

# WhatsApp: usos, dimensión emocional, beneficios y perjuicios en la vida de estudiantes universitarios

Suárez Ramírez, José Carlos\*

Facultad de Ciencias de la Educación. Área de Conocimiento: Teoría e Historia de la Educación, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España

## RESUMEN

Este artículo tiene como fin mostrar algunos aspectos relacionados con la «Dimensión emocional en el uso de las redes virtuales por estudiantes universitarios». Investigación llevada a cabo durante los cursos académicos 2015/18 con alumnos de educación presencial y de teleformación en la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC). Se llevó a cabo a través de un modelo de encuestas. Los estudiantes investigados pertenecen a las Facultades de Humanidades, Ciencias Sociales y Jurídicas, Ingenierías, Ciencias de la Salud y Arquitectura. El objetivo principal de esta comunicación se centra en reconocer el uso, la frecuencia y la dimensión emocional que los estudiantes universitarios perciben y manifiestan en el espacio virtual de las redes sociales virtuales, principalmente a través de la aplicación WhatsApp, y su influencia en el ámbito académico buscando facilitar el aprendizaje de los estudiantes. Los resultados que destacan de este primer estudio exploratorio reflejan el flujo de uso (frecuencia, usuarios...) de la aplicación WhatsApp especialmente, y la existencia de la dimensión emocional a través de las comunicaciones que se ocasionan en las redes sociales virtuales.

**Palabras clave:** WhatsApp, usos académicos/personales, frecuencia de uso, dimensión emocional, beneficios/perjuicios

## 1. INTRODUCCIÓN

Internet y principalmente el teléfono móvil como herramienta tangible de fácil carga y acompañamiento, están presentes, a día de hoy, en la vida cotidiana de los jóvenes de la mayor parte de las sociedades modernas del planeta, formando el carácter global de interactividad. Así mismo, estas tecnologías se encuentran difundidas, tanto por la aparición de nuevos dispositivos que continuamente presentan mejoras con actualizaciones de hardware y software, como por la reducción de los costos. Reafirmando la necesidad de hoy día del uso de Internet, aplicado a la comunicación virtual, Serrano (2014)<sup>1</sup>, señala que “actualmente, hemos alcanzado una situación de conectividad permanente, que configura un nuevo marco de relación entre internet y las personas; permanecer en línea a través de dispositivos móviles y otras plataformas ha llegado a convertirse en una necesidad social y labora”. Es conveniente desarrollar los fines académicos que se pueden aplicar a través de las redes sociales virtuales, las experiencias comunicativas que se ocasionan a través de estas redes sociales virtuales con los diferentes ciberusuarios y la dimensión emocional que se ocasiona en estas comunicaciones virtuales, prevalentemente a través de la aplicación WhatsApp. Distinguir y clasificar esta tipología de uso puede ocasionar el aumento de motivación del alumnado hacia su proceso de aprendizaje.

### 1.1. Problema/cuestión

El problema de partida se fundamenta en conocer la tipología de uso (frecuencia, usuarios, tipos de relaciones,...) y el nivel de percepción emocional que se produce en las comunicaciones que se ocasionan en las redes virtuales, principalmente a través del WhatsApp, llevadas a cabo por estudiantes universitarios. Partiendo de la realidad de intereses de los universitarios, la estrategia de acción se ha fundamentado en considerar el uso del móvil, y concretamente la aplicación WhatsApp, para usarla con fines académicos.

