

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONOR ORREGO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PROGRAMA DE ESTUDIO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

“INFLUENCIA DE LA MENSAJERÍA WHATSAPP EN LAS RELACIONES INTERPERSONALES EN ESTUDIANTES DE SECUNDARIA DEL COLEGIO LUIS EGUIGUREN ESCUDERO. PIURA, 2022.

Área de Investigación:

TECNOLOGÍAS, PROCESOS Y DISCURSOS DE COMUNICACIÓN

Autor(es):

Br. Calderon Paz Benito Eduardo

Br. Palacios García Verexny Isabel

Jurado Evaluador:

Presidente: Bardales Vásquez, María

Secretario: Sabana Vega, Federico

Vocal: Sevedón Amaya, Fiorella

Asesor:

Gonzales Moreno, Carlos Martin

Código Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2925-9545>

TRUJILLO – PERÚ 2022

Fecha de sustentación: 2022/12/14

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PROGRAMA DE ESTUDIOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**“INFLUENCIA DE LA MENSAJERÍA WHATSAPP EN LAS RELACIONES
INTERPERSONALES EN ESTUDIANTES DE SECUNDARIA DEL COLEGIO
LUIS EGUIGUREN ESCUDERO. PIURA, 2022.**

Área de Investigación:
TECNOLOGÍAS, PROCESOS Y DISCURSOS DE COMUNICACIÓN

Autor(es):
Br. Calderon Paz Benito Eduardo
Br. Palacios García Verexny Isabel

Jurado Evaluador:

Presidente: Bardales Vásquez, María
Secretario: Sabana Vega, Federico
Vocal: Sevedón Amaya, Fiorella

Asesor:
Gonzales Moreno, Carlos Antonio

Código Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2925-9545>

TRUJILLO – PERÚ 2022

Fecha de sustentación: 2022/12/14

DEDICATORIA

Dedicada a mi padre Eduardo Jacinto Calderon Cardoza y a mi madre Ligia Silvia Paz Silva, por darme su apoyo constante en cada paso de mi vida y siempre estar allí. Ellos son quienes impulsan mi vida y son un referente de los objetivos que quiero lograr. Por sus consejos en cada pequeño escalón, valores que tomó de referencia en mi vida diaria y, sobre todo, por haber depositado su absoluta confianza en mí en esta etapa de mi vida.

Dedicado a mis hermanos mayores, Lourdes del Socorro Calderon Paz, Segundo Martin Calderon Paz y a Diana Steffany Calderón Paz que estoy seguro ven cada paso que doy con orgullo, por su disposición para apoyarme y motivarme a lograr mis metas propuestas, y a toda mi familia, que es lo mejor y más valioso que Dios me ha dado.

A la mejor compañera de tesis que la vida pudo poner en mi camino, Verexny Palacios, por no haberse rendido y mantenerse constante a pesar de las dificultades presentadas, por haberme motivado, y viceversa, aun cuando parecía imposible.

Benito Calderon Paz.

DEDICATORIA

A mis padres, Gloria García Moreto y Jaime Palacios Merino por ser mi soporte y motivación, por ser quienes me impulsan a crecer como persona y profesional. Dedicada a ellos, que con cariño y amor me han apoyado incondicionalmente en toda etapa de mi vida. A ellos que, con su apoyo y esfuerzo, me ayudan a cumplir este sueño.

A mi hermano Jorge Palacios García por su apoyo y motivación constante, por sus palabras de aliento y su acompañamiento en este proceso. Por guiar mi vida con sus valiosos consejos. Por sentirse orgulloso de mis logros y por compartir conmigo, cada paso que doy.

A mi compañero de tesis Benito Calderon Paz, por todo el compromiso y esfuerzo dedicado a la investigación. Por su motivación, paciencia y comprensión. Por compartir aquellas noches de desvelo dedicadas a la tesis que la acompañábamos con un poco de risa, de frustración pero que al final, se sentía la plena satisfacción de haberlo logrado.

Verexny I. Palacios García

AGRADECIMIENTO

A Dios por brindarnos fortaleza y entendimiento para poder desarrollar de manera satisfactoria este trabajo de investigación, además de guiarnos y bendecirnos en todo momento de nuestras vidas.

Al Ms. Francisco Antonio Jacay Ramirez, director de la Institución Educativa Luis Antonio Eguiguren Escudero, por abrirnos las puertas de su casa de estudios. A nuestro colega, Lic. Carlos Sullón Vega por ser el nexo con la institución educativa.

Al asesor de tesis, Mg. Carlos Gonzales Moreno por su apoyo constante, motivación y predisposición para orientarnos durante todo este proceso de investigación.

A todos aquellos docentes, amigos y familiares que fueron parte fundamental para la culminación de la investigación.

A los estudiantes de tercer y cuarto año de secundaria de la Institución Educativa Luis Antonio Eguiguren Escudero por su tiempo y colaboración en el presente trabajo de investigación.

RESUMEN

La presente investigación propuso como objetivo principal determinar el nivel de influencia de la mensajería WhatsApp en las relaciones interpersonales en estudiantes de secundaria del colegio Luis Eguiguren Escudero. Piura, 2022. Para ello, se realizó una investigación de tipo aplicada, de nivel explicativo y de diseño correlacional. Debido a la naturaleza de la investigación, se utilizó como técnica de recolección de datos, la encuesta y como instrumento el cuestionario. Se recolectó información de una muestra censal constituida por 41 estudiantes: 16 de tercero y 25 de cuarto de secundaria. Con los resultados obtenidos se concluyó que el uso de la mensajería WhatsApp influye de manera significativa en las relaciones interpersonales de los estudiantes, por lo tanto, se aceptó la hipótesis donde existe un nivel significativo entre las variables debido a que el valor del coeficiente de correlación de Pearson arrojó un nivel de significancia estadística de 0.423 con un p-valor menor de 5%. Asimismo, se determinó que los estudiantes usan de manera frecuente la mensajería WhatsApp para interactuar y comunicarse.

Palabras clave: Mensajería WhatsApp, relaciones interpersonales.

ABSTRACT

The main objective of this research was to determine the level of influence of WhatsApp messaging on interpersonal relationships in high school students from the Luis Eguiguren Escudero school. Piura, 2022. For this, an applied type of research, explanatory level and correlational design was carried out. Due to the nature of the research, the survey was used as a data collection technique and the questionnaire as an instrument. Information was collected from a census sample made up of 41 students: 16 from the third year and 25 from the fourth year of high school. With the results obtained, it was concluded that the use of WhatsApp messaging significantly influences the interpersonal relationships of the students, therefore, the hypothesis where there is a significant level between the variables was accepted because the value of the correlation coefficient Pearson's test yielded a statistical significance level of 0.423 with a p-value less than 5%. Likewise, it was determined that students frequently use WhatsApp messaging to interact and communicate.

Keywords: WhatsApp messaging, interpersonal relationships.

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

Con la finalidad de cumplir con las disposiciones del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, sometemos a vuestra consideración la presente investigación denominada “Influencia de la mensajería WhatsApp en las relaciones interpersonales de los estudiantes de secundaria del colegio Luis Eguiguren Escudero, Piura, 2022”, la cual se realizó con la finalidad de obtener el Título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

La presente es el resultado de una ardua investigación realizada con esfuerzo y dedicación en base a los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación académica universitaria en esta prestigiosa casa de estudios.

Por lo expuesto, estimados miembros del jurado, agradeciendo su gentil atención y dejamos a su disposición la presente investigación para su respectiva revisión y evaluación.

Atentamente,
Br. Benito Eduardo Calderon Paz.
Br, Verexny Isabel Palacios García.

INDICE

	Pág.
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
PRESENTACIÓN	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xii
I. INTRODUCCIÓN	13
1.1. El Problema de investigación.....	13
1.2. Objetivos	18
1.2.1. Objetivo General:	18
1.2.2. Objetivos Específicos	18
1.3. Justificación del estudio	18
1.3.1. Justificación teórica	18
1.3.2. <i>Justificación práctica</i>	19
1.3.3. Justificación Social	19
II. MARCO DE REFERENCIA	20
2.1. Antecedentes.....	20
2.1.1. Internacionales	20
2.1.2. Nacionales.....	24
2.1.3. Locales	26
2.2. Marco teórico	29
2.2.1. Teoría de usos y gratificaciones	29
2.2.2. Teoría del interaccionismo simbólico	32
2.3. Marco conceptual.....	35

2.3.1. Mensajería instantánea	35
2.3.2. WhatsApp Messenger	39
2.3.3. Relaciones interpersonales	46
2.4. Sistema de hipótesis	50
2.5. Operacionalización de variables	51
III. METODOLOGÍA EMPLEADA	57
3.2. Tipo y nivel de investigación	57
3.3. Población y muestra de estudio	57
3.3.1. Población	57
3.3.2. Muestra	57
3.4. Diseño de Contrastación	57
3.5. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	58
IV. Presentación de Resultados	60
4.1. Análisis e interpretación de resultados	60
4.2. Docimasia de hipótesis	71
V. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	72
CONCLUSIONES	77
RECOMENDACIONES	78
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	80
ANEXOS	84
Anexo A. Instrumento de recolección de datos	84
Anexo B. Evidencias de la propuesta	88
Anexo C. R.D. que aprueba el proyecto de investigación	90
Anexo D. Constancia de la institución u organización donde se ha desarrollado la propuesta de investigación	91
Anexo E. Constancia de asesor	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Influencia de la mensajería WhatsApp en las relaciones interpersonales.....	60
Tabla 2: Relación entre frecuencia de uso y sentimientos.....	61
Tabla 3: Influencia de la frecuencia de uso y sentimiento de felicidad sin conexión.....	61
Tabla 4: Influencia de la frecuencia de uso y sentimiento de tranquilidad sin conexión.....	62
Tabla 5: Influencia de la frecuencia de uso y sentimiento de aburrimiento sin conexión.....	62
Tabla 6: Influencia de la frecuencia de uso y sentimiento de enfado sin conexión.....	63
Tabla 7: Influencia de la frecuencia de uso y sentimiento de frustración sin conexión.....	63
Tabla 8: Relación entre formato y comunicación.....	64
Tabla 9: Influencia entre comunicación y formato de texto.....	64
Tabla 10: Influencia entre comunicación y formato de video.....	65
Tabla 11: Influencia entre comunicación y formato de imagen.....	66
Tabla 12: Influencia entre comunicación y formato de audio.....	66
Tabla 13: Influencia entre comunicación y formato de gif, emojis y stickers. ...	67
Tabla 14: Relación entre género y sus preferencias de interacción.....	67
Tabla 15: Relación entre edad y sus preferencias de interacción.....	68
Tabla 16: Relación entre grado y sus preferencias de interacción.....	68
Tabla 17: Tabla cruzada de preferencia comunicativa e interacción.....	69
Tabla 18: Relación de preferencia comunicativa e interacción.....	69

I. INTRODUCCIÓN

1.1. El Problema de investigación

El ser humano por su naturaleza es un ser social por lo que necesita vivir en constante comunicación y entablar buenas relaciones interpersonales con su entorno. De acuerdo a ello, con el paso del tiempo, las personas han adoptado distintas formas que permiten mejorar el nivel de interacción y comunicación a través del arte de entender, transmitir y recibir un mensaje mediante distintos medios.

En la actualidad, la tecnología se ha desarrollado a pasos agigantados, introduciendo en la vida diaria plataformas de redes sociales que facilitan una comunicación más eficaz, activa y rápida. En Perú, el uso de redes sociales se incrementó en los periodos de confinamiento por la Covid -19, de tal manera, lo digital se volvió indispensable y la comunicación se transformó de manera virtual, siendo el uso de la mensajería WhatsApp el más usado por los cibernautas, por ser una aplicación de fácil acceso, portabilidad y costo cero.

Para Gallegos y Vigil (2015) la mensajería instantánea o también conocida como *chat* proviene del verbo inglés *to chat* que significa conversar. Los autores definen a la mensajería instantánea como una manera de comunicación inmediata que se emplea entre dos o más personas por medio de una plataforma digital. La mensajería instantánea ha evolucionado desde su primera aparición en 1996, siendo ICQ la primera aplicación de chat instantánea.

Durante 1997 en Estados Unidos aparece Instant Messague, una aplicación que incluye, por primera vez, mensajes de voz. Posteriormente, en 1999 Microsoft lanzó su plataforma de mensajería MSN Messenger convirtiéndose en la plataforma que revolucionó la

mensajería instantánea con mayor popularidad. Además, en 2005 esta aplicación incluye por primera vez el uso de emojis.

Años más tarde, en 2002 aparece Skipe, una plataforma que se destaca por incluir las videoconferencias, utilizando micrófono y webcam. En el 2009 surge WhatsApp, revolucionando toda la forma de mensajería instantánea al incluir texto, notas de voz, videos, mensajes multimedia, emojis, videoconferencias y llamadas; de forma gratuita.

En el 2011 Facebook incluye la aplicación messenger introduciendola como función independiente, similar a WhatsApp. En 2011 aparece Snapchat, primera aplicación de mensajería instantánea que permite que los mensajes desaparecen una vez que fueron leídos. Más tarde, en 2012 nace Instagram que incluye entre sus funciones la mensajería instantánea. En el 2013 se lanza Telegram que compete con WhatsApp.

La aplicación de mensajería móvil pionera con más de cinco mil millones de descargas a nivel mundial es WhatsApps. Para Arnao y Surpachín (2016) afirmó que la aplicación de mensajería móvil WhatsApp permite enviar y recibir mensajes sin costo alguno. De tal manera, se identifica como de fácil acceso para usuarios con un dispositivo móvil.

Fue fundada en el 2009 en el estado de California por Koum y Brian. Años más tarde, con una estrategia de publicidad del boca a boca, esta aplicación logró expandirse a nivel mundial logrando en el 2011 posicionarse dentro del top 20 en aplicaciones del App Store más usadas de Estados Unidos. Más tarde, en el 2015 Facebook compra a WhatsApp por un monto de 19.000 millones de dólares.

Un informe de We Are Social Digital (2020) señala que 3.805 millones de personas que equivale al 49% de la población total del mundo, usa las redes sociales. Asimismo, menciona que las redes sociales más

empleadas a nivel mundial son YouTube (89%), WhatsApp (86%), Facebook (79%), Instagram (65%) y Twitter (53%).

En España, We Are Social Digital (2020) determinó que 43 millones de personas utilizan cualquier dispositivo para conectarse a internet y 29 millones son usuarios activos de las redes sociales. En este informe se revela que las principales causas por las que usan redes sociales es la necesidad de mantenerse en contacto con sus familiares y amigos seguido de entretenimiento y de llenar el tiempo libre.

