personales y hasta cuestiones de cualquier índole comparadas contra las personas que no los poseen.

Una de las principales desventajas de este tipo de comunicación a través de estos canales es que se pierde parte de información que se transmite en la comunicación no verbal.

En base a toda la investigación, las conclusiones y a la comprobación afirmativa de las dos hipótesis secundarias (el flujo abundante de información y comunicación por medio mensajes escritos por vía celular y el correo electrónico entre dos personas ayudan a mejorar la comunicación interpersonal así como a su relación y la retroalimentación por medio de estas tecnologías es eficiente en la comunicación interpersonal) pudimos comprobar satisfactoriamente que las nuevas tecnologías: mensajes de texto por teléfono celular y el correo electrónico nos ayudan a estar más informados y comunicados, es decir, logramos corroborar la hipótesis en general.

## 5.4 Recomendaciones

El alcance real de nuestra investigación es perceptible a simple vista debido a que solo se pudo explorar una sola arista de esta inmensa realidad en la que ahora el hombre está “inmerso” que es la tecnología y en este caso en las tecnologías de la comunicación.

La planeación es la que determinara la comprobación afirmativa o negativa de las hipótesis, en este caso fueron afirmativas. En cuanto a la encuesta se debe hacer un discernimiento extensivo de donde y a quienes se va aplicar para que los resultados sean lo más confiables posible. Lo que recomendamos es hacer menos encuestas y más entrevistas a informantes clave para que exista un aporte considerable de información cualitativa y la investigación sea más completa.

Las preguntas “cerradas” solo nos ayudan a descubrir tendencias y en ocasiones pocos aspectos cualitativos, es por ello, que debe de buscar otra fuente de información cualitativa, para enriquecer la investigación.

En este trabajo de investigación solo se abordaron los siguientes temas: los mensajes del texto por celular y por correo electrónico como catalizadores de sentimientos y canales de comunicación, así como la frecuencia con que se dan estos mensajes, la retroalimentación y el papel del lenguaje escrito en la comunicación interpersonal.

Se dejaron de lado otros temas relevantes y relacionados con nuestra investigación como: el internet, la televisión digital y la radio a través del teléfono celular, las videollamadas, diseño de las paginas web, la calidad del servicio, y los “servicios extras” de estos medios, los cuales son temas lo bastante extensos e interesantes para una futura investigación enfocada a ellos.

*Glosario*

## **GLOSARIO:**

**Byte:** Unidad de información utilizada por las computadoras. Cada byte está compuesto por 8 bits. (INEGI, 2005)

**Canales Artificiales:** También denominados medios, son lo que el hombre ha creado para transportar los mensajes a través del tiempo y del espacio. Estos aparatos o mecanismos se ponen de manifiesto en el cine, la radio, la televisión, el teléfono, la fotografía, el telégrafo, los altavoces, el internet, etc. y, desde luego, afectan de alguna manera a los niveles fisiológicos del receptor. (De la Torre Zermeño, 1998: 38)

**Comunicación Escrita:** “Escritura: es la representación del pensamiento o de la palabra mediante letras o signos trazados sobre papel y otra superficie, con lápiz y otro instrumento que sirva para escribir. Es la materialización del lenguaje”. (Méndez Torres, 1990:35)

**Comunicación Interpersonal:** “Es la relación directa que se da entre un emisor, un receptor o varios receptores, usando el lenguaje como medio y efectuando un intercambio de mensajes, en el cual, los participantes se ofrecen recíprocamente señales verbales y no verbales lo cual significa que se tiene una retroalimentación inmediata como en el caso de diálogo, donde se pueden adoptar diversas modalidades como son: la charla, la conversación, la entrevista o la argumentación”. (De la Torre Zermeño, 1998)

Comunicación interpersonal es en la cual una persona o grupo interactúa con otra persona o grupo sin ayuda de ningún dispositivo mecánico. La fuente y el receptor en esta forma de comunicación se encuentran físicamente cercanos.

**Correo Electrónico (E-mail):** “Es el envío de mensajes a una computadora central para recuperadas cuando el destinatario lo considere”. (Fernández Collado, 1998:45)

**Escritura:** Son signos, grafías sistematizadas a través de las cuales se pueden transmitir las ideas. (Méndez Torres, 1990:150)

**Flujo Abundante de Comunicación:** Entendiéndose como en intercambio de más de diez mensajes escritos por medio de alguna canal ya sea por medio del correo electrónico o mensajes de texto.

