



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE CUENCA
CARRERA DE COMUNICACIÓN

**IMPACTO DE LOS *STICKERS* EN MENSAJES DE WHATSAPP COMO
NUEVO LENGUAJE ENTRE LOS JÓVENES BACHILLERES GUALACEÑOS**

Trabajo de titulación previo a la obtención del
título de Licenciado en Comunicación

AUTOR: JASSON STEVEN MARCA QUITUIZACA

TUTORA: LIC. CARMEN ROSA ÁLVAREZ TORRES, PHD.

Cuenca - Ecuador

2023

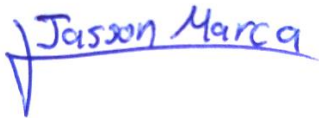
**CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**

Yo, Jasson Steven Marca Quituizaca con documento de identificación N° 0107107005,
manifiesto que:

Soy el autor y responsable del presente trabajo y autorizo a que, sin fines de lucro, la
Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera
total o parcial el presente trabajo de titulación.

Cuenca, 01 de agosto de 2023

Atentamente,



Jasson Steven Marca Quituizaca

0107107005

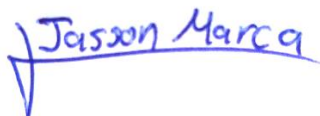
**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, Jasson Steven Marca Quituizaca con documento de identificación N° 0107107005, expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del Artículo académico: “Impacto de los *stickers* en mensajes de WhatsApp como nuevo lenguaje entre los jóvenes bachilleres gualaceños”, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado en Comunicación, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Cuenca, 01 de agosto de 2023

Atentamente,



Jasson Steven Marca Quituizaca

0107107005

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Carmen Rosa Álvarez Torres con documento de identificación N° 0102077971, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: IMPACTO DE LOS *STICKERS* EN MENSAJES DE WHATSAPP COMO NUEVO LENGUAJE ENTRE LOS JÓVENES BACHILLERES GUALACEÑOS, realizado por Jasson Steven Marca Quitoizaca con documento de identificación N° 0107107005, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Artículo académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Cuenca, 01 de agosto de 2023

Atentamente,



Lic. Carmen Rosa Álvarez Torres, PhD.

0102077971

AGRADECIMIENTOS

Deseo dedicar este trabajo de titulación a la Universidad Politécnica Salesiana. Agradezco a esta prestigiosa institución por brindarme una educación de calidad y por ser el escenario donde he adquirido conocimientos y habilidades fundamentales para mi desarrollo profesional. Quiero expresar mi profundo agradecimiento a mi amada madre, quien ha sido mi fuente de amor incondicional y mi mayor inspiración. Tu apoyo constante y tu sacrificio han sido el motor que impulsa mis sueños y metas. A mi padre, agradezco tu sacrificio y entrega, pues has sido mi ejemplo de tenacidad y dedicación. Tu esfuerzo y perseverancia me han enseñado el valor del trabajo arduo y la importancia de perseguir mis objetivos con determinación. A mi querida abuelita, agradezco tu amor incondicional y tu cuidado constante. Tu ternura y sabiduría han sido un faro en mi vida, brindándome consejos y enseñanzas valiosas que han moldeado mi carácter. A mis amigos, quienes han sido mi sostén en los momentos difíciles y mis cómplices en las alegrías compartidas, les agradezco su amistad sincera. Sus risas, apoyo y compañía han sido un alivio en cada etapa de este camino académico. A mi familia, gracias por su amor incondicional y por estar siempre presentes, demostrando su apoyo y cariño en cada paso que doy. A la Lic. Carmen Rosa Álvarez Torres por su invaluable apoyo durante todo mi proyecto de titulación. A mis compañeros de clases, docentes y autoridades de la institución, quiero expresar mi gratitud por su influencia en mi crecimiento académico y personal. Su dedicación, conocimientos y orientación han sido fundamentales en mi formación. Juntos hemos compartido desafíos, aprendizajes y momentos inolvidables que han dejado una huella imborrable en mi trayectoria. Esta dedicatoria es un homenaje a cada uno de ustedes, quienes han sido pilares fundamentales en mi camino hacia este logro tan importante.

Índice

Resumen	7
Abstract	8
1. Introducción	9
2. Marco Teórico	11
2.1 Comunicación	11
2.2 Comunicación digital	13
2.3 Aplicaciones de mensajería en el ámbito de la comunicación	14
2.4 Comunicación juvenil	16
2.5 WhatsApp	17
2.6 Uso de WhatsApp en adolescentes	18
2.7 <i>Stickers</i> en WhatsApp	20
3. Objetivos	21
3.1 Objetivo general	21
3.2 Objetivos específicos	22
4. Metodología	22
5. Resultados	24
5.1 Datos generales	24
5.2 Categorías de análisis	26
5.2.1 Hábitos de uso y funcionalidad	26
5.2.2 Clasificación de <i>stickers</i>	27
5.2.3 Uso de <i>stickers</i> como un nuevo estilo de comunicación entre jóvenes	30
6. Conclusiones	34
7. Referencias Bibliográficas	37

Resumen

Este trabajo de investigación analiza la aplicación de *stickers* como nueva herramienta de interacción entre los jóvenes dentro de la aplicación de mensajería WhatsApp, con ello se busca analizar el impacto, la influencia, la importancia de usabilidad, la distinción entre las categorías más empleadas y el propósito del manejo de *stickers* como estilo de comunicación.

Para ello, este estudio se basa en un enfoque cuantitativo con el uso de entrevistas a 120 jóvenes bachilleres del cantón Gualaceo, cuyo alcance es descriptivo porque se caracterizará el uso de stickers en diferentes categorías de análisis a partir de la herramienta de recolección de datos fijada para esta investigación.

El análisis evidencia que existe preferencia por la utilización de *stickers* para suplir a las formas básicas de comunicación que ofrece la aplicación de WhatsApp, no obstante, los sujetos de estudio cuestionan la efectividad de esta herramienta como vía de comunicación.

Palabras clave: comunicación interactiva, comunicación no verbal, comunicación digital, stickers.

Abstract

This research work analyzes the application of stickers as a new tool for interaction among young people within the messaging application WhatsApp, thereby seeking to analyze the impact, influence, the importance of usability, the distinction between the most used categories and the purpose of managing stickers as a style of communication.

For this, this study is based on a quantitative approach with the use of interviews with 120 young high school graduates of the canton Gualaceo, whose scope is descriptive because the use of stickers in different categories of analysis will be characterized from the data collection tool set for this research.

The analysis shows that there is a preference for the use of stickers to replace the basic forms of communication offered by the WhatsApp application, however, the subjects of the study question the effectiveness of this tool as a means of communication.

Keywords: Interactive communication, non-verbal communication, digital communication, stickers.

1. Introducción

El apogeo de la comunicación digital ha traído nuevas formas de expresarnos. Los jóvenes tienen un protagonismo evidente en estos nuevos formatos de interacción. Este grupo etario suele presentar mayor habilidad y disposición a los retos que propone la tecnología. Los diferentes formatos de comunicación ponen en la escena varias opciones de las que se elige para este estudio WhatsApp. Dentro de esta red se ve creatividad y originalidad para complementar el lenguaje convencional, a través de distintas formas y con ello el uso de stickers se ha convertido en un nuevo fenómeno comunicativo que ha sido adoptado por usuarios de las recientes generaciones como una nueva forma de expresión para transmitir emociones, reacciones e incluso conversaciones completas.

Los stickers figuran como una forma de comunicación eficaz, de acuerdo con un estudio realizado por Arango (2022) en el que demuestra que los stickers pueden ayudar a resolver algunos de los problemas asociados con la comunicación digital, como la falta de señales no verbales y la dificultad de transmitir emociones solo a través del texto. Las pegatinas proporcionan un elemento visual que puede ayudar a aclarar el significado de un mensaje y hacerlo más atractivo y memorable.

Este estudio considera trascendental analizar el impacto del uso de *stickers* en la aplicación de mensajería WhatsApp, en la comunicación digital de los jóvenes bachilleres gualaceños para analizar las nuevas formas de interacción en estas nuevas generaciones, por las siguientes razones:

Comunicación no verbal: hay que entender cómo los stickers forman parte de la comunicación no verbal entre los jóvenes y de qué manera contribuye a la expresión de emociones y sentimientos de forma más efectiva que los mensajes de texto, en otras palabras, los *stickers* tienen la capacidad de condensar en un solo código visual una cantidad extraordinaria de información de acuerdo a las necesidades del usuario, lo que resulta más pragmático al momento de emitir un estado de ánimo que resulta complejo transfrómallo en un mensaje de texto.

Actualmente, los *stickers* conservan una función parecida a la del lenguaje corporal en una conversación, pese a que se puede considerar un elemento ambiguo, dado que en muchos casos de acuerdo al artículo de Atarama (2020) los *stickers* pueden ser percibidos como una manifestación de baja formación y un mecanismo genérico que

atenta contra el cuidado del idioma, no obstante, hay que comprender que esta herramienta, resulta ser una nueva forma de representar un nuevo recurso, con distintos usos y funcionalidades en contraste a lo que puede ofrecer el lenguaje escrito.

Conducta de los usuarios más jóvenes: el segundo cuestionamiento nos conduce a estudiar como la aplicación de sticker proporciona información sobre la preferencias y comportamiento de la población juvenil en la comunicación digital lo que se traduce un nuevo lenguaje adolescente.

Analizar el comportamiento de los usuarios más jóvenes con relación al uso de *stickers*, da cabida a entender cómo evoluciona la comunicación digital, pues, gracias a las nuevas modalidades de uso de *stickers*, los jóvenes pueden guardar una gran cantidad de paquetes de acceso rápido lo que otorga múltiples opciones para transmitir su mensaje en menos tiempo.