A partir de un estudio realizado por We Are Digital (2020) se indicó que existen en Perú 19,9 millones de usuarios de internet, a su vez, 27 millones de peruanos están activos en redes sociales, de los cuales el 85% tiene cuentas en WhatsApp”.

El auge de las redes sociales, ha generado un debate sobre el impacto que tiene su uso en las relaciones interpersonales de los usuarios. Hay estudios que afirman que el uso de las redes contribuye en las formas de relacionarse de las personas, en cambio hay quienes afirman que su uso ha cambiado la esencia de la comunicación y de las formas tradicionales de relacionarse causando efectos significativos en las relaciones interpersonales.

Zayas (2011) asegura que en las relaciones interpersonales se genera mayor nivel de relación humana y se manifiesta mediante la comunicación. Por otro lado, Bisquerra (2003) manifiesta que una relación interpersonal se establece entre dos o más personas mediante una interacción recíproca.

En base a las definiciones se afirma que las relaciones interpersonales son las interacciones que surgen entre dos o más personas que buscan llegar a un acuerdo en común. Cabe destacar que las relaciones interpersonales contribuyen al desarrollo integral del ser humano y su cultura.

En Perú, según las estadísticas presentadas por el informe de Protégeles (2013) manifestó que el 76% de los adolescentes de once a catorce años, utilizan la mensajería WhatsApp. De los cuales, el 92,2% revisan el celular al despertar y el 16,4% considera que entablar una conversación con alguien que está revisando su celular, es una falta de respeto.

En la provincia de Piura se ubica la Institución Educativa Privada Luis Antonio Eguiguren Escudero que pertenece a la jurisdicción de la UGEL PIURA. Fue fundada en el año 1989 por una pareja de esposos: Francisco Antonio Jacay Ramírez y Eyllen del Socorro Vegas de Jacay. La institución brinda servicios educativos en los niveles de primaria y secundaria. Actualmente, tiene una población estudiantil de 261 alumnos.

Los alumnos de tercero y cuarto de secundaria de la Institución Educativa Privada Luis Eguiguren Escudero son adolescentes de estrato socioeconómico A y B, se encuentran en un rango de edad de 13 a 16 años. En su mayoría son adolescentes extrovertidos que actualmente experimentan cambios como la pubertad. La gran mayoría posee un smartphone y cuentan con redes sociales.

Se realizó un sondeo a los estudiantes de tercero y cuarto de la institución educativa Luis Antonio Eguiguren Escudero a 41 estudiantes de ambos géneros planteando las siguientes interrogantes y obteniendo como resultado: ¿Cuántas horas al día usas el dispositivo móvil? El 23.08% afirmó que usa WhatsApp de 0 a 1 hora, el 15.38% afirma que usa WhatsApp de 1 a 5 horas, y cada vez que llega un mensaje el 56.41%. Asimismo, se preguntó ¿cuáles eran las redes sociales de mensajería instantánea de su preferencia? de los cuales respondieron que WhatsApp (78%), Facebook (68 %) y Tik tok (52%).

Se observó que los estudiantes de la institución educativa utilizan de manera frecuente el dispositivo móvil en sus tiempos libres, dejando de

lado la interacción con su entorno, siendo activos en redes sociales. Las plataformas preferidas por los estudiantes son WhatsApp, Tik Tok y Facebook.

Es importante investigar, para determinar si el uso de WhatsApp influye en las relaciones interpersonales de los estudiantes del tercero y cuarto año de secundaria en la institución educativa Luis Eguiguren Escudero.

El presente trabajo de investigación determinará el nivel de influencia del uso del WhatsApp en las relaciones interpersonales de los estudiantes de tercero y cuarto de secundaria de la Institución Educativa Luis Eguiguren Escudero. Piura, 2022.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General:

Determinar el nivel de influencia de la mensajería WhatsApp en las relaciones interpersonales de los estudiantes de tercero y cuarto de secundaria de la Institución Educativa Luis Eguiguren Escudero. Piura, 2022.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Identificar la relación de la frecuencia de uso de la mensajería WhatsApp y los sentimientos de los estudiantes de tercero y cuarto de secundaria de la Institución Educativa Luis Eguiguren Escudero. Piura, 2022.

- Conocer la relación entre los formatos de la mensajería WhatsApp y la comunicación en las relaciones interpersonales en estudiantes de secundaria del colegio Luis Eguiguren Escudero. Piura, 2022.

- Establecer la relación entre perfil de los usuarios y sus preferencias de interacción en sus relaciones interpersonales.

1.3. Justificación del estudio

1.3.1. Justificación teórica

La presente investigación tiene un aporte teórico debido a que exponen conocimientos respecto a las variables objeto de estudio como son la plataforma de mensajería instantánea WhatsApp y su influencia en las relaciones interpersonales en los estudiantes. Los conocimientos encontrados brindarán reflexiones con respecto a lo que se conoce de la influencia de las plataformas digitales en las relaciones interpersonales de los estudiantes en Piura. Esto servirá como punto de partida para otros trabajos de investigación que

permitan conocer con mayor profundidad el impacto de la tecnología en el comportamiento de los escolares.

1.3.2. Justificación práctica

Los resultados obtenidos mediante la aplicación de una encuesta, servirán de base para futuros estudios orientados en redes sociales y la forma en que estas influyen en las relaciones interpersonales de los jóvenes. Las instituciones educativas públicas y privadas se apoyarán en los resultados de esta investigación para desarrollar estrategias pedagógicas y fortalecer el proceso de enseñanza- aprendizaje en los escolares.

Asimismo, permitirá desarrollar un programa de capacitación dirigido a los padres de familia sobre educación digital para un uso responsable de las tecnologías, aprovechando los beneficios que estas ofrecen en distintos objetivos.

1.3.3. Justificación Social

La presente investigación encuentra su relevancia social, debido a que el estudio abarca una problemática de interés social en la que se propone determinar el nivel de influencia del uso de la mensajería WhatsApp en las relaciones interpersonales de los estudiantes, en este caso, centrándonos en una población de estudiantes de tercero y cuarto de secundaria de la Institución Educativa Luis Eguiguren Escudero de Piura.

Con los resultados de la investigación se presentarán reflexiones y recomendaciones para el uso responsable de la mensajería WhatsApp en los adolescentes.

Asimismo, este estudio permitirá que los padres de familia y plana docente de las instituciones educativas, tomen medidas o políticas que regulen el uso excesivo de la mensajería WhatsApp.

II. MARCO DE REFERENCIA

2.1. Antecedentes

El presente trabajo de investigación pretende determinar el nivel de influencia del uso de la mensajería WhatsApp en las relaciones interpersonales de los estudiantes de tercero y cuarto de secundaria de la Institución Educativa Luis Eguiguren Escudero. Piura, 2022. Existen investigaciones internacionales, nacionales y locales relacionadas con el tema de estudio. Estas pesquisas se han realizado en repositorios digitales.

2.1.1. Internacionales

Caro (2018), en su tesis para optar al título de psicóloga Inmigrantes y nativos digitales: prácticas relacionales entre padres e hijos adolescentes en torno al uso de redes sociales, Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Chile. Santiago, Chile. La autora usó una metodología cualitativa de entrevistas semi- estructuradas, con una muestra empleada de 8 personas entre adultos y jóvenes.

La autora concluye que:

Son muy limitadas las restricciones que se emplean para regular el uso de las redes sociales por lo que la frecuencia en que utilizan tanto los padres como los hijos, es elevada y esto se debe a que el tiempo destinado para su uso, es flexible. Asimismo, se observa que no hay restricciones en cuanto al lugar de uso, en el caso de un hogar se puede acceder desde el cuarto, la sala, la cocina y hasta en el baño.

Las redes sociales cumplen una función de entretenimiento para padres e hijos, aunque con diferencias que existe en los contenidos de entretenimiento que consumen, mientras los padres ven contenidos de noticias, los jóvenes se entretienen

viendo memes, videos, entre otros. El problema con el uso de las redes se genera cuando en el espacio físico de interacción entre padres e hijos, se hace presente el espacio digital para establecer comunicación con personas que no están cerca de su entorno físico, lo que actúa como una barrera para la interacción presencial.

La comunicación vista desde a través del espacio digital entre padres e hijos se percibe la mensajería de WhatsApp como un medio funcional que se emplea en situaciones específicas, es decir, cuando la relación entre padres e hijos se encuentra en determinadas circunstancias como, por ejemplo, cuando ellos se encuentran lejos, emplean la mensajería de WhatsApp para establecer una relación de cercanía a fin de coordinar algunas actividades o establecer permisos.

Las redes sociales son consideradas espacios formativos que deben estar ligados al cuidado y crianza de los padres hacia los hijos. Las redes sociales permiten a los adolescentes tener una estrategia de autorregulación, es decir, que ellos mismos tengan la capacidad de distinguir los peligros que implican el uso de las redes de acuerdo a las enseñanzas de sus padres.

Masaquiza (2017), en su tesis de licenciatura titulada El uso de celulares y su influencia en la adicción al WhatsApp en estudiantes de bachillerato en los colegios fiscales del cantón Santa Cruz en el período lectivo 2017, Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad del Ecuador sede Galápagos. Puerto Ayora, Ecuador. Se aplicó un estudio cuantitativo con la técnica de recolección de datos de la encuesta, con una muestra de 260 estudiantes.

En el cual se concluyó:

Toda la población que posee un celular, tiene acceso a internet y a las redes sociales. Esto se debe a la funcionalidad y diferentes

actividades que presenta un celular con acceso a internet. Por ello, se determina un alto índice de consumo de dispositivos en los colegios analizados.

El uso excesivo del celular en horarios de clase genera un problema de atención en los alumnos y bajo rendimiento académico, ya que se niegan a desconectarse del dispositivo móvil. Los estudiantes tienen a WhatsApp como red social más usada, lo cual, genera una comunicación frecuente con su entorno, debido a que se establece de manera inmediata.

Los estudiantes usan en mayor medida la totalidad de opciones brindadas por el aplicativo WhatsApp, sin embargo, un menor porcentaje lo utiliza para demostrar alguna expresión de ánimo o popularidad. Por otro lado, se evidencia un cambio de comportamiento en los jóvenes debido a que la necesidad de estar conectados y pendientes de las redes sociales prevalece por encima de compartir con sus compañeros o amigos en la presencialidad.

El uso desmedido de las redes sociales en los jóvenes ha generado dependencia, tal es el caso que, si no están conectados, la mayoría tiene sentimientos de aburrimiento, estrés, ansiedad e inquietud. No obstante, los estudiantes se sienten alegres y felices mientras exponen/comparten su vida en redes sociales.

Rondon (2017), en su tesis de grado denominada La influencia del uso excesivo de la red social WhatsApp en la comunicación no verbal de los adolescentes de 5to grado de secundaria de la U.E. Andina de la ciudad de La Paz, Gestión 2015. Facultad de Ciencias Sociales, Carrera de Ciencias de la Comunicación Social. La Paz, Bolivia. Realizó una investigación de tipo exploratoria, descriptiva y

explicativa en una población de 35 estudiantes en la que se empleó como técnica de recolección de datos la encuesta.

Se concluye que:

Las redes sociales y su sistema de mensajería cambiaron la manera de comunicarse de los estudiantes. WhatsApp entró de manera acelerada brindando una gama de ventajas como el envío de mensajes multimedia (audio, video, grabaciones de voz e imágenes) o textuales de manera ilimitada, sin costo adicional al de estar conectado a una red. De esta manera, WhatsApp se convirtió en una herramienta necesaria que rompió la forma tradicional de comunicación en los jóvenes.

Los estudiantes admiten que, el WhatsApp está generando adicción y dependencia, debido a la alta frecuencia de uso de la aplicación. Asimismo, manifiestan que no ven necesario establecer comunicación directa o cara a cara con sus amigos, prefiriendo evadir los sentimientos de nerviosismo o temor que conlleva establecer una comunicación frente a frente con otra persona.

La causa por la que los estudiantes prefieren usar la aplicación de WhatsApp es por su interfaz dinámico y fácil de entender. Además, les gusta porque pueden estar pendientes de amigos o conocidos, revisando foto de perfil, estados, ubicación, etc. No obstante, como consecuencia no se permiten disfrutar de una comunicación directa y más amena, donde perciban la veracidad de las palabras, convirtiéndolos en seres apáticos e individualistas.

2.1.2. Nacionales

Chuquiya (2022) en su tesis de licenciatura titulada *Uso de las redes sociales y las relaciones interpersonales en adolescentes del 3ro, 4to, y 5to grado de la IES.JEC. María Auxiliadora Puno, 2019*, Escuela Profesional de Trabajo Social, Facultad de Trabajo Social de la Universidad Nacional del Altiplano. Puno, Perú. La autora empleó la técnica de la encuesta y como instrumento de recolección de datos el cuestionario. La muestra empleada para esta investigación fue de 111 estudiantes.

La autora concluye:

El uso de las redes sociales sí influye de manera significativa en las relaciones interpersonales de los adolescentes deteriorando su entorno personal, familiar y social. Actualmente, las redes toman un papel protagónico en la forma en la que suelen relacionarse los adolescentes con su entorno.

La frecuencia en la que los adolescentes usan las redes sociales está relacionado a su entorno personal, lo que determina que los adolescentes ocupen su tiempo libre en las redes sociales, posiblemente, lo que origina alteraciones en el desarrollo personal.

Una de las razones por lo que los adolescentes utilizan las redes sociales con frecuencia es por el escaso acompañamiento que reciben por parte de sus padres. La autora señala que esto origina que la comunicación entre padres e hijos disminuya ya que los adolescentes prefieren estar pendientes de sus redes sociales en vez de entablar una conversación con sus familiares.

Son múltiples los peligros a los que están expuestos los adolescentes al no tener un control sobre la frecuencia y el uso de las redes sociales que podrían atentar en contra de su integridad

física, psicológica y sexual. El estudio revela que, en su mayoría, los adolescentes utilizan las redes en espacios como en recreos, durante la salida de su colegio, en casa durante su tiempo libre.

Mamani (2019), en su tesis de licenciatura titulada *Uso del WhatsApp en la comunicación entre docentes y estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa en el primer semestre 2019*, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Psicología, Relaciones industriales y Ciencias de la Comunicación. Arequipa, Perú. El autor empleó un enfoque cuantitativo con diseño de tipo No Experimental – Transversal empleando como técnica de recolección de datos la encuesta. El autor trabajó con una muestra de 273.