**Hosts:** es un archivo de texto que se puede utilizar para resolver nombres de dominio en direcciones IP de forma local. Sus principales aplicaciones: mejora de la velocidad de acceso a aquellas páginas web que visitemos más frecuentemente, utilización de abreviaturas para referirnos a otros servidores o restricción de navegación a sólo algunos dominios. (Pág. Web de Saulo, 2006)

**Información:** “Es un conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada, de modo que le sirvan como guía de sus acción. En la información no necesitamos evocar en común con otro u otros sujetos”. (Paolli, 1988:86)

**Internet:** “Es una red de redes de computadoras. Las conexiones entre estas redes en ocasiones son simples líneas telefónicas, sistemas de microondas, de fibra óptica o cables”. (Dominick, 2000:324)

Mediante el internet se puede estar en contacto con amigos en lugares lejanos del planeta, conseguir información de la universidad en la que se desea estudiar, realizar compras, vender y adquirir acciones, rentar un apartamento, obtener información médica e inclusive conversar con deportistas y políticos. (Fernández Collado, 1998:52)

**Mensajes Escritos:** “Se trabaja preferentemente con presupuesto e implicaciones lógicas; además, deben referir e incluir el contexto comunicacional: los lectores no comparten (estrictamente) con el escritor el espacio de producción del texto escrito, es decir, no se da en el acto de escribir el estímulo- respuesta inmediato no el reajuste espontáneo que garantiza la presencia y la actuación de interlocutor, como sí sucede con la oralidad”. (Actis, Beatriz; 2003:23)

**Mosaic:** Fue el primer navegador gráfico disponible para visualizar páginas web. Fue creado en el NCSA en Enero de 1993 por Terry McLaren, Larry Jackson, Briand Sanderson, Tom Redman, y Dave Thompson. La primera versión funcionaba sobre sistemas Unix, pero fue tal su éxito que en agosto del mismo año se crearon versiones para Windows y Macintosh. (Wikipedia, Enciclopedia Libre: 2006)

**Retroalimentación:** es un aspecto primordial en el proceso de la comunicación, debido a que es una de las mejores formas para que el transmisor compruebe que el receptor interpretó correctamente el mensaje es mediante la respuesta que envíe el receptor puede hacer que el emisor modifique el mensaje para asegurarse de que no se haya malinterpretado. El proceso cíclico de la comunicación facilita la comprensión de una relación interpersonal placentera.

**Psico-cultural:** entendida como la cultura, las costumbres y la mentalidad de género, es decir, todo el entorno de un individuo que incide directa o indirectamente en la toma de sus decisiones o actos en general.

**Tecnologías de la Comunicación:** “Se refiere a cualquier invención que se haya creado para facilitar el proceso de comunicación humana”. (Fernández Collado, 1998:55)

**Telefonía:** “En esencia, la voz provoca vibraciones en un pequeño diafragma el cual, a su vez, cambia patrones de corriente que se envían por cable. Los teléfonos locales funcionan porque están conectados a estaciones de conmutadores, que a su vez conectan líneas principales (troncales) a redes operadas por computadora. El avance tecnológico en este medio permite ofrecer la telefonía celular”. (Fernández Collado, 1998:53)

**Telefonía Celular:** “El sistema celular de radiotelefonía es una nueva tecnología de comunicación que permite estar en contacto a toda hora, desde cualquier lugar, satisfaciendo así las necesidades de comunicación telefónica.

Se le llama “Celular”, ya que se refiere a la estructura del sistema, compuesto por áreas geográficas denominadas “células”, que se agrupan en una zona de servicio o área de cobertura”. (Rodríguez Camarrillo, 1992:30)

**Usuario:** Persona física o moral que en forma eventual o permanente tiene acceso a algún servicio público o privado de telecomunicaciones - internet, teléfono, por mencionar algunos -. (INEGI, 2005)



Anexos:

*Encuesta y Entrevista  
Aplicadas.*

UVAQ  
Ciencias de la Comunicación  
TESIS

Entrevista a Informantes Clave

1. ¿Qué tipo de cosas sueles decir o expresar más frecuentemente por medio del correo electrónico?
2. ¿El correo electrónico te ha ayudado a expresar cosas que no puedes externar cara a cara con la misma facilidad? ¿Por qué?
3. ¿En que te ha beneficiado o cuales son las ventajas que le encuentras al Correo Electrónico?
4. ¿Qué desventajas que le encuentras al Correo Electrónico?
5. ¿Cuáles son los problemas que has tenido con el correo electrónico?
6. ¿Qué tipo de cosas sueles decir o expresar más frecuentemente por medio de los mensajes de texto por celular?
7. ¿Los mensajes de texto por celular te han ayudado a expresar cosas que no puedes externar cara a cara con la misma facilidad? ¿Por qué?
8. ¿En que te ha beneficiado o cuales son las ventajas que le encuentras a los mensajes de texto por celular?
9. ¿Qué desventajas que le encuentras a los mensajes de texto por celular?
10. ¿Cuáles son los problemas que has tenido con los mensajes de texto por celular?
11. ¿Crees que la retroalimentación por medio de estos canales es eficiente?
12. ¿Crees que el flujo abundante de información y/o comunicación ayudan a mejorar tú comunicación con las personas con las que tienes contacto por estos medios?