De igual manera, es importante examinar la conducta de los usuarios conforme a los grupos de WhatsApp, puesto que cada conjunto tiene su propia identidad y los stickers que se emplean están supeditados al tipo de personas con la que interactúa el usuario.

Interacción social: Se puede descubrir si la implementación de stickers fomenta las relaciones sociales y la conexión emocional entre los jóvenes, pues expresan una realidad al instante que funda un sentido de pertenencia e identidad entre la interacción de los jóvenes, por cuanto esta herramienta refleja la personalidad de los usuarios.

Con base en lo anterior, se podrá evaluar si el uso de *stickers* aumenta la interacción entre los jóvenes y fortalece su relación como usuarios, considerando que la decodificación de los *stickers* depende de nivel de referencia que tiene cada grupo, en consecuencia, esta herramienta pierde su efectividad si el que recibe el mensaje no comprende a que hace alusión el sticker por lo que, en cuyo caso, no es posible hablar de interacción social.

Impacto en la cotidianidad de los jóvenes: Mediante esta investigación se comprenderá de qué forma esta herramienta de comunicación afecta las relaciones interpersonales y ayuda a profundizar en el análisis de los efectos que tiene en la estructura social.

Con ello se puede estudiar las potenciales ventajas del uso de sticker en los jóvenes como se ha podido nombrar anteriormente, entre ellas, la expresión de emociones y sentimientos de forma más clara, directa e inmediata, así como el fortalecimiento de la creatividad. Asimismo, será posible examinar las potenciales desventajas tales como, el uso excesivo entorpece la comprensión del mensaje, puede resultar molesto e innecesario para algunos usuarios y, por último, si la aplicación de *stickers* es vista como una forma de comunicación superficial y poco efectiva que limita la profundización de los temas dentro de la conversación.

A lo largo de este trabajo de investigación se presenta como es utilizada la herramienta de los stickers en un grupo etario que permitirá conocer sus diferentes categorías y frecuencias de uso, asimismo se investiga la manera en que los *stickers* generan una interacción más dinámica y lúdica entre los jóvenes y sus contactos en WhatsApp.

De igual manera, bajo la premisa de que los stickers son una nueva herramienta de expresión, se analiza el establecimiento de conexiones emocionales y fortalecimiento de lazos sociales entre los usuarios.

El método de investigación incluye un acercamiento a jóvenes bachilleres del cantón Gualaceo, quienes mostraron el comportamiento que tienen dentro de la aplicación con relación a la utilización de *stickers*, con los resultados se obtiene categorías que permiten el análisis de aspectos como: impacto, influencia, funcionalidad y cualidades de los stickers.

2. Marco Teórico

2.1 Comunicación

La comunicación es un proceso esencial para la vida de los seres humanos porque mediante el diálogo se facilita el intercambio de ideas, emociones y pensamientos. Esto nos permite establecer conexiones sociales significativas con el resto de las personas, fomentando así el desarrollo de relaciones más sólidas y enriquecedoras. La comunicación no solo nos permite transmitir información, sino que también nos ayuda a comprender y ser comprendidos, promoviendo la empatía y el entendimiento mutuo. Además, la comunicación efectiva nos permite resolver conflictos, colaborar de manera más eficiente y construir una sociedad basada en la colaboración y el respeto.

La comunicación efectiva es un componente de suma trascendencia en las interrelaciones particulares o laborales debido a que posibilita el intercambio de información, el cual propicia la realización adecuada de ocupaciones o el logro de fines, por medio de mensajes transmitidos y recibidos; en una compañía es importante ya que ayuda a la relación conveniente entre los colaboradores que tienen que realizar diferentes procesos de los cuales deben tener extenso conocimiento. (Huaylla, 2021, p. 1).

Así mismo, la comunicación es posible por la transmisión de mensajes entre un emisor y un receptor, por diversos medios y canales. Sin embargo, la comunicación va más allá de la simple transmisión de palabras o gestos. Incluye elementos clave como el lenguaje, la interpretación, la retroalimentación y la comprensión mutua.

El lenguaje, aparte de ser un mecanismo de comunicación básico para la socialización, es también un medio usado para expresar o comunicar un contenido relacionado con el pensamiento; el pensar y el hablar forman parte de una unidad inseparable: no se puede considerar como una simple manera de comunicación sino como un método importante para el desarrollo y visión que tiene el hablante hacia el mundo. (Gómez, 2016, p. 1).

No obstante, la comunicación va más allá del lenguaje en sí mismo: la interpretación, algo también fundamental de los mensajes. Cada persona, en base a sus experiencias, conocimientos, creencias y valores, que en cierta manera influyen en como percibimos y comprendemos la información, suele cerrar el ciclo de la comunicación de manera particular. Esto puede dar lugar a diferentes interpretaciones y malentendidos, lo que subraya la importancia de la claridad y la adaptación en la comunicación.

La interpretación es una actividad humana tan antigua como la traducción; se puede afirmar que existe desde que el género humano tuvo uso de palabra puesto que siempre fueron necesarios los intermediarios entre pueblos de culturas e idiomas distintos para facilitar la comunicación a todos los niveles. (Valdivia, 1995, p. 1).

En conclusión, la comunicación es fundamental, por lo que su importancia radica en la capacidad para facilitar el intercambio de información, construir relaciones sólidas, resolver conflictos, fomentar la colaboración y lograr influencia y persuasión. Al mejorar

nuestra comunicación, podemos mejorar significativamente nuestra vida e interacciones con los demás.

2.2 Comunicación digital

La comunicación digital ha crecido exponencialmente durante estos años y es esencial en nuestra vida cotidiana; a través de ella podemos intercambiar información, ideas y mensajes gracias a los diferentes medios digitales, por lo que este tipo de comunicación ha transformado nuestra forma de relacionarnos con el resto de las personas y el mundo actual en general.

Además de la inmediatez, la comunicación digital también ofrece una amplia gama de herramientas y canales para expresar ideas y compartir información. Las redes sociales, por ejemplo, permiten a los usuarios publicar contenido multimedia, como fotos y videos, y compartir opiniones y experiencias con su red de contactos. Los blogs y los sitios web brindan un espacio para publicar contenido más extenso y detallado, mientras que las aplicaciones de mensajería instantánea facilitan la comunicación, uno a uno, o en grupos reducidos.

La comunicación digital ha derribado barreras geográficas y culturales, porque nos permite conectarnos con personas de diferentes países y culturas. Esto ha dado lugar a una mayor diversidad de perspectivas y ha fomentado la colaboración global en ámbitos como los negocios, la educación y la investigación.

El presente y complejo mundo de la comunicación digital está determinado por desarrollos tecnológicos que configuran nuevas formas de construcción de los mensajes (nuevas narrativas), nuevas dinámicas para la transmisión, distribución y exhibición de esos mensajes (nuevos medios), nuevas posibilidades de relación e interacción de los lenguajes y de los medios con el usuario (nuevos usos y apropiaciones), así como nuevas comunidades de consumidores creadas según intereses particulares (nuevas audiencias), en medio de un ambiente comunicativo caracterizado por la sobreoferta de contenidos. (Castillo, 2013, p. 1).

La principal característica de este aparatado de la comunicación es su inmediatez, a partir de un clic, podemos realizar un sinnfín de actividades, hablar con nuestros seres queridos a cualquier hora y en cualquier lugar del mundo, lo que ha hecho que tengamos

una comunicación rápida y eficiente, así como lo menciona Helen Castillo (2017) “Es básicamente el establecimiento de una conexión en donde el emisor tenga claro el objeto, lenguaje y contenido, conociendo de manera previa al receptor para obtener la respuesta esperada, logrando así una comunicación positiva” (p. 19).

Así también, este tipo de comunicación permite y facilita una constante interacción entre usuarios en las plataformas en línea, donde comentan y debaten en tiempo real sobre temas de interés, lo que genera grupos y comunidades en línea como una herramienta de interacción social y difusión de conocimientos. Esto se puede evidenciar en ámbitos como la educación, el trabajo, el comercio, entre otros; espacios que se desarrollan con agilidad gracias al aporte de la inmediatez propia de la cualidad digital.

Por otro lado, la comunicación digital plantea preocupaciones sobre la privacidad y seguridad de la información. La avalancha de datos generados y compartidos en línea ha provocado un debate sobre la necesidad de proteger la privacidad individual y la información confidencial. Además, es crucial reconocer su importancia en un mundo cada vez más interconectado, debido a que la información confidencial abarca en su mayoría datos personales y confidenciales de cada usuario. El acceso no autorizado o la divulgación indebida de dicha información puede tener consecuencias devastadoras. Por lo tanto, garantizar la seguridad y confidencialidad de la información se ha vuelto una prioridad tanto para individuos como para organizaciones en la era digital.

2.3 Aplicaciones de mensajería en el ámbito de la comunicación

Gracias a la aparición de internet todo el mundo está conectado e interactuando entre sí, formando vínculos sociales con el resto de las personas, mediante esta novedosa herramienta comunicativa que propicia el logro de relaciones sociales a través de la red, algo que hace muchos años atrás hubiera sido impensable para la sociedad de ese entonces; por lo tanto, esto se ha convertido en una nueva forma de vincularse, como lo define Salcedo (2008):

Los vínculos sociales constituyen uno de los ejes principales sobre los cuales se estructura el pensamiento sociológico en la medida en que retoman el problema central sobre el cual se conforma la vida en sociedad, es decir, a partir del tipo de intercambios que llevan a cabo los individuos. (p. 7).