Las principales conclusiones del trabajo fueron:

Los docentes y estudiantes utilizan la mensajería de WhatsApp con el propósito comunicativo de informar a través del intercambio de archivos como fotos, videos, notas de voz, música entre otros.

El fin comunicativo que desempeña el uso de la mensajería WhatsApp entre los docentes y alumnos de la institución educativa es con fines educativos, ya que los resultados muestran que se comparten, documentos académicos y tareas fuera de las horas de clase.

Los estudiantes universitarios y docentes utilizan la mensajería WhatsApp por tener la ventaja de compartir información de manera rápida, práctica y sencilla.

Chempén (2017), en su tesis de licenciatura denominada *Influencia del uso de la mensajería WhatsApp sobre la comunicación interpersonal, en los estudiantes del quinto año de secundaria de la I.E Manuel Seoane Corrales del distrito Mi Perú, 2017*, Escuela Académico Profesional de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo. Lima, Perú. La autora

utilizó un enfoque cuantitativo para desarrollar su investigación y como instrumento de recolección de datos, la encuesta. Asimismo, trabajó con una muestra de 153 estudiantes.

La autora concluye:

El aislamiento social, la necesidad de estar conectados, las barreras de comunicación y problemas en las relaciones interpersonales son algunas de las consecuencias que genera el uso de la mensajería WhatsApp por lo que la autora sustenta que el uso del aplicativo influye de manera significativa en la comunicación interpersonal de los estudiantes objeto de estudio.

Las formas de comunicación cambian en cuanto a la manera tradicional de recibir, percibir y enviar un mensaje modificando la forma en la que se interpreta el mensaje. El uso de elementos textuales en la mensajería WhatsApp recae significativamente en el aspecto verbal de los estudiantes.

El uso de los elementos multimedia tales como emojis, gif, stickers, imágenes, videos y grabaciones, es uno de los motivos por lo que los jóvenes prefieren usar el WhatsApp. Asimismo, indican que su principal ventaja es la practicidad, al momento de enviar un mensaje, olvidándose de la interacción que proporciona una comunicación directa y fluida con los demás.

2.1.3. Locales

Morocho (2019), en su tesis de maestría denominada El consumo de redes sociales de los estudiantes de la promoción 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura en el año 2019, Escuela de postgrado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, con mención en Comunicación Social. Universidad Nacional de Piura. Piura- Perú. El autor utilizó un enfoque

cuantitativo y utilizó como instrumento de recolección de datos la encuesta, en una muestra de 44 estudiantes.

El autor concluyó:

El uso inadecuado de algo que fácilmente puede ser una herramienta de aprendizaje genera descuido de rutinas diarias y procrastinación. Por lo que es bajo el porcentaje de estudiantes que realizan usos con fines académicos, y un gran porcentaje lo utilizan con fines de diversión y pérdida de tiempo. Se concluyó que la frecuencia de uso de redes sociales es de 5 horas

El uso de redes sociales y lo que consumimos en ellas influyen en las conversaciones que se tienen con las demás personas. Por otro lado, los estudiantes señalaron que el uso prolongado de redes sociales (mayor a las 2 horas diarias), afecta negativamente sus rutinas diarias.

La importancia de los antecedentes considerados en la investigación radica en que tienen gran relevancia científica en el aporte metodológico para el desarrollo de nuestras variables objeto de estudio en estudiantes de secundaria y universitarios de distintas casas de estudios. A partir de estas propuestas de investigación se definen marcos conceptuales y opiniones que resaltan la importancia de tener regulación en el uso de las nuevas tecnologías. Asimismo, las conclusiones propuestas por los diferentes autores son un referente para realizar la discusión y confrontación de resultados en la presente investigación.

Se tiene en consideración las conclusiones presentadas por Caro (2018), quien menciona que una de las causas por las que los adolescentes usan de forma excesiva el WhatsApp es por las pocas limitaciones y restricciones que reciben de sus padres. Por otro lado, Masaquiza (2017) plantea las consecuencias del uso excesivo de la mensajería WhatsApp en los estudiantes, como problemas de atención,

bajo rendimiento académico, así como la dependencia emocional que se origina por estar conectados a esta red social.

La investigación de Mamani (2019) resalta que el motivo por el que los adolescentes utilizan la mensajería WhatsApp es con el propósito de establecer una comunicación rápida, capaz de informar a través del intercambio de mensajes textuales y multimedia. No obstante, el estudio de Morocho (2019) describe que la mensajería WhatsApp es una herramienta de aprendizaje que genera descuido y procrastinación por la mayoría de estudiantes y que es usada por muy pocos de forma académica.

2.2. Marco teórico

El excesivo uso de sistemas de mensajería origina en los estudiantes nuevas formas de comunicarse y provoca una variación en la forma cómo se comunican actualmente. En el presente trabajo se analizará dos teorías de la comunicación, tales como la teoría de usos y gratificaciones, y la teoría del interaccionismo simbólico.

2.2.1. Teoría de usos y gratificaciones

2.2.1.1. Definición

Díaz (2012) afirma que “los medios masivos de comunicación satisfacen algunas clases de necesidades, entre ellas cognitivas (adquisición de conocimiento), de evasión (entretenimiento) e integradoras” (p. 221). De tal manera, a la audiencia se le caracteriza como *receptivo activo*, al ser este quien escoge su red social de preferencia de acuerdo a sus necesidades y lo que quiera hacer con esta.

La teoría de usos y gratificaciones explica cómo los medios de comunicación satisfacen las necesidades de un público objetivo; la teoría analiza al ser humano y sus motivaciones para su comportamiento mediático, e identifica las funciones y consecuencias que aparecen a partir de las motivaciones, necesidades y expectativas que el sujeto desee obtener (gratificaciones).

Díaz (2012) afirman que los orígenes sociales y psicológicos de las necesidades son cubiertas por la expectativa generada en los medios masivos de comunicación, por lo tanto, la teoría es un planteamiento en el que se buscarán gratificaciones y contenidos a los que se ven expuestos a partir del sujeto y su planteamiento social, cognitivo y emocional, que de acuerdo con su edad y condición socioeconómica

serán distintas las gratificaciones con las que se sentirá a gusto el individuo.

La teoría de usos y gratificaciones se adapta al uso de las redes sociales, la cual ayuda a conceptualizar la explicación del uso masivo de la mensajería WhatsApp a través de la satisfacción de las necesidades comunicativas y de relacionamiento para los distintos usuarios.

2.2.1.2. Funciones

A la vez que se requieren usos de las nuevas tecnologías y gratificaciones que creen necesidades de uso, encontramos que para Díaz (2012) existen cuatro funciones esenciales para el desarrollo de la teoría de usos y gratificaciones:

- El espectador es un elemento activo, ya que tiene la capacidad de elegir los medios de consumo según su gusto que le permita satisfacer sus propias necesidades y gratificaciones.
- Los medios de comunicación disputan con los demás medios de contenidos, para satisfacer las necesidades del espectador.
- Los contenidos que brindan los medios de comunicación son evaluados por la audiencia.
- Se relaciona con las necesidades psicológicas en un plano más funcionalista.

2.2.1.3. Elementos de la teoría de usos y gratificaciones

a. Satisfacción de necesidades

La satisfacción de necesidades ya sean informativas, de entretenimiento, son el eje central de la teoría que buscará la felicidad del espectador para que este continúe consumiendo seleccionando sus contenidos por sobre una gama de servicios similares que los demás ofrecen. en delimitación de una

caracterización del usuario realizada por los dueños del producto mediático.

b. El espectador activo

El espectador tiene la característica principal de ser activo, debido a que si no son satisfechas sus necesidades tiene el control para seleccionar otro producto que satisfaga sus necesidades de entretenimiento e información.

c. Competición de medios

Los medios de comunicación suelen competir entre sí para satisfacer las necesidades del espectador activo. De tal manera, se ven frecuentemente enfrentados y generando narrativas nuevas.

d. Conciencia diferenciadora

Con su narrativa diferencian planos en la realidad de acuerdo a los intereses del espectador, creando de esta manera confrontación.

e. Comunicación de masas

Orientaciones en juicios de valor al espectador sobre el paradigma cultural y estilos de vida.

2.2.1.4. Medios de comunicación

Existe una gran variedad de medios de comunicación, los cuales encontramos en la televisión, radio, publicidad de tierra, aire, las encontradas en las plataformas digitales dónde el usuario selecciona el contenido según sus criterios y preferencias; también encontramos las redes sociales y su información subida por usuarios.

De tal manera, esta información de distintos medios masivos de comunicación impacta de manera directa e indirecta en nuestro subconsciente.

Domínguez (2012) clasifica a los medios de comunicación en 4 categorías:

a. Medios primarios

Son los medios ligados al cuerpo, no requieren de ninguna tecnología para su mediatización, ejemplo: Un profesor dictando clases, político, sacerdote o una obra de teatro son mediadores de un grupo de individuos.

b. Medios secundarios

Medios ligados a las tecnologías donde el emisor requiere de técnicas para la emisión del mensaje. El receptor no requiere de ningún aparato especial para recibir el mensaje, ejemplo: periódicos, revistas, folletos, entre otros.

c. Medios terciarios

Son los también llamados medios electrónicos, donde tanto el emisor y el receptor utilizan como mediador la tecnología para ver la información, ejemplo: radio, televisor, teléfono, música.

d. Medios cuaternarios

Medios digitales, denominados los nuevos medios de comunicación generados por el auge de las nuevas tecnologías. Permiten la retroalimentación, inmediatez, alta calidad de emisión y recepción de mensajes, ejemplo: internet, celulares, entre otros.

2.2.2. Teoría del interaccionismo simbólico

El Interaccionismo simbólico define que el significado de una conducta se forma a partir de la interacción social, debido a que la interacción entre dos o más individuos crea un sistema de símbolos con significados compartidos para quienes los utilizan y participan de la interacción, tales como un saludo con la mano, un beso en la mejilla, una mirada de

molestia, etc. Estos significados compartidos van a variar de cultura a cultura, a partir de las distintas formas en las que se desarrolla el ser humano y cómo socializa con su entorno, teniendo en cuenta las condiciones demográficas como lugar de origen, edad, género; o formas de idiosincrasia como creencias religiosas, idioma, entre otras.

La teoría propone que se establece interacción por medio de la comunicación en la que influyen los gestos, entonación, expresión facial y palabras que permiten establecer significados. A través de ello, se puede enviar información, manifestar ideas, compartir experiencias con los demás y sentir empatía.

Se concluye que la teoría de interaccionismo simbólico define a las relaciones interpersonales como una construcción social adquirida a través de la observación del entorno y sus símbolos para la elaboración de conceptos compartidos por un determinado grupo social.

2.2.2.1. Definición

El máximo representante de esta teoría es George Herbert Mead sin embargo quien empleó este concepto por primera vez, fue el sociólogo Herbet Blumer. Martínez (2018) afirma que el interaccionismo simbólico se sustenta en la sociología y estudia la interacción y los símbolos como puntos fundamentales para comprender la identidad individual y organizacional.

Díaz (2012) expresa acerca de la relación entre el yo y el contexto social dejando en claro que debemos ser los otros si queremos ser nosotros mismos; es decir, en la interacción social, lo que primero ocurre crea la autoconciencia y capacidad de reflexionar sobre quienes somos. Debido a que solo a través de la reacción de los demás ante uno mismo o ante el comportamiento de otros, se tiene una oportunidad de autodescubrimiento. El “yo” necesita la existencia de otros como miembros de la interacción para conocerse a sí mismo. A partir de ello,

en el interaccionismo simbólico no se estudian las cualidades del individuo, sino su relación con los otros. De tal manera que, para la teoría de relaciones interpersonales, el análisis de uno mismo se extrae de las interacciones que suceden a su alrededor entre dos o más personas.

2.2.2.2. Funciones

Díaz (2012) resume al interaccionismo simbólico en tres funciones:

- a. El ser humano actúa en relación con las cosas dependiendo del significado otorgado.
- b. El contenido de las cosas se define a partir de la interacción social que el individuo tiene con las personas de la misma sociedad.
- c. El contenido es trabajado y modificado a través de un proceso de traducción y evaluación que el individuo define cuando trabaja los objetos con los que se encuentra.

2.2.2.3. Principios básicos

Díaz (2012) afirma que el interaccionismo simbólico se determina en los siguientes principios:

- La capacidad del pensamiento es lo que diferencia a los animales de los seres humanos.
- La interacción social moldea la capacidad de pensamiento de las personas.
- Gracias a la interacción social, las personas aprenden y comparten los significados y símbolos que les permite desarrollar su capacidad de pensamiento.
- Los significados y símbolos ocasionan que las personas puedan actuar e interactuar dependiendo su entorno.

- La interpretación de la situación está en relación con los significados y símbolos compartidos que se usan en la interacción.
- Las personas son capaces de realizar modificaciones con respecto a su habilidad de interactuar con ellos mismos, siendo esto lo que permitirá dar solución a su actuar en distintas circunstancias, evaluando constantemente ventajas y desventajas con el fin de buscar una solución.

2.3. Marco conceptual

2.3.1. Mensajería instantánea

2.3.1.1. Definición

Forentín (2022) plantea que la mensajería instantánea es un servicio de comunicación en línea que faculta a dos o más personas enviar y recibir mensajes de texto de forma instantánea. Por su parte, Da Silva (2020) explica la mensajería instantánea en una plataforma de comunicación basada en texto, donde dos personas entablan una comunicación a través de dispositivos como computadoras, celulares y tablets que tengan una conexión a internet.

Gallegos y Vigil (2015) la mensajería instantánea o también conocida como chat proviene del verbo inglés to chat que significa conversar. Los autores definen a la mensajería instantánea como una forma de comunicación en tiempo real que se emplea entre una o más personas por medio de una plataforma digital.

La mensajería instantánea de WhatsApp es un tipo de comunicación que se establece entre dos o más personas (grupos de WhatsApp) que están conectadas mediante un dispositivo con acceso a red de internet. Los mensajes que se intercambian a través de esta aplicación son de tipo textual (texto e hipertexto), multimedia (audio, video, imágenes, llamadas y videollamadas) y envío de archivos.

2.3.1.2. Características de la mensajería instantánea

Quiroz (2022) selecciona las características que reúne la mensajería instantánea tales como:

- Fácil accesibilidad, para su uso se necesita tener un dispositivo móvil, tablet u ordenador con conexión a una red de internet o Wifi.
- Permite establecer una comunicación virtual de manera rápida, sencilla y entretenida, debido a sus múltiples beneficios que otorga.
- Establece una comunicación individual o masiva y permite estar en contacto con amigos o familiares que se encuentran dentro o fuera del país.
- Entre sus funciones permite a los usuarios realizar llamadas, videollamadas, enviar mensajes de audio y de texto. Asimismo, faculta enviar documentos y archivos de cualquier formato y extensión.