13.- ¿Tu teléfono celular que sistema de pago tiene?

1) Plan                                      2) Prepago (tarjetas telefónicas)                                      3) Combinación de ambos

14.- ¿Con que finalidad usas los mensaje de texto principalmente?

1) Trabajo                                      2) Personal                                      3) Entretenimiento

15.- ¿Cuántos mensajes de texto envías por celular a en promedio a la semana?

1) Ninguno                                      2) De 1a 3                                      3) De 3 a 9  
4)10 o más

16.- ¿Cuántos mensajes de texto recibes en promedio a la semana?

1) Ninguno                                      2) De 1a 3                                      3)De 3 a 9  
4)10 o más

17.- ¿Cuánto tiempo en promedio tardas en contestar un mensaje de texto por celular?

1) Inmediatamente (1 hora)                                      2) En el transcurso del día                                      3) No los contesto

18.- ¿Cuáles son los mensajes que respondes con mayor rapidez por medio de los mensajes de texto por celular?

1) Los de Trabajo                                      2) Personales                                      3) Los de Entretenimiento

19.- ¿Crees que es eficiente (logra su propósito) la comunicación por medio de los mensajes de texto?

1) Si                                      2) No

20.- ¿La comunicación por medio de los mensajes de texto vía celular te han ayudado a mejorar tus relaciones con otras personas?

1) Si                                      2)No

# Bibliografía

## BIBLIOGRAFÍA:

*“Proceso de la Comunicación”*

BERLO, David K.  
ED. El Ateneo, 2002  
Buenos Aires, Argentina.

*“¿Cómo nos comunicamos?”*

MONTANER, Pedro y MOYAN, Rafael.  
Biblioteca de Recursos Didácticos Alambra.  
México, D. F. 1989

*“La Comunicación Humana en el mundo contemporáneo”*

FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos  
2da. Ed. Págs. 170-171.  
ED. Mc Graw Hill  
México, D. F. 1998

*“La dinámica de la comunicación masiva”*

DOMINICK, Joseph R.  
Sexta Ed., Págs. 11.  
México, D. F. 2000

*“Lenguaje Oral y Escrito en la Comunicación”*

MÉNDEZ TORRES, Ignacio  
ED. Limusa Noriega, Págs. 148.  
México. 1990

*“Taller de Análisis de la Comunicación 1”*

DE LA TORRE ZERMEÑO, Francisco J. y DE LA TORRE HERNÁNDEZ, Francisco Javier  
ED. Mc Graw Hill  
México, D. F. 1998

*“Comunicación e Información”*

PAOLI, J. Antonio  
ED. Trillas, Págs. 15.  
México, 2000

*“Nuevas Tecnologías de Comunicación y Automatización del trabajo: El caso Teléfonos de México”;*

RODRÍGUEZ CAMARRILLO, Fabiola Edith;  
UIA  
México, D. F., 1992.

*“La comunicación interpersonal efectiva”*

LOPEZ Y LINARES RIVAS, Sarah Elena.  
UVAQ, 1997  
Morelia, Mich.

*“Taller de la lengua de la Oralidad a la lectura y a la escritura”*

ACTIS, Beatriz  
Ediciones Homo Sapiens  
México, D. F. 2003

*“Comunicación Social y Desarrollo”*

MENÉNDEZ, Antonio  
Serie Estudio 24  
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales  
UNAM  
México, D. F. 1972

*“La importancia de la Comunicación interpersonal y la actitud de la sociedad moreliana con respecto de las personas que viven con VIH / Sida”*

ESTRADA SOTO, Martha Elena  
UVAQ  
Morelia, Mich. 2001



*“Comunicación Oral para el liderazgo en el mundo moderno”*

McENTEE, Eileen  
Edición Actualizada  
Mc Gram Hill  
México, D. F. 2000

*“Investigación Social: teoría y praxis”*

ROJAS SORIANO, Raúl.  
Plaza y Valdes Asociados  
México, D. F. 1989

*“Enciclopedia de la Comunicación”*

DE LA MOTA, Ignacio H.  
Tomo 1  
Noriega Editores  
México, D. F. 1994

*“Diccionario de la Comunicación Audiovisual”*

DE LA MOTA, Ignacio H.  
Trillas  
México, D. F. 1998

*“La ciencia de la comunicación humana”*

SHRAMM, Wilbur.  
Ed. Grijalbo  
Tr. Rogelio Carvajal  
México, D. F. 1982

*“Estudios de la Telefonía Celular como necesidad para los jóvenes del área metropolitana de la ciudad de México.”*

GÓMEZ BESSA, Sandra Angélica, y PERALTA, Alejandra Paola.  
Tesis 1995  
U. Iberoamericana  
México, D. F.