De otro modo, Castells (2001) nos cuenta qué significa y la importancia de internet cuando surgió y en la actualidad “Internet es el tejido de nuestras vidas en este momento. No es futuro. Es presente. Internet es un medio para todo, que interactúa con el conjunto de la sociedad y, de hecho, a pesar de ser tan reciente, en su forma societal” (p. 1). Gracias a la internet proliferaron las redes sociales que son parte fundamental de la comunicación actual. Según Ledo (2013) “Se pudiera definir entonces que las redes sociales son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos disímiles” (p. 1).

Posterior a eso las Apps de mensajería se convertirían en indispensables y fundamentales para la comunicación de jóvenes y adultos, pues estas abrieron múltiples posibilidades de interacción y, poco a poco, se instalaron en la cotidianidad del intercambio de ideas, mensajes, formas de pensar, información, etc. y permitieron el contacto con amigos, compañeros, familiares, conocidos en general. Ante esto Muls (2018) menciona que:

Junto a las redes sociales han surgido nuevos medios de comunicación a través de aplicaciones móvil ("Apps"), entre los cuales se encuentran Apps de mensajería instantánea tan conocidas como "WhatsApp", "Telegram", "Skype" o "Messenger", que permiten el envío de imágenes, vídeos, audios y la comunicación por escrito de forma instantánea con otro interlocutor. Así, tal y como sucede con las redes sociales, puede resultar interesante para una de las partes de la relación laboral el aportar los mensajes de WhatsApp como medio de prueba: por ejemplo, una trabajadora podría querer aportar unas conversaciones de WhatsApp para demostrar la existencia de una relación de carácter laboral con su empresario. (p.3)

Se puede evidenciar que, desde la aparición de estas nuevas aplicaciones, la forma de comunicación de los usuarios es cada vez más inmediata y a su vez efectiva, pues las App permiten mensajes cortos y precisos, que se enfoquen en la esencia del mensaje y que sirvan incluso como evidencia del intercambio de comunicación.

2.4 Comunicación juvenil

La comunicación juvenil es el proceso en que personas de alrededor de 15 y 24 años deciden intercambiar ideas e información entre sí, este grupo de individuos compuesto principalmente por preadolescentes, adolescentes y adultos jóvenes se considera de importancia para el presente estudio por considerarlo un grupo etario con características particulares en su forma de comunicarse, en donde destacan factores como vivencias y experiencias.

En los albores del siglo XXI en los que nos encontramos, las nuevas tecnologías se han convertido en las compañeras de viaje imprescindibles en todos los ámbitos de nuestra vida. Pero si hay un sector en nuestra sociedad al que realmente le han influido, ha sido a la generación actual de adolescentes y jóvenes. Éstos, sin haberlo querido, se han convertido en coetáneos de las nuevas tecnologías, agregándolas a su vida como si se tratara de un miembro más dentro de su grupo o pandilla, convirtiendo, también, al teléfono móvil en uno de los medios más populares y con más difusión en el mundo. (Capel, 2012, p.3)

No podemos comparar la comunicación juvenil de tiempo atrás, debido a que esta ha experimentado cambios significativos en el transcurso de los últimos años, puesto que el avance tecnológico, la expansión de información, creación de diversas redes sociales o plataformas digitales, en las últimas cinco décadas nos obliga a entender por qué en la actualidad los jóvenes son considerados nativos digitales; pues están familiarizados con todo el entorno digital, lo que hace que ellos tengan una comunicación más eficaz que las personas adultas.

A su vez, algo característico de la comunicación juvenil es la interactividad y participación que se tiene entre usuarios, por eso los jóvenes deciden usar estas plataformas para expresar sus opiniones, compartir experiencias y conocer temas de su interés, estas interacciones fortalecen la comunicación virtual en la que los jóvenes buscan conocer o expresar su identidad y construir relaciones sociales.

La utilización de las redes sociales por parte de los y las adolescentes presenta especial importancia desde la perspectiva de los escenarios de socialización. Las interacciones que el adolescente mantiene con sus iguales y con otras personas en

el ciberespacio pueden llegar a ser intensas y complejas, potenciadas por la cada vez mayor accesibilidad que los jóvenes tienen a la red a través de ordenadores, tablets y sobre todo móviles. (Segovia, 2016, p.10).

La comunicación juvenil a su vez es influenciada por las diferentes plataformas en donde se puede consumir o transmitir contenido, puede ser el caso de plataformas como YouTube, Facebook, Instagram, Tik Tok y WhatsApp, el último de estos más centrado a la mensajería instantánea, pero algo que comparten en común estas plataformas es su atractivo visual y amigable, por lo que encajan perfectamente con las preferencias de los jóvenes.

Pero no debemos olvidar que la comunicación digital no es solamente la que se realiza mediante las plataformas digitales, no es necesario remontarse a muchos años atrás, donde los jóvenes también utilizaban los métodos de comunicación tradicionales, como hablar cara a cara en lugares en los que llegaban a coincidir, o mediante el teléfono y el correo electrónico.

2.5 WhatsApp

Una de las plataformas de mensajería más populares en la actualidad y los últimos años es WhatsApp, donde no solo se limita a enviar mensajes de texto, también podemos realizar llamadas de voz y video, enviar mensajes de voz, compartir documentos y realizar múltiples acciones comunicativas, la misma fue lanzada en el año 2009 y ha tenido un éxito masivo, siendo hoy en día una de las aplicaciones más utilizadas en todo el mundo: “Las aplicaciones de chat basadas en plataformas web son cada día más utilizadas dado que resultan ágiles, económicas y permiten también el envío de imágenes, videos y documentos. WhatsApp es la más popular hasta el momento, con 1,2 billones de usuarios” (Gould, 2016, p.1). Por lo cual, esta herramienta se ha convertido en algo esencial para la comunicación entre amigos, familiares o ambiente laboral, pues podemos mantenernos en contacto de manera oportuna e instantánea sin importar el lugar en el que nos encontremos, cabe mencionar que estas mismas funciones, ya sea llamada de voz o video, son de alta calidad, lo que permite al usuario mantener conversaciones de manera virtual como si fueran cara a cara.

Además, en el ámbito de la educación, WhatsApp ha sido una herramienta complementaria tanto para docentes y estudiantes, por ende, los mismos han encontrado en esta plataforma una forma de mantenerse conectados y compartir información relevante entre ellos.

Evidentemente las utilidades educativas de WA están comenzando a evidenciarse, es un campo incipiente, dejando la puerta abierta a nuevas aplicaciones e investigaciones. Lo que no deja lugar a dudas es el hecho de que las nuevas tecnologías han impuesto una revolución a la que las aulas no pueden resistirse. Estas herramientas y aplicaciones, si bien no son generadoras de conocimiento en sí mismas, pueden ayudar al docente y discente a mejorar su comunicación, de forma más sencilla y rápida, generar procesos de enseñanza-aprendizaje más abiertos y flexibles, implementar el interés y motivación del alumnado, etc. (Suarez, 2018, p.9)

En resumen, WhatsApp ha revolucionado por completo la forma en que nos comunicamos en la sociedad moderna. Esta aplicación ofrece una plataforma accesible, segura y versátil que ha tenido un impacto positivo en diversos aspectos de nuestra vida diaria. En primer lugar, WhatsApp ha superado las limitaciones físicas y temporales al permitirnos comunicarnos de manera instantánea con personas de todo el mundo, rompiendo las barreras geográficas y culturales. Ya no estamos limitados por la distancia para conectarnos con seres queridos, colaborar con colegas o establecer relaciones comerciales. WhatsApp mantiene una red global de interacción constante, en la que podemos compartir ideas, experiencias y emociones en tiempo real.

2.6 Uso de WhatsApp en adolescentes

La experiencia muestra que la inmediatez de los mensajes es de preferencia de los jóvenes quienes están interviniendo en el mundo con las nuevas formas de conectarse. Con la aparición de los Smartphones la comunicación tradicional sufrió un cambio radical en nuestra forma de contactarnos, así lo menciona Ramírez y García (2013) “convierte a los dispositivos móviles en auténticos agentes de cambio en los hábitos de las personas, en la manera de comunicarse y de interaccionar” (p. 30). Consiguiente a eso surgen las aplicaciones, las cuales nos sirven para facilitarnos nuestro día a día, De Lucas (2017)

menciona que “el término App es una abreviatura de la palabra en inglés *application*. Es decir, una App es un programa, pero con unas características especiales” (p. 1). Una de estas Apps son las de mensajería, donde Sofia Sánchez (2020) dice lo siguiente:

La mensajería instantánea es una forma de comunicación en tiempo real entre dos o más personas basada, principalmente, en texto. Para que esta comunicación sea posible, dicho texto o información debe ser enviado a través de dispositivos conectados a una red (tanto internet como datos móviles) sin importar la distancia que exista entre las personas y por ello entre los dispositivos conectados a la red. (p. 9)

Además, existe una gran cantidad de aplicaciones de mensajería, pero la más popular es WhatsApp, que se ha convertido en la red social de intercambio de mensajes dominante. Calero (2014) habla sobre esta aplicación, un servicio de mensajería instantánea cuyo propósito es comunicar, vía Internet y en tiempo real. Tanto niños como adultos las utilizan a diario, a través de ellas se comunican con sus seres queridos, e intercambian mensajes, envían fotografías, audios y vídeos. Romero y Lamo de Espinoza (2015) nos comenta que:

Sin duda, y a pesar de estas objeciones, WhatsApp es la herramienta de comunicación instantánea más valorada y utilizada por los jóvenes en este momento. Su capacidad, facilidad de uso, gratuidad, universalidad, movilidad e innovación parecen ser algunas de sus claves de éxito para situarla en primer lugar en el escenario de las nuevas formas de comunicación actuales. (p. 19).