2.3.1.3. Tipos de mensajería instantánea

Mejía (2022) clasifica cuatro tipos de mensajería instantánea:

a) Mensajería instantánea de correo electrónico

Antes de que las redes sociales estuvieran en apogeo y decidieron integrar, entre sus funciones, la mensajería instantánea, una manera de establecer una comunicación virtual era mediante el uso de correo electrónico, sin embargo, no obtenían una comunicación inmediata entre sus usuarios.

Para adaptarse a las nuevas exigencias, las plataformas de correo electrónico incluyeron en sus funciones la mensajería instantánea, no obstante, estas plataformas son usadas para otros fines que por su mensajería.

b) Mensajería instantánea de redes sociales

Las redes sociales incluyen dentro de sus funciones, la mensajería instantánea siendo uno de sus principales atractivos debido a su versatilidad. La mensajería instantánea está acompañada de contenidos multimedia, es decir, permite enviar videos, audios, llamadas, videollamadas, entre otras. La mayoría de redes sociales utiliza la mensajería instantánea dentro de su aplicación, sin embargo, en el caso de Facebook tiene su propia app de mensajería que es el Messenger.

c) Mensajería instantánea de vídeo

Hay plataformas digitales especialistas en integrar como su principal función la mensajería instantánea en video. La principal característica es que permite establecer una reunión o videoconferencia con una o más personas de manera simultánea. En tiempos de pandemia y confinamiento, estas plataformas fueron de gran ayuda para establecer el trabajo remoto en caso de las empresas y también en cuanto a la educación, permitieron desarrollar clases en casa. Entre las más utilizadas se encuentra Zoom, Google Meet, Skype o FaceTime.

d) Mensajería instantánea multiplataforma

Es el tipo de mensajería instantánea más utilizado por las personas ya que se puede utilizar en dispositivos móviles, tablets y ordenadores. Los mensajes incluyen contenidos multimedia, envío de documentos de cualquier formato y extensión. Además, una de sus características es que los mensajes y archivos pueden ser guardados en línea mediante la nube generando que los usuarios accedan a la información en cualquier momento y dispositivo. En esta clasificación de mensajería, destacan WhatsApp, Telegram y Viber.

2.3.1.4. Aplicaciones más usadas de mensajería instantánea

Según el estudio de We Are Digital (2020) señaló que las aplicaciones con más usuarios en el mundo son:

a) Snapchat

Es una aplicación creada en el 2011. Sus usuarios oscilan en un rango de edad de 15 a 28 años. Un factor diferenciador de las demás apps de mensajería instantánea es que el usuario puede programar la hora que desea que se visualice el mensaje.

b) Facebook Messenger

Es una aplicación exclusiva de la red social de Facebook, dedicada a la mensajería instantánea. A diferencia de las demás apps que incluye la mensajería, esta se instala por separado. Según el reporte, es la tercera aplicación de mensajería más descargada a nivel mundial.

c) Telegram

Es una aplicación que salió al mercado en el 2013. Desde entonces, ha tenido un crecimiento vertiginoso permitiéndole estar en competencia con WhatsApp para ser la aplicación líder en mensajería instantánea.

El valor diferenciado de Telegram es la confiabilidad y seguridad que brinda a sus usuarios al momento de compartir información, originando que desarrolle una comunicación secreta, cifrado de extremo a extremo.

d) WhatsApp

WhatsApp es sin duda alguna la aplicación líder en mensajería instantánea, con un total de más de 2 mil millones de usuarios.

2.3.2. WhatsApp Messenger

2.3.2.1. Definición

WhatsApp es una red social de mensajería instantánea que, desde su aparición en el 2009, ha revolucionado las formas tradicionales de comunicación y la manera de relacionarse de las personas con su entorno. En la actualidad, WhatsApp se mantiene como la app de mensajería instantánea líder en el mercado con un total de 2 mil millones de usuarios presentes en más de 180 países.

Pérez y Gardey (2021) señalan que la palabra WhatsApp es una composición de dos palabras inglesas *Whats up* que en castellano significa ¿qué pasa? ¿qué hay de nuevo? y del término *App* para referirse a una aplicación. Al unirse esos términos, nace el nombre WhatsApp siendo una aplicación que sirve para saber qué pasa y estar en contacto con otras personas en tiempo real.

Según la página web de WhatsApp (2022) define a esta red social como “una aplicación de mensajería instantánea gratuita que ofrece mensajería y llamadas de forma simple, segura y confiable y está disponible en teléfonos en todas partes del mundo”. Asimismo, NeoAttack (2020) plantea que WhatsApp es una app de mensajería instantánea cuyas principales características es la inmediatez de la comunicación debido a su practicidad al momento de enviar mensajes textuales y multimedia.

Finalmente, se entiende que WhatsApp es una aplicación de mensajería instantánea que permite establecer una comunicación de manera inmediata a través de las diferentes funciones que ofrece la aplicación como enviar mensaje textual o multimedia. Asimismo, permite establecer una comunicación grupal con hasta

256 personas al mismo tiempo, cumpliendo con una característica de inmediatez.

2.3.2.2. Funciones del WhatsApp

WhatsApp es una red social que brinda diversas funciones que facilitan la comunicación e interacción entre sus usuarios que se encuentran conectados mediante internet. En la página web de WhatsApp presentan las siguientes funciones que brinda a sus usuarios:

a. Mensajes: Mensajería simple y confiable

La aplicación permite a sus usuarios enviar mensajes textuales y multimedia (fotos, videos) de manera gratuita a sus amigos y familiares. El único requisito es que el beneficiario cuente con conexión a internet.

b. Chats de grupo: Grupos para mantenerse en contacto

Lo atractivo de WhatsApp es la facilidad que brinda para establecer comunicación de manera inmediata no solo con dos, sino hasta con 256 personas al mismo tiempo. Esto es posible gracias a la función que permite crear grupos donde se añade a participantes según sus intereses. Asimismo, permite al usuario darle nombre a los grupos para que se puedan diferenciar además de personalizarlos.

c. Llamadas y videollamadas de WhatsApp

Habla sin restricciones es uno de los lemas con que se identifica WhatsApp ya que esta función permite al beneficiario realizar llamadas gratis a amigos y/o familiares que se encuentran fuera o dentro del país sin preocuparse de los cargos costosos que un plan de telefonía tradicional proporciona. Además, no solo se queda en la típica llamada de voz, sino que también incluye las videollamadas para

establecer una comunicación “más cercana” permitiendo visibilizar las expresiones de una o más personas ya que se puede realizar videollamadas grupales.

d. WhatsApp Web y WhatsApp Escritorio

El uso del WhatsApp no solo se limita a que sea empleado mediante un dispositivo móvil, sino que mediante la creación de WhatsApp Web y WhatsApp Escritorio permite acceder a esta plataforma desde una computadora que tenga conexión a internet. Su objetivo, es que el usuario elija el dispositivo de su preferencia y el cual le sea más práctico para mantenerse conectado a esta red social.

e. Fotos y videos

WhatsApp tiene un servicio de cámara integrada que permite capturar momentos plasmados en fotos y videos y compartirlos de manera inmediata ya sea mediante los chats grupales, personales o compartirlos en un estado.

f. Cifrado de extremo a extremo: Seguridad predeterminada

La privacidad para WhatsApp es muy importante, por eso ha diseñado un método de seguridad que se denomina *cifrado de extremo a extremo* a fin de que los mensajes, llamadas e información personal que se establecen en la app, solo sea compartida con la persona que se comunica o con las que el usuario desee compartir.

g. Mensajes de voz

Di lo que piensas, es el lema con que WhatsApp relaciona a los mensajes de voz. Esta función permite que la comunicación sea versátil agregando notas de voz que se puede emplear para contar algo más específico o a detalle y para quienes no disponen de tiempo o ganas de escribir.

h. Documentos

Otra de las funcionalidades de WhatsApp es que permite a los usuarios compartir documentos tales como hojas de Word, Excel, PPT, PDF, entre otros, que se encuentren en un rango de extensión de hasta 100 MB.

2.3.2.3. Ventajas y desventajas del uso del WhatsApp

Moya (2021) en su investigación propone seis ventajas que genera el uso de la aplicación WhatsApp:

2.3.2.3.1. Ventajas

a) App de mensajería global

WhatsApp por ser la plataforma de mensajería instantánea líder en el mercado y dada su accesibilidad, es una de las aplicaciones más usadas por las personas por lo que permite establecer comunicación inmediata con la mayoría de personas del entorno. Cabe destacar que, para utilizar esta aplicación, como requisito principal es contar con acceso a internet o a una conexión Wifi.

b) Videollamadas y llamadas de calidad

Una de las ventajas que ofrece WhatsApp es que permite con facilidad, mantener contacto con las personas independientemente del tiempo o la distancia. Esto es gracias a las llamadas y videollamadas sin costo alguno, que pueden realizar los usuarios con amigos y/o familiares que se encuentran fuera o dentro del país.

c) importa contactos

WhatsApp de manera automática, sincroniza los contactos que están guardados en el dispositivo móvil que ha sido instalado y se actualiza de manera automática de forma que simplifica el establecer contacto con tus amigos y familiares.

d) Envío de contenido multimedia

La red social de WhatsApp es una de las aplicaciones que permite compartir contenido multimedia de manera inmediata. Cuando se establece una conversación con una o más personas dentro del app, pueden acompañar sus textos de fotos, videos, imágenes, gif, notas de voz, entre otras, a fin de enriquecer y entretener la plática.

e) Posibilidad de comunicación individual o en grupos

Establecer una conversación entre usuarios de WhatsApp tiene dos tipos: mediante un chat directo con la persona que se quiere comunicar y mediante un chat grupal, donde una comunidad participa de acuerdo a sus intereses. WhatsApp permite establecer una comunicación inmediata y que puede llegar a más de una persona.

f) Se utiliza en cualquier momento/lugar

Debido a la accesibilidad y practicidad de la aplicación, los usuarios pueden conectarse a WhatsApp desde cualquier lugar, espacio y tiempo. El único requisito es que tengan acceso a internet o estén conectados a alguna red Wifi.

2.3.2.3.2. Desventajas

WhatsApp por ser una aplicación que se encuentra inmersa en el espacio digital, expone muchos peligros y su uso excesivo trae consecuencias desfavorables si no se emplea con responsabilidad.

Spín (2022) reúne las desventajas que trae consigo el uso desmesurado de WhatsApp, las cuales son:

a) Tratar todo tipo de asuntos

La variedad de asuntos que se puede abordar, compartir y comunicar en WhatsApp ha ocasionado que, temas de índole

personal o que amerita una conversación presencial se prefiera realizar mediante la aplicación. Esto se origina debido a que las personas, en su mayoría, evitan la dificultad emocional y verbal que implica una conversación de manera directa.

b) Malinterpretaciones en la comunicación

La riqueza de la comunicación se ve afectada, en cierta medida, con el uso de la mensajería de WhatsApp esto se debe a que, muchas veces, las personas se enfocan en el mensaje a transmitir, dándole más realce a lo que se dice que al cómo se dice. Al emplear la mensajería de WhatsApp puede alterar el discurso debido a que la interpretación con la que el receptor recibe el mensaje es diferente a la intención del emisor. Esto genera barreras en la comunicación y afecta las relaciones.

c) Adicción

El uso descontrolado de la aplicación y la necesidad de estar conectado origina problemas de adicción en los usuarios llegando a pasar muchas horas en la red descuidando su entorno y responsabilidades. El comportamiento del usuario cambia debido a que ya no distinguen en qué lugares y espacios pueden utilizar el WhatsApp, además del tiempo correcto de uso.

d) Disminuye la cantidad de tiempo para interactuar con el entorno

Las personas al estar más tiempo conectados en la red social de WhatsApp empleando una comunicación virtual con sus amigos, descuidan el compartir e interactuar con sus amigos y/o familiares estableciendo una comunicación directa.

e) Problema de la inmediatez

Es considerada como una ventaja gracias a la rapidez con la que se comparte el contenido del mensaje. Sin embargo, esta

se vuelve una desventaja cuando el emisor espera recibir una respuesta de manera inmediata y al no obtenerla, origina ansiedad y la necesidad de revisar constantemente el chat para ver si está en línea.

f) Muy poca privacidad

Aunque WhatsApp intenta brindar seguridad de uso a sus usuarios, la privacidad entre ellos no se ha desarrollado en su totalidad. La facilidad que se puede compartir y reenviar un mensaje entre varios chats hace que la información pierda su privacidad.

2.3.2.4. Impacto en el proceso de comunicación

A lo largo del tiempo, el relacionamiento y las formas de comunicación han variado debido a la presencia de características propias de cada sociedad. Actualmente, en la sociedad de la inmediatez, se buscan gratificaciones a través de la mensajería instantánea. De tal manera, con la tecnología avanzando a un ritmo vertiginoso, lo que se pretende es facilitar los mecanismos de comunicación, estableciendo una comunicación virtual rápida y eficiente.

El uso de la mensajería WhatsApp ha transformado las formas tradicionales que tenían las personas para comunicarse. La necesidad de establecer una comunicación inmediata ha impulsado el surgimiento de tecnologías que ofrezcan sistemas de comunicación eficientes, inmediatas y de mayor alcance. Es por ello que nace WhatsApp, un servicio de mensajería instantánea que reúne, como función principal, mantener comunicados a sus usuarios, acortando tiempo y distancia, mediante la mensajería textual, mensajería multimedia, llamadas, videollamadas, entre otros.

Si bien es cierto, el uso de la mensajería WhatsApp ha contribuido en establecer una comunicación rápida y de mayor alcance, su uso desmedido ha traído consigo cambios desfavorables en la comunicación. Esto se debe a que, poco a poco, esta forma virtual de comunicación ha ido desplazando la comunicación directa (cara a cara) entre un emisor y receptor poniendo más énfasis en el canal por el cual se comparte la información más que en la forma en que se expresa el mensaje.

Pinedo (2016) cita unas estadísticas de la investigación presentada por Albert Mehrabian, especialista en comunicación, quien analizó el impacto que se produce en el receptor de un mensaje en cuanto a información verbal, vocal (voz, tono) y no verbal. Según esta investigación, afirma que “se transmite más información en un proceso de comunicación, a través del cuerpo, con un 55%, seguida de nuestra voz y su tono, con un 38%, frente al porcentaje más bajo, de un 7%, que corresponde a la comunicación verbal (sólo las palabras)”.