\*josecarlos.suarez@ulpgc.es

## 1.2. Revisión de la literatura

### 1.2.1. Educación, Sociedad e Internet

(Castells 2000, p. 19)<sup>2</sup>, lo ratificaba en su investigación de esta forma: “... *Internet es el corazón de un nuevo paradigma sociotécnico que constituye en realidad la base material de nuestras vidas y de nuestras formas de relación, de trabajo y de comunicación*”. En España es la LOE (2006), la que establece que las habilidades digitales se encuentren en el currículo de enseñanzas mínimas, siguiendo las orientaciones de la Comisión Europea. Desde la Comisión Europea, se indica que los estudiantes “puede que sean nativos digitales, pero eso no implica que necesariamente sean competentes digitales” (European Commission, 2013)<sup>3</sup>. La aplicación al presente de estas nuevas posibilidades virtuales de intercomunicación en el ámbito educativo, ha sido destacada por varios autores, entre otros: Morera (2013)<sup>4</sup>; Escandell Vidal (2014)<sup>5</sup> o Pasamar (2014)<sup>6</sup>. INEGI (2016)<sup>7</sup>, concluye que las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) constituyen herramientas privilegiadas para el desarrollo de los individuos y de las sociedades, al facilitar el manejo de información, tanto al crearla, compartirla, modificarla como al enriquecerla y transformarla en conocimiento. Díaz Telez (2013, p. 213)<sup>8</sup>, señala que “la educación se reconoce por sus espacios formales como la escuela, la universidad, pero también se hace necesario articular otros escenarios o espacios, los no formalizados, que también harían parte de la educación y a la vez de la comunicación”. Aportando nuevas investigaciones posteriormente, Wise (2015)<sup>9</sup> postulaba que las posibilidades y acciones de los estudiantes son diferentes en la educación con las posibilidades que se ofrecen en el ámbito virtual de Internet. El futuro y presente de la educación se basa en el uso de las nuevas tecnologías con fines académicos. Por ello, es idóneo estudiar y establecer patrones referidos a los tipos de mensajes virtuales y la dimensión emocional que surge (motivación, disposición a participar, relación con el docente, rendimiento educativo, etc.). Posteriormente, (Morales, Trujillo, y Raso, 2015)<sup>10</sup>, reseñan la necesidad de formación del profesorado universitario en cuanto a su manejo tecnológico, la integración de la tecnología en las aulas y la necesidad de un cambio de rol docente en el proceso de enseñanza-aprendizaje, así como una constante actualización y renovación pedagógica, referido al cambio del Espacio Europeo de Educación Superior. Vázquez-Cano (2015)<sup>11</sup>, señalan que los dos dispositivos con mayor penetración entre el profesorado en todas las etapas formativas de la Educación Superior son los smartphones (teléfonos inteligentes) y las tablets. Como concatenación de estos estudios, (Ágreda, Hinojo-Lucena, y Raso, 2015)<sup>12</sup>, indican que la problemática se ha acrecentado por la rápida evolución y desarrollo de las tecnologías, incidiendo entre otras desventajas en la falta de recursos e infraestructuras, una deficiente formación del profesorado técnica e instrumental, falta de percepción como recursos didácticos, etc.

### 1.2.2. Dimensión emocional

Eludir que en toda comunicación virtual se produce un mensaje emocional conllevaría a carecer de una visión integral de todos los aspectos comunicativos que se producen. Considerar la dimensión emocional en todo proceso educativo no presencial, puede facilitar que los alumnos encuentren espacios virtuales educativos cómodos para permanecer en los mismos sin necesidad de buscar otras redes sociales que atiendan las necesidades e intereses que ellos pretenden. Las formas comunicativas varían en los entornos virtuales, de ahí que, con uno o varios emoticonos, que representan la iconografía tecnológica, se puede transmitir un estado emocional entendible sin necesidad de texto oral o escrito. Estudios llevados a cabo por diferentes autores, han señalado que es la competencia emocional un elemento clave en el razonamiento y comprensión de las emociones, y la gestión adecuada de las mismas sirve sin duda alguna para mejorar el pensamiento y rendimiento académicos (Boyatzis, 2008)<sup>13</sup>, es decir, los conocimientos académicos se aprenden mejor si el alumnado controla adecuadamente sus emociones. Derks, Fischer y Bos (2007, p. 780)<sup>14</sup>, señalan que «la comunicación mediada por ordenador no se caracteriza por la ausencia de emociones; al contrario (...), las emociones positivas se expresan en la misma medida que en las interacciones cara a cara, y las emociones negativas intensas incluso se expresan más abiertamente por ordenador». Segura y Martínez (2010)<sup>15</sup> indican que con la aparición de Internet y las redes sociales virtuales las emociones tienen un lugar nuevo en el que desenvolverse, compartirse y expresarse. Otros estudios previos y posteriores ratifican la relación de la dimensión emocional en el ámbito virtual y la Educación. Así (Rebollo, García, Barragán, Buzón, y Vega, 2008)<sup>16</sup>; Rebollo, García, Buzón, y Vega (2014)<sup>17</sup>, en sus investigaciones a lo largo de diferentes años, concluyen que más allá de lo físico, parece influir, en el ámbito de uso tecnológico, el mundo emocional, que se consolida como uno de los factores principales para que se produzca un desarrollo satisfactorio del