Así también, es necesario conocer cómo los jóvenes utilizan esta red social para poder comunicarse con sus contactos e interactuar entre sí. En un artículo de Lucía Godoy (2021) se reflexiona sobre las actividades que los jóvenes realizan y como lo comparten en la red:

Se pudo observar que un grupo de WhatsApp compartido entre estudiantes de un curso permite el desarrollo de actividades colaborativas en cuanto al aprendizaje y a la resolución de trabajos, que los estudiantes consulten entre ellos las dudas acerca de avisos o eventos importantes para la cotidianidad escolar y también que bromeen y compartan sus intereses. (p. 23).

Por lo cual se entiende que WhatsApp puede ser una herramienta útil para fomentar la colaboración y el intercambio de información entre los estudiantes, tanto en

el ámbito educativo como en el social. Es importante considerar el potencial de estas herramientas digitales en el contexto escolar, porque pueden mejorar la comunicación y la interacción entre los estudiantes, facilitando así su proceso de aprendizaje y creando un ambiente de apoyo y colaboración.

2.7 *Stickers* en WhatsApp

Se podrían comparar a las denominadas pegatinas (en físico), tienen la posibilidad de encontrar una infinidad de variedades, se pueden descargar en paquetes o se pueden crear desde las distintas demandas comunicativas de cada persona. Tienen una alta carga de creatividad porque no están preestablecidos. Los *stickers* en la actualidad han llegado a formar parte de nuestro diario vivir dentro de la comunicación, además de cambiar nuestra forma de interacción, López (2020) dice que “los *stickers* podrían catalogarse como una evolución de los emoticonos, una nueva herramienta basada principalmente en lo visual, pero que muestra una mayor variedad y versatilidad que los emoticonos” (p. 4). Pero este nuevo lenguaje en las generaciones actuales tiene algunos precedentes como los emojis, la primera forma de comunicación alternativa a los textos tradicionales, Sampietro (2016) lo define así: “El término “emoji” también deriva del japonés, en ese caso de *e* (‘imagen’) y *moji* (‘carácter’). Creados a finales de los años 90 en Japón, se trata de pequeños pictogramas en color, que se añaden a los intercambios electrónicos en diferentes soportes” (p. 47).

Muchos años después, para ser exactos en octubre del 2018, se incorporaría una nueva forma de comunicarnos en la plataforma de WhatsApp, estos serían los *stickers* que ya estarían presentes en plataformas como Line, Telegram, Messenger, entre otros. A pesar de llegar muchos meses después que su competencia, WhatsApp llegaría a posicionarse como la plataforma en la que más se utiliza este recurso, pues presentaba la función de descargar paquetes de *stickers* o que el usuario pueda crearlos según su necesidad, por lo tanto, López (2020) comenta que:

Este tipo de herramientas nos permiten explorar nuevas formas de interactuar con nuestras amistades, familiares, parejas, etc., y, desde el punto de vista de un/a filólogo/a, resulta de especial interés cómo se desarrolla la comunicación y qué recursos surgen para suplir posibles carencias. (p. 4)

A partir de eso se da la conclusión de que los *stickers* forman parte de una extensión de lo que alguna vez fueron los emojis, y que estos pueden llegar a expresar de mejor manera nuestra personalidad, además de tener una infinidad de posibilidades de creación, pues sus propios usuarios pueden crearlos, López (2020) dice que “La constante creación de *stickers* permite que se introduzcan nuevos elementos en las conversaciones” (p. 37).

Por lo tanto, es importante también conocer como los jóvenes hacen uso de los *stickers*, pues podríamos decir que son en general los que en mayor parte usan esta herramienta, debido a que estos son altamente virales y divertidos de usar, Roncal (2019) sintetiza muy bien esta idea de cómo los jóvenes utilizan estos recursos comunicativos en su uso diario:

Usan generalmente para iniciar una conversación, así como para terminarla, asimismo señalaron que cuando una conversación se vuelve tensa usan *stickers* para evitar los conflictos o romper el hielo y hacer divertida la conversación.

Por otro lado, respecto al tipo de *stickers* que usan y con qué propósito señalaron que los más utilizados son de corte cómico, para divertirse en las conversaciones, asimismo los más usados son *stickers* de los profesores y *stickers* de gatos. Además, indicaron que en cualquier estado de ánimo siempre mandan *stickers*, aunque estos son más frecuentes cuando están alegres, así también dijeron que mandarían *stickers* a las personas con las que están resentidos o han dejado de hablar, para así romper el hielo e iniciar una conversación en buenos términos. (p. 8).

Esto muestra que los *stickers* se han convertido en una nueva fórmula de comunicación mediante las aplicaciones de mensajería, estas pequeñas y coloridas imágenes que se envían mediante un mensaje añade nuestro toque personal y divertido en la conversación.

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

Analizar el impacto del uso de *stickers* en la aplicación de mensajería WhatsApp, en la comunicación digital de los jóvenes bachilleres gualaceños para analizar las nuevas formas de interacción en estas nuevas generaciones.

3.2 Objetivos específicos

1. Determinar importancia en el uso de los *stickers* en los jóvenes gualaceños como estilo de comunicación.
2. Establecer las diferencias entre las múltiples categorías de *stickers*, como pueden ser: Predeterminados de WhatsApp, texto e imagen, solo imagen, *stickers* en movimiento, *stickers* con lenguaje coloquial, y creados por el usuario.
3. Examinar el propósito de la aplicación de los *stickers* por parte de los jóvenes.

4. Metodología

Con el propósito de analizar el impacto del uso de *stickers* en la aplicación de mensajería WhatsApp, en la comunicación digital de los jóvenes bachilleres gualaceños y lograr analizar las nuevas formas de interacción en estas nuevas generaciones se propuso un enfoque cuantitativo que Domínguez (2007) lo define como:

La investigación cuantitativa se dedica a recoger, procesar y analizar datos cuantitativos o numéricos sobre variables previamente determinadas. Esto ya hace darle una connotación que va más allá de un mero listado de datos organizados como resultado; pues estos datos que se muestran en el informe final están en total consonancia con las variables que se declararon desde el principio y los resultados obtenidos van a brindar una realidad específica a la que estos están sujetos. (p. 5)

Este enfoque era pertinente porque sirvió para obtener una comprensión precisa y objetiva del fenómeno social a observar. Siendo un estudio cuantitativo, permitió visualizar la verdadera magnitud y frecuencia de los usos de estos elementos para poder interpretar los datos, debido a que proporcionó información detallada y rigurosa sobre el fenómeno estudiado, lo que ayudó a obtener conclusiones más sólidas y fundamentadas.

Además, se utilizó un diseño de alcance descriptivo que según Morales (2012) hace referencia a:

En las investigaciones de tipo descriptiva, llamadas también investigaciones diagnósticas, buena parte de lo que se escribe y estudia sobre lo social no va mucho más allá de este nivel. Consiste, fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores. (p. 1)

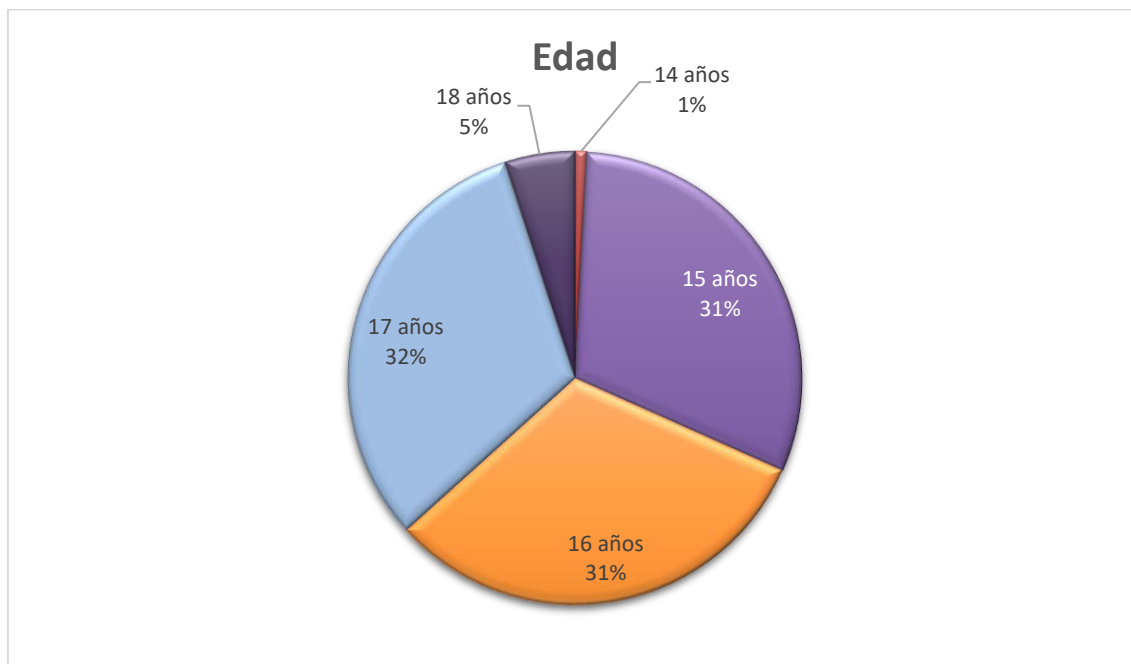
Para lograr el alcance descriptivo en la investigación, se identificó claramente el objeto de estudio, y la recolección de información se realizó a través de encuestas que finalmente fueron organizadas y analizadas para explicar, de manera objetiva, los resultados referidos al fenómeno de estudio. Para Hernández (2010) “La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica” (p. 3).