*“Curso de teorías de la comunicación”*

GALLARDO CANO, Alejandro.

UNAM

México, D. F.

*“Comunicación Oral”*

Fundamentos y práctica estratégica

FONSECA YERENA, Socorro.

Pearson Editores, 2005

Naucalpan, Edo. México.

*“Sociología de la comunicación”*

MARIN, Lucas Antonio, GARCIA GALERA, Carmen.

Ed Trotta, 1999

México, D. F.

*“Fundamentos de mercadotecnia”*

FERNÁNDEZ VALIÑAS, Ricardo.

Thomson. Económico –Administrativo, 2002.

México, D. F.

Revistas Electrónicas:

Revista electrónica de la comunicación del ITESM

Número 15. Año 1999

Artículo “La oralidad entre otras formas de comunicación”

VILAR, Josefina

Departamento de Educación y Comunicación de UAM Xochimilco

Páginas WEB consultas:

Consultado el 24 de octubre de 2005:

[www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx) (Revista electrónica de la comunicación del ITESM)

Consultado el 29 de Noviembre de 2005:

<http://www.isocmex.org.mx/historia.html> (La Sociedad de Internet de México)

Consultado el 29 de Noviembre de 2005

[http://es.tldp.org/Tutoriales/doc-curso-guadalinux-iesaverroes/html/5\\_3.htm](http://es.tldp.org/Tutoriales/doc-curso-guadalinux-iesaverroes/html/5_3.htm) (Servicios Editoriales para la Documentación Libre en Español)

Consultado el 29 de Noviembre de 2005:

<http://www.aulafacil.com/cursosenviados/cursomultimediaaprendizaje/Lecc-4.htm>  
(Aulafacil)

Consultado el 29 de Noviembre de 2005

[http://www.cft.gob.mx/cofetel/html/la\\_era/info\\_tel2/hist7.shtml](http://www.cft.gob.mx/cofetel/html/la_era/info_tel2/hist7.shtml)  
COFETEL (Comisión Federal de Telecomunicaciones)

Consultado el 29 de Noviembre de 2005

<http://www.enterate.unam.mx/Articulos/2005/abril/telefonía.htm>  
(Página de la Universidad Autónoma de México)

MARTÍNEZ RODRÍGUEZ, Judith / CRUZ MENDOZA, Oscar

Artículos Universidad Autónoma de México, 2005

Consultado el 23 de febrero de 2006:

<http://es.wikipedia.org/wiki/> (Enciclopedia Libre Wikipedia, 2006)

Consultado el 23 de febrero de 2006:

<http://www.saulo.net/pub/articulo.php?cod=hosts> (Saulo. Net, 2006)

Consultado el 23 de febrero de 2006:

[http://www.telecable.es/personales/carlosmg1/historia\\_correo.htm](http://www.telecable.es/personales/carlosmg1/historia_correo.htm)

Consultado el 23 de febrero de 2006:

<http://www.monografias.com/trabajos14/celularhist/celularhist.shtml> (Monografías y trabajo de José Juan Jiménez. 2006)

Fuente “Viva” (Interpersonal por medio de la entrevista a informantes clave):

Eréndira López Carrerón

22 años

Estudiante / Empleada

Morelia, Michoacán, E. U. M.

Edith Berenice Bernabé Miranda

22 años

Estudiante de Derecho / Empleada

Morelia, Michoacán, E. U. M.

Karla García Carrera

23 años

Egresada Universitaria

Morelia, Michoacán, E. U. M.

Laura Griselda Flores Magaña

22 años

Estudiante

Morelia, Michoacán, E. U. M.

Sandra Martínez Pérez  
30 años  
Cirujano Médico Partero  
Morelia, Michoacán, E. U. M.

Claudia Gabriela Torres Montoya  
25 años  
Químico Fármaco Bióloga  
Morelia, Michoacán, E. U. M.

Luz Elena Herrera Santos  
21 años  
Estudiante  
Morelia, Michoacán, E. U. M.

Bibliotecas Visitadas:

“Silvio Zavala” de la Universidad Vasco de Quiroga.  
”Sor Juana Inés de Cruz” de la Universidad de Morelia.  
Biblioteca de la Universidad Iberoamericana.  
Biblioteca de la Universidad Latina de América.