proceso de enseñanza-aprendizaje. Reafirmar la existencia del ámbito emocional en las comunicaciones virtuales, lo sostiene Serrano-Puche (2016)<sup>18</sup>, concluyendo que la dimensión afectiva en la vida social presente, combinada con las intercomunicaciones virtuales entre usuarios cibernéticos, ha generado un ámbito de estudio nuevo en cuanto a enfoques conceptuales, metodologías empleadas, temática, emociones, colectivos sociales y dispositivos tecnológicos específicos. A partir de sus palabras, se señala que Internet y sus aplicaciones conforman un espacio virtual de experiencia y subjetivación, indicando que más que un medio de comunicación se trataría de un espacio que habitamos y nos habita. Una muestra de la dimensión emocional presente en las comunicaciones virtuales se encuentra en los emoticonos (neologismo que proviene de emoción e icono), ofrecidos por las multinacionales de la comunicación, donde se reflejan una variabilidad emocional y estados de ánimo entre otros aspectos.

### 1.2.3. WhatsApp

El Instituto para la Innovación Periodística (2014)<sup>19</sup>, señala que *WhatsApp* (n.d.)<sup>20</sup>, definido en su página web como una aplicación de mensajería multiplataforma, ha trascendido el ámbito personal (de las relaciones uno-a-uno) y ha evolucionado para convertirse en una red social y, de hecho, así lo considera el 88 % de los usuarios. WhatsApp es una aplicación para smartphones o teléfonos inteligentes, puesta en el mercado en el año 2009. Consiste en un sistema de mensajería instantánea y gratuita (al menos para dispositivos con sistema operativo Android), que permite compartir diferentes recursos como fotos, videos, archivos de audio y contactos. También integra la interoperabilidad con *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *YouTube*, correo electrónico o chats. Permite la creación de grupos y cuenta con herramientas de localización que permiten dar a conocer en qué lugar del planeta estamos parados. Permite la comunicación con elementos lingüísticos y no lingüísticos, que se contextualiza e interpreta según los códigos y contexto de los comunicadores.

Esta aplicación, en cada actualización que se produce, incorpora mejoras. Entre ellas, en 2015 se permitía realizar llamadas telefónicas y un nuevo compendio de iconos. Existen otras aplicaciones con características semejantes, como *Line*, *Telegram*, *Wechat*, *Hangouts*, *Viber*, *Skype* o *Chat-On*, pero la multinacional WhatsApp acapara el protagonismo del mercado virtual comunicativo. En su página oficial, sus creadores afirman que la crearon por varias razones, entre otras "para desarrollar una alternativa mejor que los SMS". A través de ambas apps, Messenger y WhatsApp, se envían 60 mil millones de mensajes por día en 2016.