Si bien el uso de mensajería WhatsApp facilita la comunicación, esta ha perdido su esencia ya que hoy en día, muchas personas, especialmente los adolescentes, emplean el uso excesivo del WhatsApp para mantener comunicación con sus amigos, familiares y/o compañeros evitando pasar más tiempo compartido en un espacio físico.

2.3.3. Relaciones interpersonales

Las relaciones interpersonales en los jóvenes han variado y constantemente se transforma con el auge de la tecnología, desde cómo se relacionaban las personas hace algunas décadas, con respecto a cada avance tecnológico como la radio, el televisor y en la actualidad con el internet, específicamente para este proyecto con el uso de la mensajería instantánea; llevando a los

jóvenes a relacionarse a través de la comunicación mediada con un dispositivo móvil de manera inmediata.

2.3.3.1. Definición

Las personas son sociales por naturaleza, viven interactuando con el medio y rodeado de individuos. con los que se relaciones. Distintos autores en diversas épocas aportaron con definiciones, características y principios que serán manifestados a continuación.

Salinas (2021) señala que “para ser más humanos debemos tener contacto y comunicación con las personas, de esta manera la relación que se establezca, es lo que se ha construido entre dos o más partes” (p.42). Asimismo, Roca (2014) define que “las relaciones interpersonales son nuestra principal fuente de bienestar, y también pueden convertirse en la mayor causa de estrés y malestar, sobre todo si tenemos déficit de habilidades sociales” (p. 11).

Para Silviera (2014) se definen como el conjunto de interacciones entre dos o más personas que constituyen un medio eficaz para la comunicación, expresión de sentimientos y opiniones, las relaciones interpersonales, son también el origen de oportunidades, diversión y entretenimiento de los seres humanos.

Por tal motivo, para el presente trabajo de investigación y a partir de las consideraciones conceptuales anteriormente expuestas, las relaciones interpersonales es la comunicación entre dos o más personas en un medio social o virtual que permiten la expresión de sentimientos, y el relacionamiento mediante la interacción.

2.3.3.2. Tipos de relaciones interpersonales

Vargas Aguilar (2018) señala que existen cuatro tipos de relaciones interpersonales:

a) Íntimas superficiales:

Dependen del nivel de intimidad que se tiene con alguien dentro o fuera del entorno, su principal característica es que es variable. No obstante, tiene grado de unilateralidad, por lo que se considera como algo simple y no íntimo; debido a que no existe una necesidad afectiva entre alguna de las partes.

b) Personales

Hace referencia a la identidad individual construida por la persona desde su infancia, a partir de lo que el sujeto suele ver a su alrededor y los conceptos a los que pueda llegar para un entendimiento de sí mismo, sus gustos, preferencias y formas en las que se pueda satisfacer y cumplir sus objetivos y metas.

c) Social

Se desarrolla mediante la interacción del grupo social, y su desarrollo dependerá del grado de satisfacción y bienestar que el círculo social otorga al individuo para que este desarrolle un grado de pertenencia en el sector para generar confianza de forma efectiva en quienes le rodean.

d) Amorosas:

Se conforma a partir de tres indicadores: la pasión, el compromiso e intimidad. A partir de un lazo afectivo se conforma una base sólida de respeto y confianza. Se suelen ubicar con distintos o iguales gustos, preferencias o cosas en común.

2.3.3.3. Dimensiones de las relaciones interpersonales

a) Comunicación

Para la Real Academia Española (2001) es el envío de señales a través de un código común al emisor y al receptor. Asimismo, Thompson (2008) afirma que la comunicación es el proceso mediante el cual el emisor y el receptor establecen una conexión en un momento y espacio determinados para transmitir, intercambiar o compartir ideas, información o significados que son comprensibles para ambos.

De tal manera, se entiende la comunicación como el proceso mediante el cual se enmarca el receptor, mensaje, medio y código con la finalidad de intercambiar y compartir ideas e información con significados compartidos en dos o más individuos.

b) Relacionamiento

La palabra relación tiene un significado polisémico, contando actualmente con once definiciones en la Real Academia Española (RAE), en el presente trabajo de investigación se utilizará el significado que más se orienta al término para el presente trabajo el cual es: conocidos, amigos e influyentes. Siendo un vocablo con muchas definiciones y confuso, se le designará al término el significado que se utilizará para: personas que conocernos, amigos, familiares, y personas con las que podamos interactuar entablando así conexiones de cualquier tipo.

c) Emociones

Según la Real Academia Española es la alteración del ánimo que es intensa, pasajera, agradable o penosa, de tal manera, va acompañada de cierta conmoción somática. Por lo que se define como sentimiento de felicidad, aburrimiento, miedo, enfado y amor. De tal manera, debido a que permanentemente nos vemos expuestos a estas emociones

van a terminar por definir cómo nos sentimos bajo determinadas circunstancias.

d) Interacción

Acción que se ejerce recíprocamente entre dos o más objetos, personas, agentes, fuerzas, funciones, etc. afirmó la Real Academia Española. Asimismo, se interpreta como el encuentro comunicativo que provoca respuestas entre dos o más personas.

2.4. Sistema de hipótesis

H1: Existe un nivel significativo de influencia de la mensajería WhatsApp en las relaciones interpersonales de los estudiantes de tercero y cuarto de secundaria.

H0: Existe un nivel no significativo de influencia de la mensajería WhatsApp en las relaciones interpersonales de los estudiantes de tercero y cuarto de secundaria.

					<p>7. ¿Crees que la comunicación a través de la mensajería WhatsApp origina malentendidos?</p> <p>8. Al usar diferentes formatos (emojis, gif, sticker, texto, audio y video), ¿consideras que la mensajería WhatsApp expresa con precisión las ideas y emociones?</p>	
Variable dependiente	Conceptualización	Dimensiones	Subdimensiones	Indicador	ítem	
Relaciones Interpersonales	Las relaciones interpersonales	Relacionamiento	Interacción	Nuevas relaciones	9. ¿Con qué frecuencia estableces	Ordinal

					<p>has estado comunicándote con alguien por WhatsApp?</p> <p>13. ¿Se han quejado contigo debido a la cantidad de tiempo que pasas conectado en WhatsApp?</p>	Ordinal
		Sentimientos		Emociones generadas	<p>14. ¿Qué sientes cuando no puedes conectarte?</p> <p>a) Felicidad b) Tranquilidad c) Aburrimiento d) Enfado e) Frustración</p>	Ordinal
				Preferencia comunicativa	<p>15. ¿Qué tipo de comunicación prefieres?</p>	Nominal

					<p>a) WhatsApp b) Comunicación personales</p> <p>16. ¿Prefieres interactuar con tus amigos o familiares?</p> <p>a) WhatsApp b) De manera personal</p>	
--	--	--	--	--	---	--

III. METODOLOGÍA EMPLEADA

3.2. Tipo y nivel de investigación

El presente trabajo reúne las características de una investigación de tipo aplicada, de nivel explicativo y de diseño correlacional, en razón de que se buscó determinar el nivel de influencia de la variable independiente mensajería WhatsApp sobre la variable dependiente de relaciones interpersonales de los estudiantes de tercero y cuarto de secundaria del colegio Luis Antonio Eguiguren Escudero.

3.3. Población y muestra de estudio

3.3.1. Población

La población objeto de estudio, estuvo constituida por 16 estudiantes de tercero y 25 de cuarto de secundaria pertenecientes a la institución educativa Luis Eguiguren Escudero en Piura en el año 2022.

3.3.2. Muestra

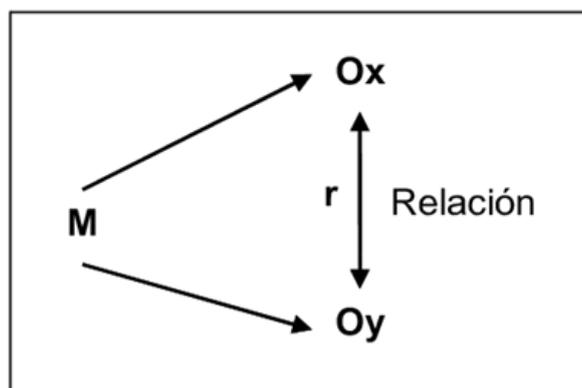
Como nuestra población fue de 41 estudiantes, se consideró conveniente trabajar con la totalidad de la población. Por ello, se empleó una muestra censal porque comprende a toda la población.

No se planteó ningún criterio de exclusión debido a que, toda nuestra muestra objeto de estudio cuenta con dispositivos móviles y el aplicativo WhatsApp.

3.4. Diseño de Contrastación

La presente investigación es de enfoque cuantitativo y emplea el diseño correlacional de observación de las dos variables en un mismo grupo.

Esquema:



Donde:

M: estudiantes de tercer y cuarto año de secundaria.

Ox: nivel de uso de la mensajería WhatsApp.

Oy: nivel de relaciones interpersonales de los estudiantes.

C: coeficiente de contingencia.

3.5. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

En el presente trabajo de investigación se utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta. López y Fachelli (2016) precisan que la encuesta es una “técnica de recolección de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida” (p. 8).

Para la recopilación de datos, se aplicó como instrumento, un cuestionario. López y Fachelli (2016) define el cuestionario como un “instrumento del método de encuesta para obtener la información pertinente que permite contrastar el modelo de análisis”. El cuestionario estuvo diseñado con 5 preguntas nominales y 22 preguntas ordinales en escala de Likert donde 1=nunca, 2=rara vez, 3= alguna vez, 4= casi siempre y 5=siempre. Según Hernández (1997), la escala de Likert es un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios de valor que se somete a los sujetos a los que se les aplica.

El instrumento denominado “Cuestionario para determinar el nivel de influencia de la mensajería WhatsApp en las relaciones interpersonales de los estudiantes de tercero y cuarto de secundaria de la Institución Educativa Luis Eguiguren Escudero” [Anexo A] está compuesto por:

- 03 preguntas de datos generales.
- 02 preguntas de frecuencia de uso
- 05 preguntas de preferencia de formato
- 05 preguntas de comunicación
- 05 preguntas de interacción
- 05 preguntas de sentimiento
- 02 preguntas de preferencia comunicativa

Para la validez y confiabilidad del instrumento, el cuestionario fue validado por dos expertos en comunicación digital y un especialista en metodología de la investigación [Anexo E].

3.6. Procesamiento y análisis de datos

Con los datos del cuestionario se construyó un base de datos en el programa Microsoft Excel que posteriormente fue transferida al programa Jamovi V.2.3.18 para el procesamiento correspondiente de acuerdo a los requerimientos de objetivos e hipótesis.

Los resultados fueron representados en cuadros bivariantes con número de casos en cifras absolutas y porcentuales.

Para validar nuestra hipótesis se aplicó la prueba chi cuadrado para asociación de factores. Si $p < 0,05$ existe una asociación significativa.

Para medir el nivel de asociación entre las variables cuantitativas se empleó el coeficiente de contingencia de Pearson.

IV. Presentación de Resultados

4.1. Análisis e interpretación de resultados

Tabla 1:

Influencia de la mensajería WhatsApp en las relaciones interpersonales.

Mensajería WhatsApp	Relaciones interpersonales						p
	Medio		Bajo		Total		
	N	%	N	%	N	%	
Medio	17	41,46%	1	2,44%	18	43,90%	0.423
Alto	20	48,78%	3	7,32%	23	56,10%	
Total	37	90,24%	4	9,76%	41	100,00%	

Nota: Elaboración propia.

En la Tabla 1, observamos que la mayoría de los estudiantes establecen relaciones interpersonales en un nivel medio. Por otro lado, un 48.78% de los encuestados usan en un nivel alto la mensajería WhatsApp, mientras que un 41,46% lo utilizan en un nivel medio. Se demuestra que el nivel de influencia con respecto a la correlación de Pearson es de $p= 0.423$ con un nivel de significancia del 0.05 por lo que existe una relación significativa entre la mensajería WhatsApp y las relaciones interpersonales.

Tabla 2:*Relación entre frecuencia de uso y sentimientos.*

Frecuencia	Sentimiento							
	Medio		Bajo		Alto		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Medio	7	17%	3	7%	0	0%	10	24%
Alto	23	56%	7	17%	1	2%	31	76%
Total	30	73%	10	24%	1	2%	41	100%

Nota: Elaboración propia.

En la Tabla 2, observamos que un 56% de los estudiantes con una frecuencia alta de uso, tienen una influencia media en sentimientos cuando no están conectados, mientras que un 17% de estudiantes con frecuencia media alcanzan un nivel de influencia baja de sentimientos cuando no están conectados a la mensajería de WhatsApp.

Tabla 3:*Influencia de la frecuencia de uso y sentimiento de felicidad sin conexión.*

Felicidad	Frecuencia					
	Medio		Alto		Total general	
	F	%	F	%	F	%
Medio	2	4.88%	11	26.83%	13	31.71%
Bajo	2	4.88%	5	12.20%	7	17.07%
Alto	6	14.63%	15	36.59%	21	51.22%
Total	10	24.39%	31	75.61%	41	100.00%

Nota: Elaboración propia.

En la Tabla 3, se evidencia que el 36.59% de los estudiantes, con una alta frecuencia de uso, tiene un alto sentimiento de felicidad cuando no están conectados a la mensajería de WhatsApp, mientras que un 26.83%, tienen la misma frecuencia de uso y presentan un nivel medio de sentimiento de felicidad cuando no están conectados.

Tabla 4:*Influencia de la frecuencia de uso y sentimiento de tranquilidad sin conexión.*

Tranquilidad	Frecuencia					
	Medio		Alto		Total general	
	F	%	F	%	F	%
Alto	7	17.07%	25	58.54%	32	78.05%
Medio	3	7.32%	4	9.76%	7	17.07%
Bajo	0	0.00%	2	4.88%	2	4.88%
Total	10	24.39%	31	75.61%	41	100.00%

Nota: Elaboración propia.

En la Tabla 4, se visualiza que un 58.54% de los estudiantes con una frecuencia alta de uso, tienen un sentimiento alto de tranquilidad cuando no están conectados, mientras que un 17.07% de estudiantes con frecuencia media alcanzan también el mismo nivel de sentimiento cuando no están conectados a la mensajería de WhatsApp.

Tabla 5:*Influencia de la frecuencia de uso y sentimiento de aburrimiento sin conexión.*

Aburrimiento	Frecuencia					
	Medio		Alto		Total	
	F	%	F	%	F	%
Medio	4	9.76%	6	14.63%	10	24.39%
Alto	5	12.20%	24	60.98%	29	70.73%
Bajo	1	2.44%	1	2.44%	2	4.88%
Total	10	24.39%	31	75.61%	41	100.00%

Nota: Elaboración propia.