Por lo tanto, las encuestas presentaron preguntas claras y objetivas. Se realizó un análisis focalizado a un grupo de 120 estudiantes pertenecientes a primero, segundo y tercer año de bachillerato, de la institución educativa Santo Domingo de Guzmán del cantón Gualaceo, esto en base a que existe en promedio una cantidad de 25 estudiantes por paralelo, A y B, y según un cálculo de muestra con un margen de error del 5% de un total de 150 estudiantes de la institución educativa. El resultado es 109 encuestas. Las preguntas se centraron en la frecuencia del uso de *stickers* en WhatsApp, desde cuándo los utiliza, por qué los usa, su categoría de *sticker* favorito, entre otras, además cabe mencionar que se trató de realizar estos estudios en otros colegios públicos del cantón, pero no existió la apertura de las autoridades para poder ejecutar las encuestas en dichas instituciones educativas.

5. Resultados

A continuación, se procede a explicar los resultados obtenidos de las encuestas, para ello, cabe mencionar que se encuestó a 120 jóvenes bachilleres entre 14 a 18 años como se observa en el siguiente gráfico.

Figura 1



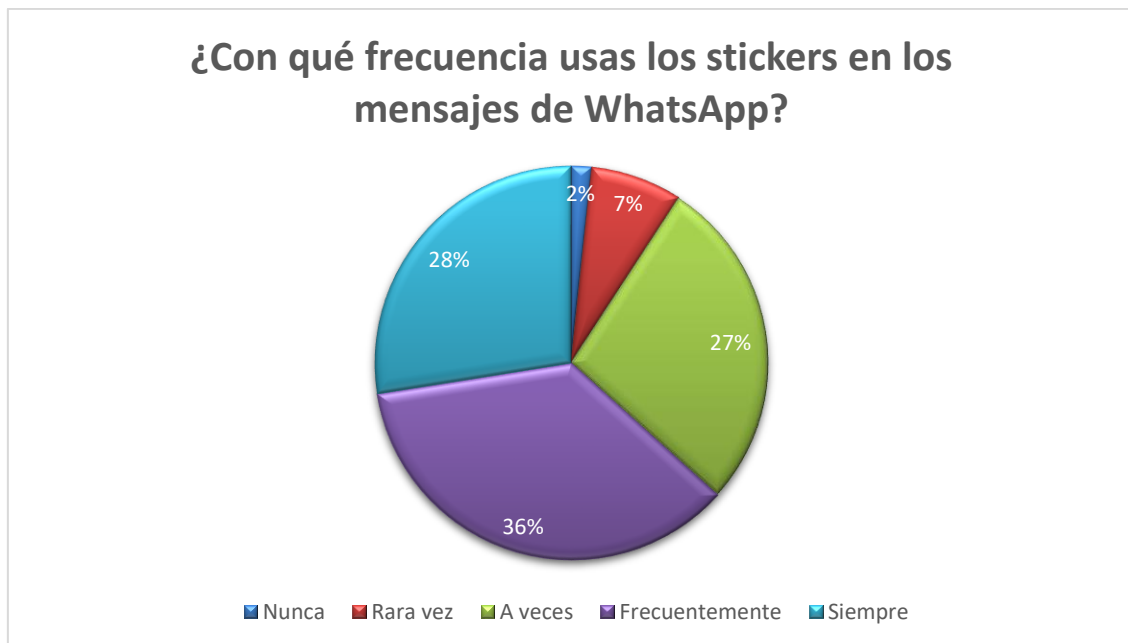
Fuente: Elaboración propia

Asimismo, el 53% de participantes es de género femenino y el 47% de género masculino, todos los jóvenes seleccionados son estudiantes de 1ro a 3ro de bachillerato.

5.1 Datos generales.

Antes de ir a las categorías de análisis es preciso explicar que la generación de los jóvenes son los que, en mayor parte, hacen uso de los *stickers* dado que, del número total de encuestados, 43 estudiantes señalan que los utilizan frecuentemente y que tan solo 2 estudiantes mencionan que nunca los han utilizado dentro de sus conversaciones.

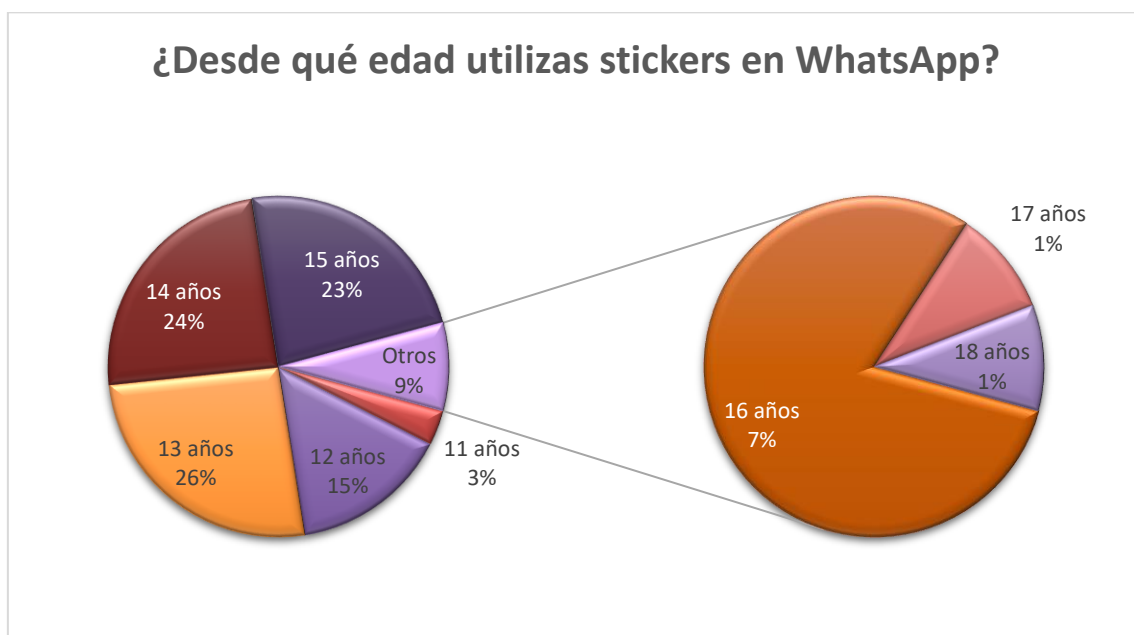
Figura 2



Fuente: Elaboración propia

De igual manera, el mayor porcentaje de estudiantes empezó a emplear esta herramienta desde los 14 y 15 años, no obstante, se registró que 2 jóvenes empezaron a utilizar *stickers* apenas a la edad de 17 y 18 años.

Figura 3



Fuente: Elaboración propia

5.2 Categorías de análisis

Para presentar los resultados se ha definido tres categorías de análisis: la primera relacionada a los hábitos de uso y la funcionalidad de los *stickers*, la segunda estudia las clasificaciones de *stickers* que se establecieron anteriormente en los objetivos y la tercera categoría estudia el propósito de la aplicación de *stickers* supeditado a este nuevo estilo comunicativo entre los jóvenes.

5.2.1 Hábitos de uso y funcionalidad.

La aplicación de WhatsApp cuenta con un paquete de *stickers*¹ por defecto, a los cuales se les puede ir agregando nuevos paquetes, al consultar a los estudiantes sobre sus hábitos de consumo se descubrió que el 33% jóvenes rara vez ha descargado nuevos paquetes, mientras que al 17% de encuestados no le gusta descargar nuevos paquetes y en su lugar, tan solo el 8% dice que siempre descarga nuevos conjuntos de *stickers*.

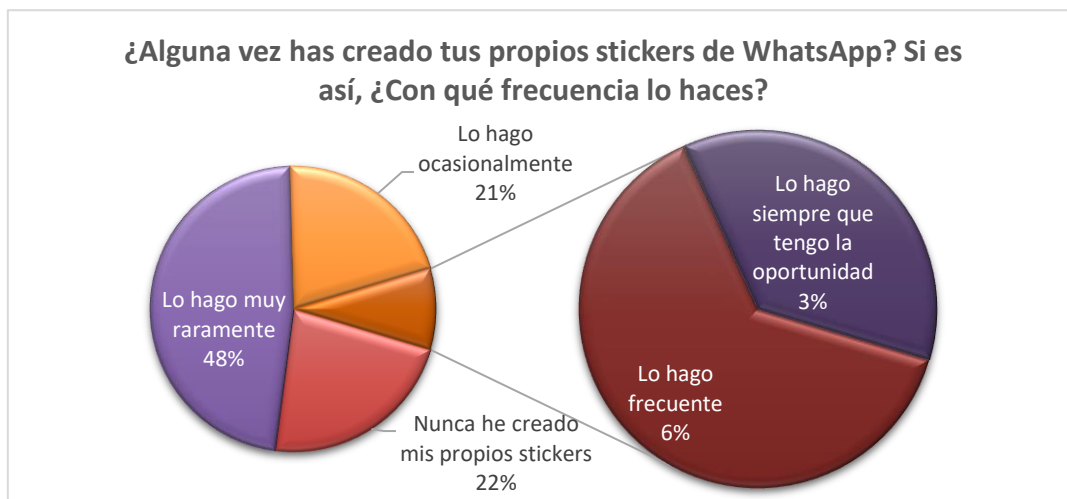


Fuente: Elaboración propia.

¹ Los paquetes de stickers se empiezan a utilizar después de los emojis, desde 2000 “Aunque sus antecedentes se remontan a los *emojis* animados del Messenger de Microsoft, los *stickers* nacieron en el 2011, de la mano de Line. Unos pocos años después fueron un fenómeno popular, que alcanzó con su incorporación en WhatsApp su mejor ventana de exposición. Hoy, son un recurso infaltable en la comunicación digital” (Atarama, 2020).