En 2012, se producían aproximadamente 10 mil millones de mensajes a diario por WhatsApp. En cifras mundiales encontramos más de mil millones de personas que usan *WhatsApp*, siendo Europa el continente que mayor uso da a esta tecnología de comunicación, que ha demostrado sobradamente que ha llegado para quedarse. De hecho solo en España su uso se ha incrementado en un 206 % en los últimos dos años y continúa haciéndolo (Telefónica, 2016). Como ha comunicado la compañía en 2017, esta aplicación la usan 1.300 millones de personas, y de ellas, 1.000 millones son usuarios activos diarios, indicando que el número de mensajes que se ofrecen diariamente sobrepasa los 55.000 millones. Señala también la compañía, que, entre otros servicios que ofrece WhatsApp, el número de imágenes compartidas diariamente se encuentra en 4.500 millones, y el de vídeos compartidos, 1.000 millones diarios. Añade la compañía, que dentro de sus mejoras continuas, se encuentra el poder compartir archivos adjuntos en cualquier tipo de formato, eliminar o reprogramar mensajes de las conversaciones, fijar chats y establecer el cambio de llamadas de voz a vídeo llamadas directamente.

Stevens and Kitchenham (2011, p. 2)<sup>21</sup> concluyen que el aprendizaje a través del móvil genera que "el aprendizaje significativo que ocurre a través del uso de un dispositivo móvil como un teléfono móvil o una Tablet y que permiten el aprendizaje aquí y ahora". De este modo, su utilización está relacionada con tres aspectos fundamentales para el aprendizaje: la implicación, la autenticidad y la ubicuidad. Por este motivo existe la necesidad de incorporar los dispositivos móviles a los proyectos de formación existentes y de futura creación. De las conclusiones de (Vázquez-Cano y Sevillano, 2014)<sup>22</sup>, respecto al ámbito de los estudiantes, se ocasiona un alto nivel de uso de los dispositivos móviles entre las personas del grupo de edad que constituyen dicho colectivo. Incidiendo en la conveniencia del móvil en la Educación, Ngaleka y Uys (2013)<sup>23</sup> y Barhoumi (2015)<sup>24</sup>, establecen que la telefonía móvil otorga al alumnado la oportunidad de extender su formación más allá de las paredes del aula; es más, estos indican que WhatsApp les permiten hallar soluciones a las dificultades que pueden encontrar durante el desarrollo de su proceso de aprendizaje y facilitar la resolución de problemas; además, apuntan que, a través de ella, resulta más sencilla la construcción e intercambio del conocimiento. Cruz y Barragán (2017)<sup>25</sup>, investigaron y concluyeron que para los

estudiantes universitarios, se diferencia claramente la aplicación cuando tiene una finalidad de ocio a cuando su fin es de carácter educativo. En conclusión se puede refrendar de estos estudios que las posibilidades educativas que ofrecen los dispositivos móviles generan un nuevo modelo de Educación, según variables como: ubicuidad, conectividad, permanencia y forma de diálogo didáctico, entre otras variables.

### 1.3. Propósito

La hipótesis de partida se fundamenta en reconocer al WhatsApp como la red social virtual de mayor uso por parte de los estudiantes universitarios para comunicarse entre ellos. A su vez, identificaremos la dimensión emocional que se manifiesta en las comunicaciones virtuales que se ocasionan, su frecuencia de uso y la relación con su proceso de aprendizaje.

## 2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

### 2.1. Descripción del contexto y de los participantes

Esta investigación se ha llevado a cabo en la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria durante el curso académico 2016/17. Se ha desarrollado a través un modelo de encuesta verificada presencialmente. El número total de alumnos investigados ha sido de 507, distribuidos de la siguiente forma: Humanidades: 243-Ciencias Sociales y Jurídicas:127-Ingenierías: 56-Ciencias de la Salud:49-Arquitectura: 32

### 2.2. Instrumentos

Se ha realizado un modelo de encuesta anónima de 19 preguntas con ítems de opción múltiple o de respuesta única. La encuesta recoge datos referidos a: género, edad, modalidad de enseñanza, años de estudiante, uso de móvil y WhatsApp, usuarios de contacto, modalidad de experiencias, dimensión emocional y relación con su proceso educativo. La tipología de respuesta ofrecida, comprende diferentes modalidades:

1.- Respuesta única a elegir entre varias opciones. 2.- Respuesta múltiple ante la opción ofrecida.