En la Tabla 5, se evidencia que un 60.98% de los estudiantes con una frecuencia alta de uso, tienen un alto sentimiento de aburrimiento cuando no están conectados, seguido por un 14.63%, también con frecuencia alta, que presentan un sentimiento medio de aburrimiento.

Tabla 6:*Influencia de la frecuencia de uso y sentimiento de enfado sin conexión.*

Enfado	Frecuencia					
	Medio		Alto		Total	
	F	%	F	%	F	%
Medio	3	7.32%	7	17.07%	10	24.39%
Bajo	4	9.76%	21	51.22%	25	60.98%
Alto	3	7.32%	3	7.32%	6	14.63%
Total	10	24.39%	31	75.61%	41	100.00%

Nota: Elaboración propia.

En la Tabla 4, se aprecia que más de la mitad de los estudiantes 51.22% con alta frecuencia de uso tienen un nivel medio del sentimiento de enfado cuando no están conectados, seguido por un 17%, también con alta frecuencia de uso, tienen un nivel medio de enfado.

Tabla 7:*Influencia de la frecuencia de uso y sentimiento de frustración sin conexión.*

Frustración	Frecuencia					
	Medio		Alto		Total	
	F	%	F	%	F	%
Medio	3	7.32%	5	12.20%	8	19.51%
Bajo	4	9.76%	22	53.66%	26	63.41%
Alto	3	7.32%	4	9.76%	7	17.07%
Total	10	24.39%	31	75.61%	41	100.00%

Nota: Elaboración propia.

La Tabla 7, se muestra que un 53.66% de la población con una alta frecuencia de uso presenta un nivel bajo de sentimiento de frustración cuando no está conectada, en tanto solo un 12.20% del mismo grupo poblacional tiene un nivel de sentimiento medio de frustración.

Tabla 8:*Relación entre formato y comunicación.*

Formato	Comunicación								
	Alto		Medio		Bajo		Total		p
	N	%	N	%	N	%	N	%	
Medio	18	44%	9	22%	1	2%	28	68%	0.166
Alto	12	29%	1	2%	0	0%	13	32%	
Total	30	73%	10	24%	1	2%	41	100%	

Nota: Elaboración propia.

La Tabla 8, nos muestra que un 44% de la población con un nivel alto de comunicación usa el formato de contenido en Whatsapp en un nivel medio, en tanto sólo un 29% del mismo grupo poblacional tiene un nivel alto de formato en el contenido.

Con los resultados obtenidos, se identifica que ambas dimensiones son independientes entre sí porque en la prueba del chi cuadrado el valor de $p > 0.05$.

Tabla 9:*Influencia entre comunicación y formato de texto.*

Texto	Comunicación								
	Alto		Medio		Bajo		Total		p
	F	%	F	%	F	%	F	%	
Alto	27	65.85%	10	24.39%	1	2.44%	38	92.68%	0.000
Bajo	2	4.88%	0	0.00%	0	0.00%	2	4.88%	
Medio	1	2.44%	0	0.00%	0	0.00%	1	2.44%	
Total	30	73.17%	10	24.39%	1	2.44%	41	100.00%	

Nota: Elaboración propia.

En la Tabla 9, se aprecia que el texto es empleado en un nivel alto para establecer una comunicación dentro de la mensajería WhatsApp. Un 65.85% considera que la comunicación es clara y comprensible seguido del 24.39% que establece que la claridad comunicativa se da en un nivel medio.

Con los resultados establecidos, se identifica que ambas dimensiones son independientes entre sí ya que en la prueba del chi cuadrado el valor de $p > 0.05$.

Tabla 10:

Influencia entre comunicación y formato de video.

Video	Comunicación							
	Alto		Medio		Bajo		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Medio	15	36.59%	1	2.44%	0	0.00%	16	39.02%
Alto	12	29.27%	4	9.76%	1	2.44%	17	41.46%
Bajo	3	7.32%	5	12.20%	0	0.00%	8	19.51%
Total	30	73.17%	10	24.39%	1	2.44%	41	100.00%

Nota: Elaboración propia.

En la Tabla 10, se establece que la comunicación se da en un nivel alto dentro de la mensajería WhatsApp con respecto al uso del formato de video. El 36.59% de los encuestados emplean en un nivel medio el formato de video, mientras el 29.27% utiliza el formato de video en un nivel alto.

Tabla 11:*Influencia entre comunicación y formato de imagen.*

Imagen	Comunicación							
	Alto		Medio		Bajo		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Medio	14	34.15%	6	14.63%	1	2.44%	21	51.22%
Alto	16	39.02%	2	4.88%	0	0.00%	18	43.90%
Bajo	0	0.00%	2	4.88%	0	0.00%	2	4.88%
Total	30	73.17%	10	24.39%	1	2.44%	41	100.00%

Nota: Elaboración propia.

En la Tabla 11, se evidencia que, al utilizar el formato de imagen, la comunicación se da en un nivel alto dentro de la mensajería WhatsApp. El 39.02% de los estudiantes utilizan en un nivel medio el formato de imagen y el 34.15% lo usan en un nivel alto.

Tabla 12:*Influencia entre comunicación y formato de audio.*

Audio	Comunicación							
	Alto		Medio		Bajo		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Medio	5	12.20%	3	7.32%	0	0.00%	8	19.51%
Alto	24	58.54%	5	12.20%	1	2.44%	30	73.17%
Bajo	1	2.44%	2	4.88%	0	0.00%	3	7.32%
Total	30	73.17%	10	24.39%	1	2.44%	41	100.00%

Nota: Elaboración propia.

En la Tabla 12, se visualiza que al utilizar el formato audio, la comunicación se establece en un nivel alto. El 58.54% de los encuestados utilizan el formato de

audio en un nivel alto, mientras que el 12.20% emplea el formato de audio en un nivel medio.

Tabla 13:

Influencia entre comunicación y formato de gif, emojis y stickers.

Gif, Emojis, Stickers	Comunicación							
	Alto		Medio		Bajo		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Medio	0	0.00%	4	9.76%	0	0.00%	4	9.76%
Alto	30	73.17%	6	14.63%	1	2.44%	37	90.24%
Total	30	73.17%	10	24.39%	1	2.44%	41	100.00%

Nota: Elaboración propia.

En la Tabla 13, se percibe que los encuestados utilizan el formato Gif, Emojis, Stickers en un nivel alto, mientras que el 73.17% consideran que la comunicación, es clara y comprensible en un nivel alto y el 14.63% considera que la claridad comunicativa del mensaje es clara y comprensible en un nivel medio.

Tabla 14:

Relación entre género y sus preferencias de interacción.

Género	Interacción							
	Medio		Alto		Bajo		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Masculino	11	26,83%	5	12,20%	1	2,44%	17	41,46%
Femenino	13	31,71%	10	24,39%	1	2,44%	24	58,54%
Total	24	58,54%	15	36,59%	2	4,88%	41	100,00%

Nota: Elaboración propia.

En la Tabla 14, se observa que las estudiantes de género femenino prefieren interactuar en la mensajería WhatsApp en un 58.54%, mientras que los alumnos

de género masculino prefieren interactuar en la mensajería WhatsApp en un 41.46%.

Tabla 15:

Relación entre edad y sus preferencias de interacción.

Edad	Interacción							
	Medio		Alto		Bajo		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
14	5	12,20%	1	2,44%	0	0,00%	6	14,63%
15	17	41,46%	8	19,51%	2	4,88%	27	65,85%
16	2	4,88%	6	14,63%	0	0,00%	8	19,51%
Total	24	58,54%	15	36,59%	2	4,88%	41	100,00%

Nota: Elaboración propia.

En la Tabla 15, se evidencia que los estudiantes que tienen 15 años con un 41.46% prefieren interactuar mediante la mensajería WhatsApp en un nivel medio, en tanto los alumnos que tienen 16 años con un 14.63% prefieren interactuar en un nivel alto mediante la mensajería de WhatsApp.

Tabla 16:

Relación entre grado y sus preferencias de interacción.

Grado	Interacción							
	Medio		Alto		Bajo		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
3ro	13	31,71%	3	7,32%	0	0,00%	16	39,02%
4to	11	26,83%	12	29,27%	2	4,88%	25	60,98%
Total	24	58.54%	15	36.59%	2	4.88%	41	100%

Nota: Elaboración propia.

En la Tabla 16, se aprecia que los estudiantes que cursan el tercer grado de secundaria en un 31.71% tienen un nivel medio de interacción en la mensajería

de WhatsApp mientras que los estudiantes de cuarto año con un 29.27% prefieren interactuar en un nivel alto a través de la mensajería de WhatsApp.

Tabla 17:

Tabla cruzada de preferencia comunicativa e interacción.

Preferencia comunicativa	Interacción							
	Medio		Alto		Bajo		Total general	
	F	%	F	%	F	%	F	%
WhatsApp	12	29,27%	6	14,63%	0	0,00%	18	43,90%
Comunicación personal	11	26,83%	5	12,20%	2	4,88%	18	43,90%
Otros	1	2,44%	4	9,76%	0	0,00%	5	12,20%
Total	24	58,54%	15	36,59%	2	4,88%	41	100,00%

Nota: Elaboración propia.

En la Tabla 17, se aprecia que el 29,27% de los estudiantes prefieren comunicarse mediante la mensajería WhatsApp en un nivel medio. Mientras que, el 26.83% prefiere la comunicación personal en un nivel medio.

Tabla 18:

Relación de preferencia comunicativa e interacción.

Preferencia de amigos o familiares	Interacción							
	Medio		Alto		Bajo		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Por WhatsApp	4	9,76%	1	2,44%	0	0,00%	5	12,20%
De manera personal	20	48,78%	14	34,15%	2	4,88%	36	87,80%
Total	24	58,54%	15	36,59%	2	4,88%	41	100,00%

Nota: Elaboración propia.

En la Tabla 18, se observa que, del instrumento aplicado, el 48,78% de los estudiantes prefieren comunicarse en un nivel medio con amigos y familiares de

manera personal. Al igual que, el 34.15% prefiere la comunicación de manera personal en un nivel alto.

4.2. Docimasia de hipótesis

H1: Existe un nivel significativo de influencia de la mensajería WhatsApp en las relaciones interpersonales de los estudiantes de tercero y cuarto de secundaria.

H0: Existe un nivel no significativo de influencia de la mensajería WhatsApp en las relaciones interpersonales de los estudiantes de tercero y cuarto de secundaria.

A partir de los resultados adquiridos en la prueba de Pearson para determinar la significancia (Sig.=0.000) del coeficiente de la mensajería WhatsApp con respecto a las relaciones interpersonales (0.423) es inferior a 0.05; por lo que el signo positivo y la significancia lograda conlleva a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis **Existe un nivel significativo de influencia de la mensajería WhatsApp en las relaciones interpersonales** de los estudiantes de tercero y cuarto de secundaria del colegio Luis Eguiguren Escudero.

V. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

La finalidad de esta investigación es determinar el nivel de uso de la mensajería WhatsApp en las relaciones interpersonales en los estudiantes de tercero y cuarto de secundaria del colegio Luis Eguiguren Escudero por lo que se realizó la aplicación de una encuesta que permitió extraer los resultados e interpretaciones. Para determinar el nivel de Pearson se encontró que el coeficiente condujo a una relación significativa de 0.423, lo cual lleva a una correlación positiva entre ambas variables de investigación siendo el nivel de significancia menor a 0.05 (0.000). En relación a los resultados, se obtuvo que el uso de la mensajería de WhatsApp influye de manera significativa en las relaciones interpersonales (Tabla 1).

Esto tiene concordancia con lo planteado en la tesis de Chempén (2017) quien indica que el uso de la mensajería WhatsApp influye de manera significativa en la comunicación interpersonal de los estudiantes objeto de estudio. Semejante a la investigación de Chempén, tenemos el estudio de Chuquija (2022) quien concluye que el uso de las redes sociales sí influye de manera significativa en las relaciones interpersonales de los adolescentes deteriorando su entorno personal, familiar y social.

Actualmente, las redes toman un papel protagónico en la forma en la que suelen relacionarse los adolescentes con su entorno. En este caso, los resultados encontrados en la investigación demuestran que, a mayor uso de la mensajería WhatsApp, mayor es el nivel de influencia en las relaciones interpersonales. Por lo tanto, esto conlleva a aceptar la hipótesis planteada en la investigación la cual menciona que existe un nivel significativo de influencia de la mensajería WhatsApp en las relaciones interpersonales de los estudiantes piuranos de tercero y cuarto de secundaria del colegio Luis Eguiguren Escudero.

Con respecto al primer objetivo específico: Identificar la relación de la frecuencia de uso de la mensajería WhatsApp y los sentimientos de los estudiantes de tercero y cuarto de secundaria de la Institución Educativa Luis Eguiguren Escudero, los resultados evidenciaron, en principio, que la mayoría de estudiantes tienen una frecuencia alta de uso de la mensajería WhatsApp tanto para enviar y recibir mensajes. Asimismo, se muestra que cuando los estudiantes no están conectados genera un nivel alto de sentimiento de aburrimiento, y un nivel bajo de enfado y frustración. (Tabla 5, Tabla 6 y Tabla 7). Esto indica que los estudiantes, en cierta medida, han generado dependencia al uso de la mensajería WhatsApp debido a su uso excesivo lo cual se ve reflejado en los sentimientos de los estudiantes.

Los resultados encontrados se asocian con lo expuesto por Masaquiza (2017) quien afirma que el uso desmedido de las redes sociales en los jóvenes ha generado dependencia, tal es el caso que, si no están conectados, la mayoría tiene sentimientos de aburrimiento, estrés, ansiedad e inquietud. Asimismo, en cuanto a la alta frecuencia de uso en la mensajería WhatsApp de los estudiantes, se relaciona a lo mencionado por Rondon (2017) quien plantea que la mensajería WhatsApp está generando adicción y dependencia, debido a la alta frecuencia de uso de la aplicación. Dado los resultados de la investigación se plantea que los adolescentes ocupan su tiempo libre en estar conectados a WhatsApp es por ello que cuando no tienen conexión a la aplicación se sienten aburridos lo que origina alteraciones en su desarrollo personal al no realizar actividades sociales que beneficien la comunicación y el relacionamiento con su entorno.