Los usuarios de WhatsApp tienen la opción de crear sus propios *stickers*, lo que se ha vuelto muy popular para integrar en las conversaciones, dado que se utiliza los propios rostros y acciones de amigos o conocidos en entornos sociales. Pese a esto, el 48% de jóvenes afirma que muy raramente ha creado sus propios *stickers*, así como el 22% de participantes dice que nunca ha realizado sus propios *stickers* y únicamente el 3% de estudiantes afirma que siempre realiza *stickers* cuando tienen oportunidad.

Figura 4



Fuente: Elaboración propia.

5.2.2 Clasificación de *stickers*.

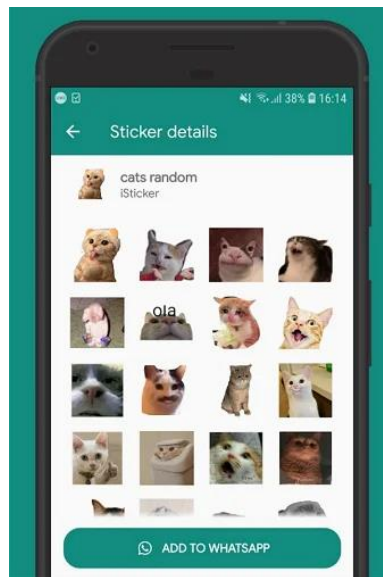
Con relación a las múltiples categorías de *stickers*, en primera instancia se les consultó a los jóvenes si prefieren personalizar sus *stickers* con fotos o diseños propios, a lo que el 33% de estudiantes indica que está de acuerdo con este postulado, al contrario, solo el 4% de jóvenes recalca que no les gusta diseñar sus propios *stickers*.

Figura 5



Fuente: Elaboración propia

Continuando con las preferencias del usuario sobre la clasificación de los *stickers*, se pudo notar que el 35% considera que los *stickers* animados o con movimiento hacen que la conversación sea más divertida a comparación de los *stickers* que solo se presentan en formato de imagen, a la inversa tan solo el 3% de los encuestados prefiere enviar sus *stickers* en forma de imagen.



Fuente: La vanguardia <https://urlzs.com/XpV8b>

De entre las diferentes categorías de *stickers* que los jóvenes emplean, el 38% de encuestados identifica que los *stickers* en formato de texto e imagen son los que más utilizan, de acuerdo con los participantes este tipo de sticker lo emplean por diversión, dado que, esta categoría utiliza textos cómicos con imágenes editadas que aluden al texto de forma parcial.



Fuente: Blog Phone House <https://urlzs.com/A9xUV>

La segunda categoría más usada es la de los *stickers* en movimiento, el 24% de jóvenes menciona que utiliza este tipo de sticker para iniciar o retomar una conversación, para ello emplean *stickers* que estén conectados relativamente con el tema.



Fuente: Elaboración propia

Entre los jóvenes, la tercera categoría más empleada, son los *stickers* que hacen uso del lenguaje coloquial, según el 21% de los jóvenes, esta clase de pegatinas las utilizan porque les ayuda a expresar de mejor manera lo que se está tratando de emitir en la conversación.



Fuente: Elaboración propia

El 8% y 7% prefiere utilizar los *stickers* que se encuentran dentro de la clasificación de “solo imagen” y “creados por el usuario” respectivamente, pues comentan que los usan para obtener una conversación más fluida.

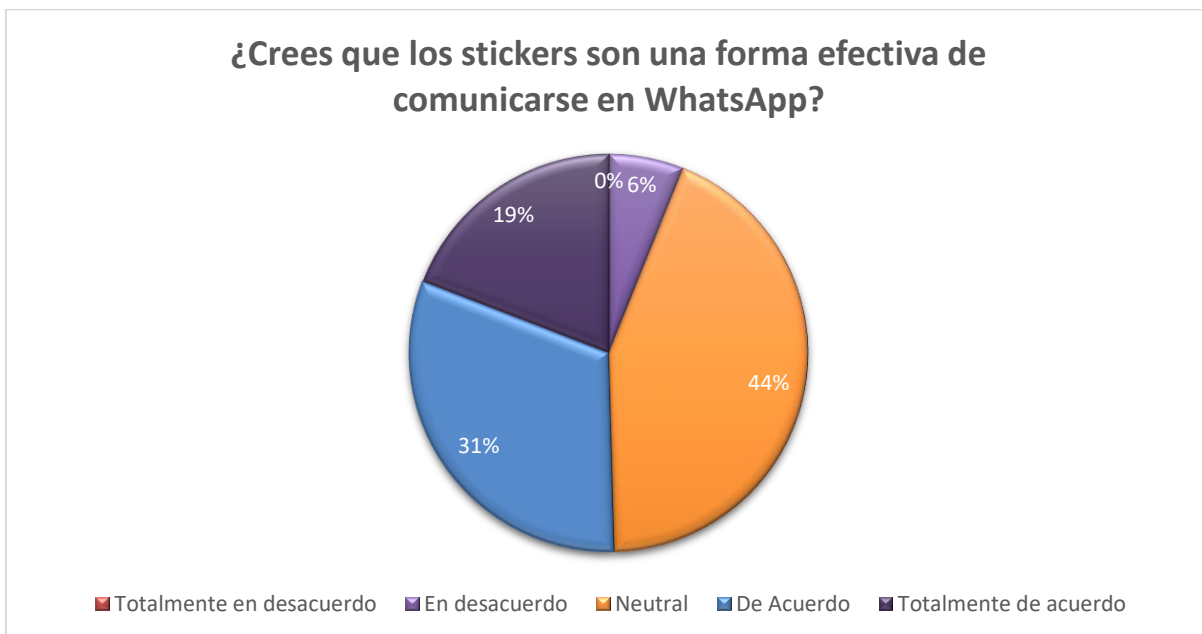
Finalmente, solo el 3% de participantes subraya que recurren a los *stickers* predeterminados de WhatsApp, esto por motivos del poco interés que le prestan al uso de esos *stickers* en sus conversaciones debido a que no les parece divertido.



Fuente: ThinkBig <https://blogthinkbig.com/stickers-de-whatsapp>

5.2.3 Uso de stickers como un nuevo estilo de comunicación entre jóvenes.

Figura 6

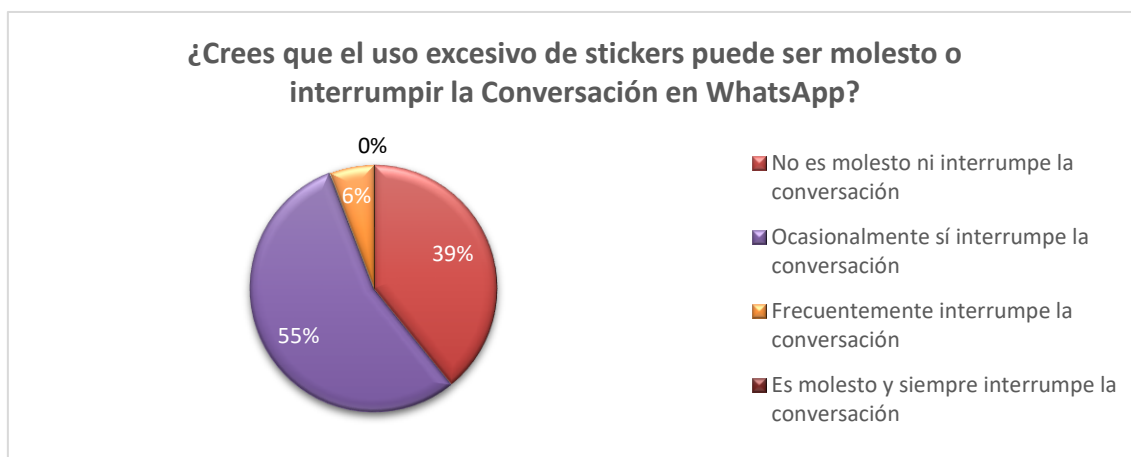


Fuente: Elaboración propia

Como se observa en el gráfico, en su mayoría, el 44% de estudiantes, se mantiene neutral sobre la efectividad de los *stickers* al momento de comunicarse, no obstante, ningún estudiante estuvo en desacuerdo con el postulado, lo que deja ver que, si bien los estudiantes hacen uso de los *stickers* y se involucran en su creación y diseño, no están seguros de que sea un método eficiente de comunicación.

Aun cuando los jóvenes evidencian un uso constante de *stickers* dentro de su nuevo estilo de comunicación, el 55% destaca que ocasionalmente el uso excesivo de esta herramienta sí interrumpe la conversación, pero el 39% de los estudiantes resalta que no es molesto el uso de sticker en exceso y que tampoco interfiere con el ritmo de la conversación, otro porcentaje de jóvenes con el 6% señala que frecuentemente sí interrumpe la plática.