### 2.3. Procedimiento

Se ha realizado la investigación en soporte papel, de forma presencial con los alumnos. Una vez recogidas las encuestas, se ha realizado el vaciado de información a través de un programa informático.

## 3. RESULTADOS

Los resultados obtenidos, partiendo de esta muestra de estudio, reflejan lo siguiente:

1.- Género: Masculino: 126 Femenino: 381 Total: 507

2.- Edad (años):

Tabla 1	17 a 21	22 a 25	26 a 35	36 a 45	Más de 45
	298	179	21	9	0

3.- Modalidad de Enseñanza: Presencial

4.- Si tienes móvil, ¿tiene WhatsApp? : Sí: 507 No: 0

5.- ¿Cuántas horas usas al día el WhatsApp?

Tabla 4	0	0,18 a 5	5:01 a 10	10:01 a 15	Más de 15
	0	107	234	152	14

6.- ¿Qué personas tienes en el WhatsApp?

Tabla 5	Familia	Amistades conocidas en persona	Compañeros de clase	Amistades no conocidas en persona	Personas desconocidas
	476	507	476	121	26

7.- ¿Qué grupos tienes en el WhatsApp?

Tabla 6	Ninguno	Familia	Estudios	Trabajo	Asociación/club	Otros
	0	314	507	97	115	321

8.- Experiencias positivas en el WhatsApp

Tabla 7	Conocer personas	Trabajar colaborativamente	Compartir enlaces e información
	179	443	486
	Intercambiar fotos	Coordinarse para eventos	Otras
	408	487	131

9.- Experiencias negativas en el WhatsApp

Tabla 8	Recibir insultos y/o amenazas	Publicación de información o fotos privadas sin ser consultado	Ser expulsado o excluido de un grupo
	218	193	160
	Acoso virtual	Propagar mentiras	Otras
	175	306	87

10.- ¿Percibes emociones en las comunicaciones por el WhatsApp?:

Sí: 473 No: 34

11.- ¿Qué emociones percibes en las comunicaciones por el WhatsApp?

Tabla 9	Alegría	Enojo	Miedo	Tristeza	Sorpresa
	462	449	98	387	405
	Confianza	Anticipación	Rechazo	Vergüenza	Otras
	396	67	73	65	17

12.- ¿Cómo expresas tus emociones en el WhatsApp?

Tabla 10	Símbolos	Frases explicativas	Fotos	Vídeos	Gifs	Audios
	270	321	188	59	121	341
	Onomatopeyas	Emoticonos	Otras			
	67	413	7			

13.- Ordena por orden de preferencia y uso las redes sociales que manejas para comunicarte con tus compañeros de clase (1 la que más usas, 6 la que menos usas)

Tabla 13	1º lugar WhatsApp	2º lugar Correo personal	3º lugar Facebook	4º lugar Correo institucional	5º lugar Chat institucional	6º lugar Otras
	480	200	251	258	207	121

#### 4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Cabe reconocer que en esta pequeña muestra, se refleja que el número de estudiantes de género femenino que estudian en la ULPGC, es mucho mayor que el de género masculino. Es indiscutible que el teléfono móvil, y dentro de sus prestaciones, la aplicación WhatsApp, se encuentra presente en la vida personal y educativa de los estudiantes universitarios, como se recoge en los resultados obtenidos de esta investigación. Exponiendo sobre esta temática, Bian y Leung, (2014)<sup>26</sup> y Pedrero, Rodríguez y Ruiz (2012)<sup>27</sup>, señalan que el teléfono móvil ofrece utilidades jamás imaginadas pocas décadas atrás, como el acceso al correo electrónico, la cámara de fotos, la reproducción de música, el acceso a navegadores web, o a las redes sociales. Estas funciones hacen del Smartphone una suerte de ordenador personal portátil de dimensiones reducidas.