En relación al hallazgo encontrado en el primer objetivo específico se aplica la teoría de usos y gratificaciones citada por Díaz (2012) quien señala que el individuo busca gratificaciones y contenidos a partir del planteamiento social, cognitivo y emocional que van de acuerdo con su edad y necesidades. Esta teoría permite entender por qué los estudiantes emplean con alta frecuencia la mensajería WhatsApp y esto se debe a que dada la multifuncionalidad que ofrece la mensajería WhatsApp los estudiantes encuentran los usos y gratificaciones relacionadas de acuerdo a sus gustos y preferencias. Además, la mensajería

WhatsApp reúne todas las necesidades y expectativas que los estudiantes requieren.

Respecto al segundo objetivo específico: Conocer la relación entre el contenido de la mensajería WhatsApp y la comunicación en las relaciones interpersonales en estudiantes de secundaria del colegio Luis Eguiguren Escudero, se precisa que dentro de los formatos que emplean los estudiantes para comunicarse, prevalece en un nivel alto de uso los gifs, emojis, stickers, el texto y el formato de audio (Tabla 9, Tabla 12 y Tabla 13). Los resultados permitieron identificar que los estudiantes han establecido preferencias por distintos formatos a la hora de comunicarse e interactuar con los demás mediante la mensajería WhatsApp. Dichos resultados guardan asociación con lo planteado por Chempén (2017) quien afirma que el uso de elementos multimedia tales como emojis, gif, stickers, imágenes, videos y grabaciones, es uno de los motivos por lo que los jóvenes prefieren usar WhatsApp. Esto indica que algunos formatos (gifs, emojis, stickers, el texto y el formato de audio) que ofrece la mensajería WhatsApp son atractivos y de mayor uso para los estudiantes al momento de establecer comunicación e interacción mediante esta plataforma.

Por otro lado, en relación con la comunicación, los estudiantes afirman que el uso de estos formatos conlleva a una comunicación clara y precisa en la mayoría de casos si son utilizados de manera correcta (Tabla 8). En cuanto al uso de texto, los estudiantes afirman que se establece una buena comunicación si se toma en cuenta la gramática al momento de escribir un mensaje. (Tabla 9). Sin embargo, un gran porcentaje de estudiantes consideran que la claridad comunicativa se da en un nivel medio; es decir, se crean barreras en la comunicación que origina que surjan malos entendidos. Como propone Moya (2021) dentro de las desventajas que origina el uso de la mensajería WhatsApp, en donde la comunicación es afectada debido a que las personas se enfocan en enviar el mensaje sin considerar la intención de lo que se dice y cómo se dice. De igual manera, explica que el discurso se puede alterar debido a que la interpretación con la que el receptor recibe el mensaje es diferente a la intención con la que el emisor lo envía.

Con respecto al tercer objetivo específico: establecer la relación entre perfil de los usuarios y sus preferencias de interacción en las relaciones interpersonales, se evidencia en los estudiantes que cursan el tercer grado de secundaria, que tienen 15 años de edad y pertenecen al género femenino (Tabla 14, Tabla 15, Tabla 16), son aquellas que prefieren comunicarse y relacionarse a través de la mensajería WhatsApp por encima de la comunicación interpersonal. Con los resultados obtenidos se permitió identificar las características y perfiles de los estudiantes que tienen mayor preferencia de uso para mantenerse conectados en la mensajería WhatsApp. Esto se contrasta con lo mencionado por Inche, Paucar y Ulloa (2021), quienes consideran que las mujeres son más propensas a desarrollar dependencia y adicción a las redes sociales inclusive antes de los 18 años.

Rondon (2017) manifiesta que algunos estudiantes consideran que no es necesario establecer una comunicación directa con sus amigos, por el contrario, prefieren evadir los sentimientos de nerviosismo o temor que conlleva una comunicación frente a frente con otra persona. Esto permite explicar los hallazgos encontrados en esta investigación, es decir, ayuda a entender por qué la mayoría de estudiantes se inclina por establecer una comunicación e interacción mediante la mensajería de WhatsApp.

No obstante, los estudiantes al preferir la mensajería de WhatsApp no se permiten disfrutar de una comunicación e interacción directa y amena que brinda el relacionarse de manera presencial (Tabla 17). Por otro lado, en la investigación los estudiantes señalaron que mientras realizan otras actividades se comunican por WhatsApp y la mitad de los encuestados expresaron que en más de una ocasión han ignorado a una persona por estar conectados a la mensajería de WhatsApp lo que ha originado barreras en la comunicación y malestar en las personas de su entorno (Tabla 18).

A partir de los hallazgos del tercer objetivo específico se aplica la teoría del interaccionismo simbólico referenciada por Diaz (2012) que menciona que las relaciones interpersonales son una construcción social adquirida a través de la observación del entorno y sus símbolos para la elaboración de conceptos

compartidos por un determinado grupo social. Las relaciones interpersonales son expuestas a un escenario de plataformas digitales donde uno mismo se reconoce a través de una pantalla y establece símbolos compartidos con otros usuarios en línea, no obstante, estos símbolos no son conceptualizados de la misma manera entre usuarios lo que genera, barreras y alteraciones en la comunicación.

CONCLUSIONES

En consecuencia, con los resultados encontrados en esta investigación, se establecen las siguientes conclusiones:

1. El uso de la mensajería WhatsApp influye de manera significativa en las relaciones interpersonales de los estudiantes de tercero y cuarto de secundaria del colegio Luis Antonio Eguiguren tal como lo demuestra la correlación de Pearson cuyo valor de p es menor a 0.05 lo que demuestra la hipótesis planteada en esta investigación.
2. La frecuencia de uso de la mensajería WhatsApp por parte de los estudiantes se establece en un nivel alto, tanto para recibir como enviar mensajes. Asimismo, los estudiantes cuando no tienen conexión a la mensajería WhatsApp, tienen altos niveles de sentimientos de tranquilidad y aburrimiento. Esto indica que los estudiantes, en cierta medida, han generado dependencia al uso de la mensajería WhatsApp.
3. Los estudiantes utilizan en un nivel alto los formatos de gif, emojis, stickers, texto y audios para comunicarse. La mayoría considera que, si estos se emplean de manera adecuada, se puede establecer una comunicación clara y precisa. Sin embargo, debido a que no precisan la intencionalidad del mensaje, algunas veces suelen originarse barreras comunicativas causando que el mensaje sea malinterpretado.
4. Los usuarios de género femenino son quienes mayormente interactúan a través de la mensajería WhatsApp. Además, se evidencia que los estudiantes, en más de una ocasión, han ignorado a una persona por estar conectados a la mensajería de WhatsApp lo que ha originado que las personas de su entorno se quejen.

RECOMENDACIONES

- A la plana administrativa y docentes de la institución educativa Luis Eguiguren Escudero, se recomienda considerar los resultados de esta investigación para desarrollar nuevas estrategias educativas que permitan el fortalecimiento de las relaciones interpersonales además de tomar medidas en la política de uso del celular en las instalaciones del colegio. Se sugiere reunir a psicólogos, comunicadores y docentes para desarrollar un proyecto de responsabilidad social orientado al uso correcto de las nuevas tecnologías el cual puede ser aplicado en las sesiones de tutoría. Por otro lado, se recomienda programar actividades integradoras en la que se incluya el desarrollo de habilidades blandas a fin de fortalecer las relaciones interpersonales en los estudiantes.
- A los padres de familia o apoderados de los estudiantes quienes son los principales guías de los adolescentes, se les incita a tener un rol de acompañamiento y orientación en el uso correcto de la mensajería WhatsApp para que estos puedan identificar los peligros que trae consigo el uso desmedido de las redes sociales. Asimismo, se les aconseja establecer limitaciones del uso del celular estableciendo horarios de uso, teniendo en cuenta los espacios y actividades educativas y familiares. Por último, se les recomienda realizar actividades que involucren la participación de sus hijos para afianzar lazos de comunicación e interacción familiar.
- A los demás investigadores se les indica tomar como base este estudio y fortalecer la investigación con nuevos instrumentos de diagnóstico en relación a la influencia del uso de la mensajería WhatsApp en las relaciones interpersonales. Se les aconseja no mitigar los beneficios que la mensajería WhatsApp ofrece, sin perder las bases propias de la comunicación que son el pilar fundamental de todas las formas de relacionamiento.

- Se recomienda a las empresas de telefonía móvil del país tomar como base esta investigación para plantear una estrategia publicitaria de responsabilidad social mediante campañas y activaciones cuya finalidad se oriente a regular el uso de las nuevas tecnologías, mediante la concienciación y exposición de las consecuencias que trae consigo el uso excesivo del celular.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arnao, J. y Surpachin, M. (2016) "Uso y abuso de las redes sociales digitales en adolescentes y jóvenes" Centro de Información y Educación para la prevención del abuso de drogas (CEDRO) Lima, Perú
- Bisquerra, J. (2003) *"Relaciones interpersonales"* México D.F: McGraw-Hill.
- Cánovas, G., García, A., Oliaga, A., y Aboy, I. (2014). *"Menores de edad y conectividad móvil en España: Tablets y Smartphones"*. Centro de Seguridad en Internet para los Menores en España: PROTEGELES, dependiente del Safer Internet Programa de la Comisión Europea. Recuperado el 11 de Setiembre del 2022: http://www.diainternetsicura.es/descargas/estudio_movil_smartphones_tablets_v2c.pdf
- Chempén, K. (2017) *"Influencia del uso de la mensajería WhatsApp sobre la comunicación interpersonal, en los estudiantes del quinto año de secundaria de la I.E. Manuel Seoane Corrales del distrito de Mi Perú, 2017"* Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación. Lima, Perú.
- Chuquija, A. (2022) *"Uso de las redes sociales y las relaciones interpersonales en adolescentes del 3ro, 4to y 5to grado de la IES. JEC. María Auxiliadora, Puno, 2019"* Universidad Nacional Altiplano, Facultad de Trabajo Social. Puno, Perú.
- Díaz, L. (2012) *"Teorías de la comunicación"* Red Tercer Milenio, Primera edición, Estado de México, México, ISBN 978-607-733-087-5.
- Domínguez, E. (2012) *"Medios de comunicación masiva"* Red Tercer Milenio, Primera edición, Estado de México, México, ISBN 978-607-733-147-6.

- Florentín, B. (2022) *"Mensajería instantánea"* Recuperado el 11 de septiembre del 2022: <https://www.mundocuentas.com/mensajeria-instantanea/>
- Gallegos, F. y Vigil, S. (2015) *"Influencia de la mensajería instantánea en las actitudes y nivel de conocimiento de las TICS en los estudiantes del 5° Año, de la especialidad de relaciones públicas de la Escuela de Ciencias de la Comunicación-UNSA, segundo semestre año, 2015"* Universidad Nacional San Agustín, Escuela profesional de ciencias de la comunicación, Arequipa- Perú.
- Haslett, M. (2019) *"Uso de WhatsApp en la comunicación entre docentes y estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, en el primer semestre 2019"* Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Facultad de psicología, relaciones industriales y ciencias de la comunicación. Arequipa, Perú.
- Inche, Paucar y Ulloa *"Dependencia al celular en estudiantes universitarios"* Universidad Continental, Facultad de humanidades. Escuela académico profesional de psicología Huancayo, Perú. 2021.
- López, Fachelli (2016) *"Metodología de la investigación social cuantitativa"* Universidad Autonoma de Barcelona, Barcelona- España.
- Masaquiza, F. (2017) *"El uso de celulares y su influencia en la adicción al WhatsApp en estudiantes de bachillerato en los colegios fiscales del cantón Santa Cruz en el período lectivo 2017"*. Universidad Central del Ecuador, Sede Galápagos. Puerto Ayora, Ecuador.
- Morocho, A. (2019) *"El consumo de redes sociales de los estudiantes de la promoción 2018 de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura en el año 2019"* Universidad Nacional de Piura, Facultad de Ciencias Sociales y Educación. Piura, Perú.
- Moya, J. *"6 ventajas y desventajas de WhatsApp"* Recuperado el 11 de septiembre del 2022:

<https://www.elgrupoinformatico.com/noticias/ventajas-desventajas-whatsapp-t79864.html>

Neoattack (2020) “*Concepto de WhatsApp*” Recuperado el 11 de septiembre del 2022: <https://neoattack.com/neowiki/whatsapp/>

Nuevo. M. (2022) “*WhatsApp: ventajas y desventajas*” Recuperado el 11 de septiembre del 2022: <https://www.hacerfamilia.com/educacion/whatsapp-redes-sociales-grupos-whatsapp-smartphone-20170307143900.html>

Pérez, J. y Gardey, A. (2021) “*Definición de WhatsApp*”

Recuperado el 11 de septiembre del 2022: <https://definicion.de/whatsapp/>

Quiroz, A. (2022) “*Mensajería instantánea: qué es, tipos y para qué sirve*” Recuperado del 11 de septiembre del 2022: <https://www.b2chat.io/blog/mensajeria-instantanea/mensajeria-instantanea-tipos-para-que-sirve/>

Roca, E. (2014) “*Cómo mejorar tus habilidades sociales*” Cuarto edición revisada, ACDE ediciones.

Rondon, D. (2017) “*La influencia del uso excesivo de la red social WhatsApp en la comunicación no verbal de los adolescentes de 5to grado de secundaria de la U.E. Andina de la ciudad de la Paz, Gestión 2015*”. Universidad Mayor de San Andrés, Facultad de Ciencias Sociales. La Paz, Bolivia.

Salinas, D.y León, D. (2021) “*Nivel de expresión corporal en niños de 5 años de las Instituciones Educativas N°1584 y N°80819, Trujillo*” Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Derecho y Humanidades, Escuela profesional de Educación Inicial. Trujillo, Perú. 2021.

Hernández (1997) “*Metodología de la investigación*” disponible en: <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0093246/cap03.pdf>

Silva, D. (2020) “*Sistema de mensajería instantánea ¿qué es y para qué sirve?*”

Recuperado el 11 de septiembre del 2022:
<https://www.zendesk.com.mx/blog/sistema-mensajeria-instantanea/>

Silveria, M. (2014) *“El arte de las relaciones personales”* Madrid, España, Editorial Alba.

Tecnokad. (2022) “Cuáles son las principales características de WhatsApp”
Recuperado el 11 de septiembre del 2022:
<https://tecnokad.com/caracteristicas-de-whatsapp/>

Thompson, I. (2008) *“Definición de Comunicación”*. Recuperado de:
promonegocios.net

Valdez, M. (2019) *“Relaciones interpersonales y habilidades sociales en estudiantes de cuarto y quinto año de secundaria de una institución educativa, 2019”*, Universidad Señor de Sipán, Facultad de Humanidades, Escuela académico profesional de Psicología. Pimentel, Perú.

Vargas *“Relaciones interpersonales y desempeño laboral en la Municipálidad Provincial de Yungay, 2018”* Universidad San pedro, Facultad de ciencias ecocómicas y administrativas Caraz- Perú.