Figura 7

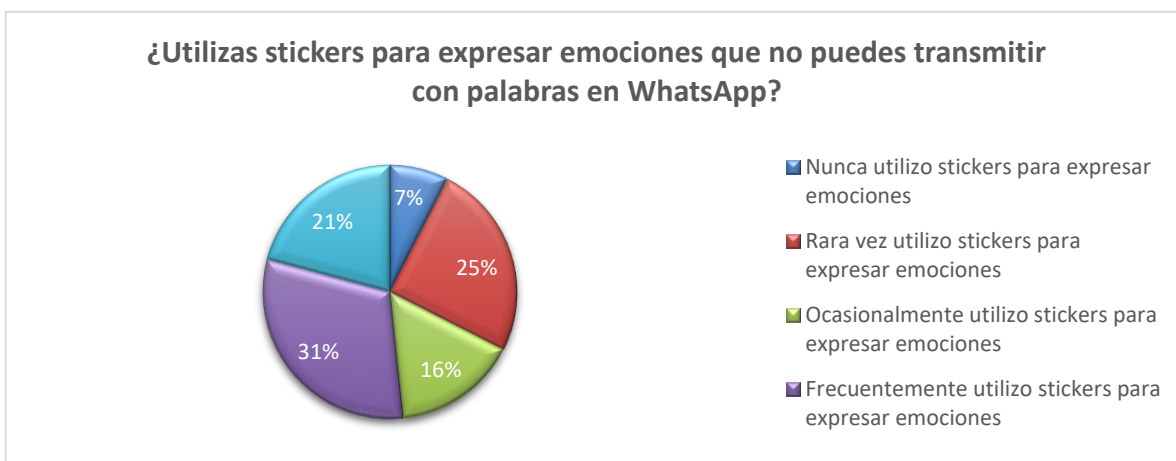


Fuente: Elaboración propia

Todos estos datos constatan que los encuestados emplean *stickers* con una intención comunicativa, pues el uso de *stickers* en exceso no se ha convertido en un obstáculo para la recepción del mensaje, debido a que ahora es un complemento que ayuda a expresar los estados de ánimo y que, en muchos casos como se ha visto anteriormente, ha venido a reemplazar al mensaje escrito porque el *sticker* cuenta con las cualidades necesarias para que los jóvenes se puedan comunicar.

Prosiguiendo con lo anterior, una de las intenciones comunicativas del uso de *stickers* en los jóvenes, es la expresión de emociones, por cuanto, el 31% hace mención que utiliza frecuentemente los *stickers* para compartir su estado de ánimo y únicamente el 7% menciona que decide no emplear los *stickers* para esta finalidad.

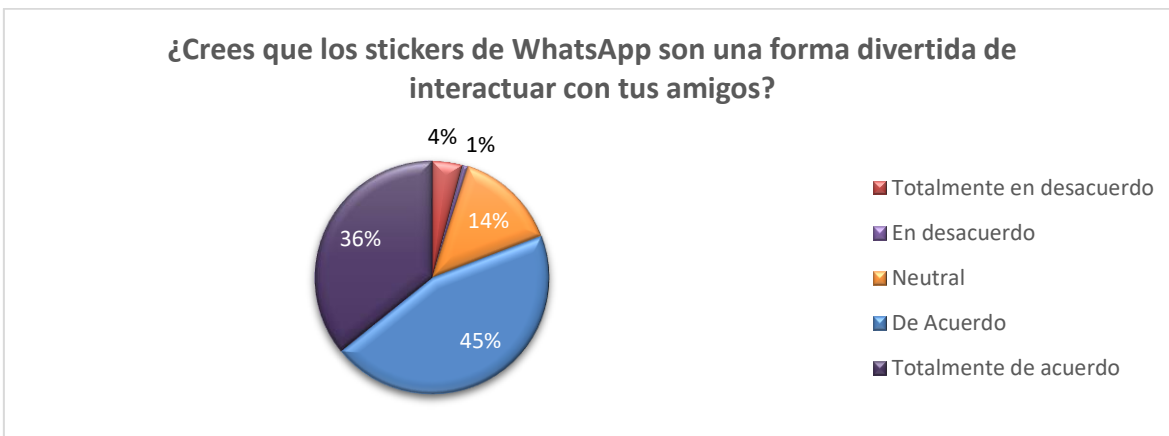
Figura 8



Fuente: Elaboración propia

Ahora bien, con base en la figura 9 el 45% de jóvenes, en su nueva forma de comunicarse, están de acuerdo en que la forma de interactuar en las conversaciones se vuelve más agradable cuando se usan sticker, pero sí se registra una cantidad de jóvenes que contradicen esta idea y no creen que sea más divertido usar sticker para interactuar.

Figura 9



Fuente: Elaboración propia

Con la figura 10 se puede destacar que, todavía el 37% de jóvenes continúan imparciales con respecto al nivel de expresividad que brindan los *stickers* frente a los convencionales mensajes de texto, aun así, este porcentaje deja ver que hay más jóvenes que eligen manifestarse mediante esta herramienta, pues apenas el 3% de estudiantes dijo que los mensajes de texto ofrecen mayor expresividad que los *stickers*.

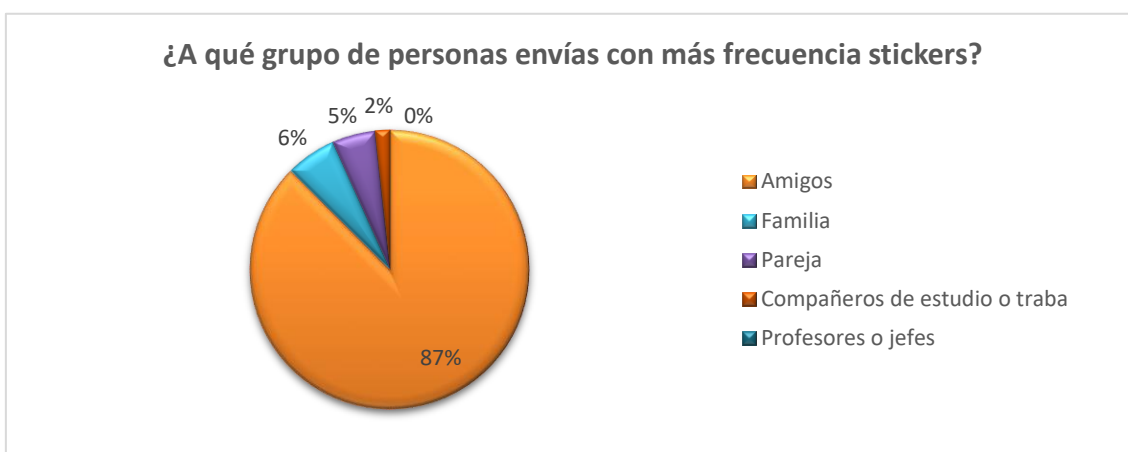
Figura 10



Fuente: Elaboración propia

Finalmente, el 87% de jóvenes dice que el grupo de personas con las que más intercambian *stickers* es con los amigos, por lo que la familia, pareja, compañeros de estudio y profesores o jefes son el grupo al que menos *stickers* envían, esto se debe a que los jóvenes interactúan mediante imágenes con su propia generación que decodifica mejor el mensaje a comparación del nivel de entendimiento que podría tener su familia o los profesores, en este caso, el uso de *sticker* se convierte en una herramienta que se usa con quienes se tiene más confianza.

Figura 8



Fuente: Elaboración propia

6. Conclusiones

De este estudio, como primera conclusión, se puede decir que los jóvenes bachilleres demuestran un nivel de importancia relativo en lo que al uso de *stickers*, como forma de comunicación, se refiere, pues, por una parte, se inmiscuyen en el diseño de sus propios *stickers*, pero por otro lado descargan nuevos paquetes ocasionalmente; y, a la vez, cuestionan la efectividad de esta herramienta como vía de comunicación.

Con relación al segundo objetivo, se determina que la categoría de *stickers* más utilizada por los bachilleres gualaceños es el modelo “texto e imagen” dado que, les facilita contextualizar la situación que se está relatando en la conversación, además que añade un efecto cómico a la plática. Sobre esto se puede destacar que, de acuerdo con el artículo de Cantamutto y Dambrosio (2023) entre los usuarios existe una capacidad inventiva en la creación de este modelo de *stickers* donde se añaden juegos verbales que recurren alteraciones ortográficas con finalidades humorísticas.

Por el contrario, la categoría menos empleada son los *stickers* predeterminados, según los bachilleres, este modelo lo aplican cuando existe un interés reducido en el asunto de la conversación.

Con relación a lo anterior, se halla un artículo sobre actualidad y tecnología de Anmol (2018) el cual apunta a que los *stickers* predeterminados de WhatsApp suelen ser los menos empleados debido a que este paquete es limitado en número y variedad, razón por la cual los hacen menos atractivos para los usuarios, lo que combina con la idea de que los jóvenes deciden enviar esta categoría de *stickers* por el desapego a la conversación o porque están tratando con otros usuarios que no tienen la capacidad de entender los *stickers* que ellos usan.

En lo que respecta al último objetivo, el propósito de la aplicación de *stickers* en los jóvenes, se sitúa dentro de la alternativa comunicacional sobre los estados de ánimo que se intenta transmitir, es decir, que la función principal de los *stickers* para los jóvenes es manifestar su condición emocional a través de las propiedades que ofrece esta herramienta y que fácilmente podría suplir a un mensaje de texto.

Como ejemplo se puede mencionar que si una conversación tiene un tinte cómico donde un joven está relatando un suceso gracioso emplearía un *sticker* de la categoría “imagen y texto” pues es más sencillo para los usuarios jóvenes contextualizar su mensaje

y su estado de ánimo, al contrario si se ha abandonado la conversación por un par de días y el usuario quiere retomar o iniciar una plática emplearía un stickers en movimiento donde la imagen sea de un personaje saludando o triste por haber dejado la conversación, así los jóvenes podrían reestablecer la plática evitando la tensión que significa haber dejado de conversar por tiempo prolongado.

En cuanto al mensaje escrito, ya se ha visto que el *sticker* puede reemplazarlo fácilmente, sin embargo y como se explicó anteriormente, los *stickers* no avanzan a cubrir todo lo que representa a los estados de ánimo para una conversación efectiva y esto se debe a que existen ciertos contextos en los que el *sticker* no constituye un elemento favorecedor para la charla, por ejemplo: cuando un joven intenta expresar un contenido que requiere un mensaje elaborado y especializado para que la otra parte pueda decodificarlo, o si en la conversación se está tratando asuntos importantes que requieren cierta formalidad los stickers son absolutamente excluidos, en compensación dentro de este panorama los stickers serían parcialmente incorporados para aliviar la conversación e incluso para despedir al mensaje.