Como se observa en los resultados obtenidos en el siguiente ítem, los contactos que los alumnos universitarios agregan a sus espacios personales del WhatsApp, forman parte del entorno cotidiano en el que se relacionan principalmente. Se observa en los resultados que las relaciones reales se transbordan al espacio virtual del WhatsApp. Amistades conocidas en persona (100%), integran la totalidad de pertenencia de contacto en el WhatsApp de cada alumno encuestado. A continuación, componentes de la unidad familiar (95,46%) son integrados en esta aplicación virtual, y el grupo de carácter académico, compañeros de clase, con el (93,88%), prevalecen sobre otro tipo de contactos presentes en el WhatsApp. El ítem que recoge información referida a los grupos de pertenencia que se posee en el WhatsApp personal de cada alumno encuestado, reflejan los siguientes resultados.

El 100% de los alumnos encuestados se encuentra dentro de un grupo de WhatsApp relacionado con sus estudios. La variable otros, que recoge información referida a otra modalidad de grupos del tipo: compañeros del instituto, grupos de amigos, pandillas, etc., reflejan un alto índice de pertenencia (63,31%). A continuación, se encuentra la pertenencia al grupo familiar (61,93%). Cabe destacar en este ítem, el alto grado de alumnos universitarios que se encuentran inscritos en algún grupo referido a una acción grupal de carácter social organizado, como puede ser la pertenencia a una asociación o club (22,68%). Aspecto que sería conveniente investigar para favorecer la participación social organizada de los jóvenes en organizaciones de carácter cooperativo.

Por último, cabe destacar que el (19,13%) realiza acciones laborales complementarias a su proceso formativo universitario, al pertenecer a un grupo de WhatsApp relacionado con el trabajo. Dentro de las posibilidades educativas que ofrecen estas tecnologías con efectos favorecedores, existen muchos autores como Santamaría (2008)<sup>28</sup>; De Haro (2010)<sup>29</sup>, Romero (2011)<sup>30</sup> y Cabero y Marín (2014)<sup>31</sup>, concluyendo lo siguiente: facilitan una inteligencia colectiva, favorecen el proceso de enseñanza-aprendizaje, amplían la comunicación, generan el aprendizaje colaborativo compartido, ocasionan redes sociales, facilitan y acrecientan la comunicación entre alumnos y docentes, mejoran la retroalimentación del alumnado, inciden en un aprendizaje interactivo, etc.

El ítem nº 13, establece el orden de uso de diferentes aplicaciones que usan los alumnos para comunicarse entre ellos, y los resultados reflejan que destaca el WhatsApp como el primera aplicación, más allá de los entornos oficiales académicos. Los resultados obtenidos han sido: (94,67%) WhatsApp. A continuación, a una diferencia de 222 elecciones, se encuentra el espacio oficial académico correo institucional (50,88%). Facebook, que comprende posibilidades académicas pero con mayor dispersión referida al ocio personal, comprende el (49,50%). En cuarta posición de elección, se encuentra el chat institucional de la plataforma educativa, (40,83%). Con posterioridad, surge un espacio propio de carácter menos grupal, como es el correo personal (39,44%). Y por último, en 6º lugar de elección, han elegido otras aplicaciones (23,86%).

Las herramientas y el dispositivo tecnológico suponen unos de los pilares fundamentales en la concepción de modelos de enseñanza-aprendizaje flexibles apoyados en las TIC (García, Troyano, Curral, y Chambel, 2010)<sup>32</sup>. El 43% del alumnado encuestado, ha recibido insultos o amenazas de las personas que integran su entramado virtual en el WhatsApp. A su vez, el 38,06% de los alumnos universitarios encuestados, perciben como experiencia negativa la publicación de información o fotos privadas sin ser consultado. El 31,55%, ha sido expulsado o excluido de un grupo. El 34,51% ha recibido acoso virtual. El 60,35% se ha visto implicado en la propagación de mentiras, y el 17,15% ha recibido otras acciones que consideran de carácter negativo.