We are Social (2020) “El informe sobre las tendencias digitales, redes sociales y móviles” Madrid, España. Recuperado:
<https://wearesocial.com/es/blog/2022/01/digital-report-2022-el-informe-sobre-las-tendencias-digitales-redes-sociales-y-mobile/>

WhatsApp (2022) *“Acerca de WhatsApp”* Recuperado el 11 de septiembre del 2022: <https://www.whatsapp.com/about>

Zona Retro (2016) De ICQ a Whatsapp , La evolución de la mensajería instantánea. Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=omVM8206e7w>

Zayas, P. (2022) *“La comunicación interpersonal”* Recuperado de:
https://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros_internet/55772.pdf
[10/09/2018](https://www.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros_internet/55772.pdf)

ANEXOS

Anexo A. Instrumento de recolección de datos

Cuestionario sobre la influencia de la mensajería WhatsApp en las relaciones interpersonales

I. Presentación

Buenas tardes estudiantes, somos egresados de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego (UPAO) sede Piura y en esta oportunidad, nos dirigimos a ustedes con la finalidad de aplicar un cuestionario.

II. Instrucciones

Marca con una X dentro del recuadro que corresponda. Evita hacer borrones y/o manchones. Las respuestas y resultados de este cuestionario serán reservados, pues son para fines académicos. Te agradecemos contestar con sinceridad las siguientes preguntas.

Datos generales

Edad Grado

Sexo Femenino
 Masculino

Marcando su respuesta con 1= Nunca, 2= Rara vez, 3 = Alguna vez, 4 = Casi siempre, 5 = Siempre.

IV. Nivel de influencia de la mensajería WhatsApp	1	2	3	4	5
1. ¿Con qué frecuencia usas la mensajería WhatsApp?					
2. ¿Con qué frecuencia recibes y envías de manera frecuente mensajes por WhatsApp?					
3. ¿Qué tipo de formato utilizas para comunicarte?					
Texto					
Video					
Imagen					
Audio					
Gif, Emojis, Sticker					
4. ¿Consideras que los mensajes que envías por WhatsApp son claros y comprensibles?					
5. ¿Consideras que los mensajes que recibes por WhatsApp son claros y comprensibles?					
6. Al momento de enviar un mensaje, ¿tomas en cuenta la ortografía?					
7. ¿Crees que la comunicación a través de la mensajería WhatsApp origina malentendidos?					

8. Al usar diferentes formatos (emojis, gif, sticker, texto, audio y video), ¿consideras que la mensajería WhatsApp expresa con precisión las ideas y emociones?					
--	--	--	--	--	--

V. Relaciones interpersonales	1	2	3	4	5
9. ¿Con qué frecuencia estableces nuevas relaciones en línea con otros usuarios?					
10. ¿Te comunicas por WhatsApp al mismo tiempo que realizas otra actividad?					
11. ¿Con qué frecuencia utilizas WhatsApp cuando te encuentras en reuniones, fiestas o cualquier evento social?					
12. ¿Has ignorado a alguna persona debido a que has estado comunicándote con alguien por WhatsApp?					
13. ¿Se han quejado contigo debido a la cantidad de tiempo que pasas conectado en WhatsApp?					
14. ¿Qué sientes cuando no puedes conectarte?					
Felicidad					
Tranquilidad					
Aburrimiento					
Enfado					

Frustración

--	--	--	--	--	--	--

15. ¿Qué tipo de comunicación prefieres?

- a. WhatsApp
- b. Comunicación personal
- c. Otros medios: _____, _____, _____.

16. ¿Prefieres interactuar con tus amigos o familiares?

- a. Por WhatsApp
- b. De manera personal

Anexo B. Evidencias de la propuesta

Registro fotográfico

APLICACIÓN DE LA ENCUESTA EN LA I.E.P LUIS EGUIGUREN ESCUDERO

Encuesta aplicada a los estudiantes de tercero de secundaria.





Anexo C. R.D. que aprueba el proyecto de investigación



FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN

Trujillo, octubre 13 de 2022

RESOLUCIÓN DE FACULTAD N° 0231-2022-FAC. CC. de la C.-UPAO

VISTO: el informe del jurado evaluador del Proyecto de Tesis, así como el expediente organizado por los bachilleres: BENITO EDUARDO CALDERÓN PAZ y VEREXNY ISABEL PALACIOS GARCÍA, para obtener el Título Profesional de Licenciados en Ciencias de la Comunicación, y;

CONSIDERANDO:

Que, los bachilleres BENITO EDUARDO CALDERÓN PAZ y VEREXNY ISABEL PALACIOS GARCÍA presentaron el proyecto de tesis titulado: "INFLUENCIA DE LA MENSAJERÍA WHATSAPP EN LAS RELACIONES INTERPERSONALES EN ESTUDIANTES DE SECUNDARIA DEL COLEGIO LUIS EGUIGUREN ESCUDERO. PIURA, 2022", solicitando su inscripción.

Que, el referido Proyecto ha sido objeto de evaluación, la misma que forma parte del expediente.

Que, de la evaluación efectuada se desprende que el referido proyecto reúne las condiciones y características académicas de un proyecto de tesis de la especialidad.

Que, en concordancia con el Artículo 128° del Estatuto Institucional, adecuado a la Nueva Ley Universitaria 30220 y, habiendo cumplido con los procedimientos académicos y administrativos correspondientes, los autores deben ser declarados expeditos para la elaboración de la Tesis, de acuerdo con el Proyecto que amerita su inscripción.

Por las consideraciones expuestas y en uso de las atribuciones concedidas a este Decanato, con cargo a dar cuenta al Consejo de Facultad;

SE RESUELVE:

Primero: **DECLARAR** expeditos a los bachilleres: **BENITO EDUARDO CALDERÓN PAZ y VEREXNY ISABEL PALACIOS GARCÍA**, para el desarrollo de la tesis titulada: "INFLUENCIA DE LA MENSAJERÍA WHATSAPP EN LAS RELACIONES INTERPERSONALES EN ESTUDIANTES DE SECUNDARIA DEL COLEGIO LUIS EGUIGUREN ESCUDERO. PIURA, 2022".

Segundo: **AUTORIZAR** la inscripción del Proyecto en mención, en el Registro de Proyectos de Tesis de la Facultad con el N° **011-2022**, quedando establecido que para su desarrollo disponen de un (01) año, siendo la fecha de vencimiento el **12 de octubre de 2023**.

Tercero: El Decanato de la Facultad de Ciencias de la Comunicación cuidará que el desarrollo del Proyecto de Tesis se realice de acuerdo con lo estipulado en el Reglamento de Grados y Títulos de nuestra Universidad.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE.



Dr. Dante Giovanni Padilla Zúñiga
Decano



Dra. Ana Cecilia Lobo Jave
Secretaria Académica

C.c.: Dirección del Programa de Estudio, Coordinación PADT CCDM, asesor, interesados, archivo.



UPAO

Av. América Sur 3345 - Urb. Monasterio - Trujillo
Teléfono: (+51) (044) 804444 - anexo 2508
fac_comunicacion@upao.edu.pe
Trujillo - Perú

Anexo D. Constancia de la institución u organización donde se ha desarrollado la propuesta de investigación

"Año del fortalecimiento de la soberanía Nacional"

**SOLICITO: Permiso para realizar
trabajo de investigación**

Señor:
Francisco Antonio Jacay Ramírez
Director del Colegio Luis Antonio Eguiguren Escudero. Piura

Me es grato dirigirme a Ud., nosotros los Bachilleres egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego, identificados como Benito Eduardo Calderón Paz, identificado con DNI 76574776 y Verexny Isabel Palacios García, identificado con DNI 75557528, nos dirigimos ante usted para manifestarle lo siguiente:

Para obtener nuestra licenciatura desarrollaremos una tesis orientada al nivel de influencia que tiene la mensajería WhatsApp en las relaciones interpersonales de los estudiantes de tercer y cuarto año de secundaria de su Institución Educativa, para ello, necesitamos recopilar datos a través de una encuesta, sondeo y/o entrevistas.

Por lo expuesto:
Ruego a usted acceder a lo solicitado, por considerarlo justo ya que los resultados de este trabajo serán para beneficio metodológico mutuo.

Piura, 05 septiembre del 2022

Atentamente,



Benito

Verexny

BENITO EDUARDO CALDERON PAZ
DNI: 76574776

VEREXNY ISABEL PALACIOS GARCIA
DNI:75557528

Anexo E. Constancia de asesor

INFORME DE ASESORAMIENTO DE TESIS

A : Decano de Facultad de Ciencias de la Comunicación
Del Asesor(a) : Carlos M. Gonzales Moreno
Asunto : Informe de asesoramiento
Fecha : Trujillo, 25 de noviembre del 2022

De conformidad con el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, así como del Programa de Apoyo a la Tesis (PADT) de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, cumpro con emitir Informe del asesoramiento del Proyecto de Tesis, titulado: "Influencia de la mensajería WhatsApp en las relaciones interpersonales en estudiantes de secundaria del colegio Luis Eguiguren Escudero. Piura, 2022", de los bachilleres Benito Calderón Paz y Verexny Palacios García.

El informe fue estructurado bajo los siguientes lineamientos:

1. La Investigación resulta de interés porque permite conocer el impacto del uso de la mensajería WhatsApp en las relaciones interpersonales de los escolares, lo cual es un tema de preocupación para la sociedad.
2. El problema aborda un escenario muy actual, considerando que se desconoce el real impacto de este proceso de comunicación en la interactividad personal de los escolares.
3. Los objetivos se plantearon en función a conocer el real impacto de la mensajería instantánea en las relaciones personales de los escolares.
4. Nuestra hipótesis se desarrolló a partir de una muestra y análisis de las relaciones personales de los escolares que precisamente usaban la mensajería instantánea.
5. La metodología consistió en revisar bibliografía sobre las variables, así como aplicar una encuesta a los escolares para conocer la interrelación entre ambos indicadores.
6. Para el desarrollo del trabajo, se consultaron publicaciones de años recientes y contenido difundidos a través de páginas web especializadas.
7. La interpretación, discusión y conclusiones se elaboraron en función a la información obtenida durante la aplicación del instrumento.

Por lo expuesto, agradeceré a usted, tomar en consideración el presente trabajo, a fin de ser sometido a evaluación por el Jurado designado, según resolución de Decanato, y continuar con el proceso de sustentación.

Atentamente,



Asesor

Se adjunta:

1. Reporte de coincidencias de software antiplagio Turnitin y
2. Recibo de la presente investigación.

Anexo F. INFORME DE VALIDACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Yo, Carlos Roberth Quiroz Castrejón identificado con DNI N°26717456, de profesión Docente Universitario Pregrado/Posgrado y Asesor en Gestión de Marketing y Comunicaciones declaro haber revisado, en condición de experto, el instrumento (cuestionario) correspondiente a la investigación titulada: Influencia de la mensajería WhatsApp en las relaciones interpersonales en estudiantes de secundaria del colegio Luis Eguiguren Escudero. Piura, 2022, cuyos autores son Calderón Paz Benito Eduardo y Palacios García Verexny Isabel. Luego de revisar exhaustivamente el documento manifiesto que:

Criterios	Valoración			
	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
Los ítems son coherentes con la dimensión que está midiendo.	x			
Los ítems se han redactado con claridad y se comprenden fácilmente.	x			
Los ítems son relevantes para la investigación y deben mantenerse en el instrumento.	x			

Por tanto, la valoración global del instrumento es (Marque con una X):

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
				x

Evaluated por:

Nombre de juez experto:	Carlos Roberth Quiroz Castrejón
Profesión	Docente Universitario Pregrado/Posgrado y Asesor en Gestión de Marketing y Comunicaciones
Grado académico	Master
Institución donde labora	Universidad Privada Antenor Orrego
Cargo	Docente
Fecha de validación:	14/10/2022
Firma	

INFORME DE VALIDACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Yo Elmo Valery Bazán Rodríguez, identificado con DNI 18162485, de profesión Consultor en Marketing y Comunicación Digital; declaro haber revisado, en condición de experto, el instrumento, cuestionario, correspondiente a la investigación titulada: Influencia de la mensajería WhatsApp en las relaciones interpersonales en estudiantes de secundaria del colegio Luis Eguiguren Escudero. Piura, 2022, cuyos autores son Calderon Paz Benito Eduardo y Palacios García Verexny Isabel. Luego de revisar exhaustivamente el documento manifiesto que:

Criterios	Valoración			
	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
Los ítems son coherentes con la dimensión que está midiendo.		X		
Los ítems se han redactado con claridad y se comprenden fácilmente.	X			
Los ítems son relevantes para la investigación y deben mantenerse en el instrumento.	X			

Por tanto, la valoración global del instrumento es (Marque con una X):

Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
			X	

Evaluado por:

Nombre de juez experto:	Elmo Valery Bazán Rodríguez
Profesión	Consultor en Marketing Digital
Grado académico	Máster en Marketing y Comunicación Digital
Institución donde labora	UPAO
Cargo	Docente
Fecha de validación	13/10/2022
Firma	

INFORME DE VALIDACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Yo, Giancarlo Rodriguez Velarde, identificado con DNI 40750491, de profesión medico; declaro haber revisado, en condición de experto, el instrumento anexo 01 correspondiente a la investigación titulada: Influencia de la mensajería WhatsApp en las relaciones interpersonales en estudiantes de secundaria del colegio Luis Eguiguren Escudero. Piura, 2022, cuyo autor es la señor (ita) Palacios García Verexny Isabel y el joven Calderon Paz Benito Eduardo. Luego de revisar exhaustivamente el documento manifiesto que:

Criterios	Valoración			
	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
Los ítems son coherentes con la dimensión que está midiendo.	x			
Los ítems se han redactado con claridad y se comprenden fácilmente.	x			
Los ítems son relevantes para la investigación y deben mantenerse en el instrumento.	x			

Por tanto, la valoración global del instrumento es (Marque con una X):

Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
			X	

Evaluated por:

Nombre de juez experto:	DR. GIANCARLO JESUS RODRIGUEZ VELARDE
Profesión	MEDICO
Grado académico	DOCTOR.
Institución donde labora	UPAO-UNT-UNP-UCV
Cargo	DOCENTE DE POSGRADO EN TESIS Y BIOESTADISTICA
Fecha de validación	22-10-22
Firma	 <p style="text-align: center; font-size: small;"> GIANCARLO JESUS RODRIGUEZ VELARDE MEDICO LEGISTA Colegio Medico Legal Catapalos </p>