Una vez dilucidado lo anterior, se puede señalar que, si bien los stickers presentan sus limitaciones dentro de los avances de la comunicación digital, estas herramientas se han convertido en “un código común compartido o en construcción; también favorece la gestión de vínculos cercanos y de confianza, favoreciendo una imagen de afiliación inherente a grupo de jóvenes” (Cantamutto y Dambrosio, 2023, p. 17). Por ejemplo, al momento de enviar un sticker sobre una serie popular entre los jóvenes, para complementar el mensaje, en este grupo, el código será descifrado de forma correcta lo que convierte a esa plática en un elemento unificador entre el grupo de participantes, al contrario, si este mismo sticker sería enviado a algún familiar mayor que no observó la serie es imposible que comprenda el sticker y por lo tanto el mensaje.

En última instancia, se puede constatar que entre los jóvenes existe una influencia de los *stickers* que ha modificado su forma de comunicarse, adaptando las expresiones y actitudes de los usuarios en las diferentes categorías de *stickers* que van evolucionando de acuerdo con las necesidades de los usuarios. Lo trascendental de este estudio es que los propios jóvenes son capaces de identificar que las propiedades de los stickers son limitadas para ciertos escenarios, ahora bien, es importante reconocer la usabilidad de los stickers como vía de conexión e interactividad entre los usuarios más jóvenes a fin de que

se compartan los intereses similares, por otra parte, este estudio abre paso a que los investigadores no solo se interesen por la naturaleza de esta herramienta en la comunicación digital, si no también reflexionen sobre la relevancia de instruir a los jóvenes acerca de los mensajes e imágenes que transmiten las pegatinas, para que de esta forma la esencia del stickers no pierdan su fin comunicativo y sea usado por esta generación para continuar promoviendo la expansión de nuevos soportes en la futura era de la información

Algunas de las limitaciones que se presentaron a lo largo de este estudio es la falta de apertura para ampliar la investigación en otras unidades educativas públicas del cantón Gualaceo, debido a que no se tuvo el tiempo necesario para llevar a cabo los extensos trámites y los permisos que se requerían para obtener la aprobación de las autoridades de los respectivos planteles educativos a los que se pretendía llegar. Del mismo modo, cabe indicar que realizar un pilotaje de validez de las respuestas requiere mucho más tiempo, sobre todo porque los adolescentes entrevistados se mostraron abiertos a la encuesta, pero no se tuvo el tiempo para abordar a sus representantes, esta actividad habría demandado visitas a los padres o intercambio de mensajes que no fueron posibles debido a que no todos los padres o representantes cuentan con la disponibilidad de tiempo para este proceso.

Otra limitación fue la ausencia de los recursos tecnológicos al momento de recopilar la información en el colegio seleccionado, motivo por el cual se la realizó de forma manual prologando la sistematización e interpretación de los datos de las encuestas.

Para futuras investigaciones se recomienda aplicar un enfoque cualitativo con el desarrollo de entrevistas a los sujetos de estudio, con el fin de obtener más información sobre el comportamiento de los jóvenes en torno al uso de *stickers* y su impacto.

De igual manera, se recomienda ampliar esta investigación a otros centros de estudio de diferentes cantones donde se considere también entrevistar a la población universitaria, puesto que se considera que forman parte de la generación que usa con mayor frecuencia los *stickers* en su comunicación a través de las redes.

7. Referencias Bibliográficas

Anmol. (2018, 25 de octubre). *WhatsApp lanza Stickers para usuarios de Android e iOS*. WMPoweuser. <https://mspoweruser.com/whatsapp-is-rolling-out-stickers-for-android-and-ios-users/>

Arango-Álvarez, M. *Los stickers como evolución de la comunicación digital y el lenguaje móvil* [Tesis de grado, Corporación Universitaria Minuto de Dios]. Sistema Nacional de Biblioteca Rafael García. <https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/17197>

Atarama, T. (2020, 30 de julio). *Los 'stickers' son una manifestación espontánea de la necesidad de comunicar de manera instantánea diferentes aspectos de la realidad que, en texto escrito, requerirían de mucho tiempo y espacio*. Universidad de Piura. <https://www.udep.edu.pe/hoy/2020/07/los-stickers-y-las-nuevas-formas-de-comunicacion/#:~:text=Aunque%20sus%20antecedentes%20se%20remontan,su%20mejor%20ventana%20de%20exposici%C3%B3n.>

Capel, M. (2012). *La comunicación juvenil a través del teléfono móvil: los SMS y sus repercusiones ortográficas*. [Trabajo fin de Máster, Universidad de Almería]

Repositorio Institucional de la Universidad de Almería.
<http://repositorio.ual.es/handle/10835/1293>

Castells, M., y Chelma, P. (2001). *La galaxia internet*. Plaza & Janes Editores.
https://irla.cat/wp-content/uploads/2017/06/La_Galaxia_Internet.pdf

Castillo, H y Galo, F. (2013). Comunicación digital: una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo. *Universidad de La Sabana*, 16(3), 673-697.

<http://www.scielo.org.co/pdf/pacla/v16n3/v16n3a02.pdf>

Cantamutto, L y Dambrosio, A. (2023, 28 de febrero). “Hablar en modo sticker”: estrategias pragmáticas digitales en la interacción oral [Congreso] *Congreso Internacional de Estudios Lingüísticos: "intersecciones lingüísticas: el lenguaje desde distintas perspectivas disciplinares"* Buenos Aires, Argentina.
https://www.researchgate.net/publication/368874373_Hablar_en_modos_sticker_estrategias_pragmaticas_digitales_en_la_interaccion_oral

Domínguez, Y. (2007). El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa. *Revista cubana de salud pública* 33(3), 1-11.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662007000300020

Godoy, L. (2021). Interacción colaborativa escolar en WhatsApp: entre la tarea y las bromas. *Revista Estudios del Discurso Digital (REDD)*, (4), 115-145.
<https://doi.org/10.24197/redd.4.2021.115-145>

Gómez, F. (2016). La comunicación. *Salus*, 20(3), 5-6.
<http://ve.scielo.org/pdf/s/v20n3/art02.pdf>

Gould, G. y Nilforooshan, R. (2016). WhatsApp doc. *BMJ Innov*, 2(3), 109-10.
<https://www.sap.org.ar/docs/publicaciones/archivosarg/2017/v115n4a33.pdf>

- Hernández, M., García S., Abejón, N., y Zaso, M., (2010). Estudio de Encuestas, 100.
https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24005w/Estudio_cuentas_S13.pdf
- Huaylla, K. (2021). La comunicación efectiva. Universidad privada San Juan Bautista.
https://www.researchgate.net/profile/Katherine-Huaylla-Gonzales/publication/356814831_LA_COMUNICACION_EFECTIVA/links/61ae5473c11c10383694545c/LA-COMUNICACION-EFECTIVA.pdf
- Ledo, M., Vialart, M., y Hernández, L. (2013). Redes sociales. *Educación Médica Superior*, 27(1), 146-157.
<https://ems.sld.cu/index.php/ems/article/view/124/80>
- López, Á. (2020). *Aspectos sociolingüísticos de los stickers en WhatsApp*. [Tesis de grado, Universidad de Almería] Repositorio Institucional de la Universidad de Almería. <http://hdl.handle.net/10835/9685>
- Morales, F. (2012). Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa. *UCI. 11*.
https://www.academia.edu/8101101/Conozca_3_tipos_de_investigacion
- Muls, A. (2018). El impacto de las redes sociales y de la mensajería instantánea en la fase probatoria laboral. *IUSLabor. Revista d'anàlisi de Dret del Treball*, (1), 232-252.
<https://core.ac.uk/download/pdf/159234922.pdf>
- Romero, J. y Lamo de Espinosa, M. (2015). El Fenómeno WhatsApp en el contexto de la comunicación personal: Una aproximación a través de los jóvenes universitarios. *Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes* 13 (2), 73-94.
<https://doi.org/10.7195/ri14.v13i2.818>.

- Roncal, E. (2019). Usos de los stickers de whatsapp en la comunicación de los jóvenes universitarios [Trabajo de investigación, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Institucional USS. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/6926>
- Salcedo, J. (2008). Los vínculos sociales como formas de regulación. Reflexiones sobre el poder de los vínculos en la sociedad colombiana. *NÓESIS. Revista de Ciencias Sociales*, 17(34), 204-234. <https://www.redalyc.org/pdf/859/85913301008.pdf>
- Sampietro, A. (2016). Emoticonos y emojis: análisis de su historia, difusión y uso en la comunicación digital actual. [Tesis doctoral, Universidad de Valencia]. RODERIC. <http://hdl.handle.net/10550/53873>
- Sánchez, S. (2020). *Sistema seguro de mensajería instantánea certificada*. [Tesis de grado, Universidad Politécnica de Madrid] UPM. https://oa.upm.es/58165/1/TFG_SOFIA_SANCHEZ_RODRIGUEZ.pdf
- Segovia, B., Mérida, R., Olivares., M y González, E. (2016). Procesos de socialización con redes sociales en la adolescencia. *RELATEC: Revista latinoamericana de tecnología educativa*. <https://redined.educacion.gob.es/xmlui/bitstream/handle/11162/138305/Art.%2011.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Suarez, N. (2018). Whatsapp: su uso educativo, ventajas y desventajas. *Universidad de Murcia*, 16(2), 121-135. <https://revistas.uvigo.es/index.php/reined/article/view/2132/2156>
- Valdivia, C. (1995). La interpretación. *Anuales de Filología Francesa*, vol. 7. <https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/662/1/232630.pdf>