Otros estudios sobre consecuencias negativas que ofrecen las redes sociales virtuales, entre ellas el WhatsApp, aplicando los estudios de Espada (2015)<sup>33</sup> y Rush (2011)<sup>34</sup>, confirman que un incremento de su uso puede conllevar, como por ejemplo, los efectos negativos de las ondas que emiten, las distracciones que generan en la conducción, el ciberbullying, el acoso sexual, la adicción, las interferencias en la comunicación interpersonal y las distracciones en la jornada laboral. Se perciben aspectos reseñables a seguir investigando debido a las consecuencias perjudiciales que les pueden ocasionar a los alumnos universitarios situaciones que, bajo mi criterio, se pueden catalogar como de violencia virtual. No todas las acciones que se realizan en el WhatsApp tienen carácter negativo o perjudicial; todo lo contrario, por los resultados obtenidos en el ítem nº 12, en el cual se refleja que las experiencias positivas, que ofrece esta aplicación, predomina sobre las negativas.

Así los resultados refrendan esta afirmación, comprobándose que facilita la coordinación para eventos con un 96,05%. La facilidad e instantaneidad de esta aplicación para compartir enlaces e información se refleja en el número de elecciones recibidas con un 95,85%. El fin académico también prevalece con un 87,37% de alumnos que han considerado esta utilidad que ofrece el WhatsApp. Destaca, ya con fines más personales, el intercambio de fotos 80,47%, el conocer personas 35,30% y otras experiencias de carácter positivo con 25,84%. Relacionada esta circunstancia con el ámbito referido a la dimensión emocional, Segura y Martínez (2010)<sup>35</sup> señalan que con la aparición de Internet y las redes sociales virtuales las emociones tienen un lugar nuevo en el que desenvolverse, compartirse y expresarse.

Por ello, los ítems nº 14, 15 y 16, reúnen información relativa a la dimensión emocional. El 93,29 del alumnado encuestado, percibe emociones en las comunicaciones que se ocasionan en el WhatsApp. Los resultados obtenidos por orden de prevalencia de las emociones percibidas y manifestadas, son los siguientes: alegría (91,12%); enojo (88,56%); sorpresa (79,88%); confianza (78,10%); tristeza (76,33%); miedo (19,32%); rechazo (14,40%); anticipación (13,21%); vergüenza (12,82%) y otras emociones (3,35%).

Cabe destacar tras estos resultados la existencia de la percepción de emociones positivas y negativas. Se observa, por los resultados obtenidos en el ítem nº 16, las diferentes formas de comunicación emocional que se manejan a través de la aplicación WhatsApp. Prevalen los emoticonos (81,46%); audios o mensajes de voz (67,25%); frases explicativas (63,31%) y los símbolos (53,25%); fotos (37,08%) y gifs (23,86%). Otros resultados obtenidos con menor índice de frecuencia han sido: onomatopeyas (13,21%); vídeos (11,63%) y otras formas de comunicación emocional (1,38%). Lasén (2010a), indicaba que la comunicación virtual es capaz de transmitir emociones, por ello considera al mundo virtual como “tecnologías afectivas», pues permiten expresar y fijar las emociones transformándolas en «inscripciones”.

En conclusión considero la necesidad prioritaria de incluir la herramienta del WhatsApp para pertenecer a este mundo virtual en el que se encuentran los alumnos universitarios y poder acceder a ellos dentro de sus intereses y realidades actuales con fines académicos.

## REFERENCIAS

- [1] Serrano, J. (2014). *Hacia una comunicación slow: el hábito de la desconexión digital periódica como elemento de alfabetización mediática*. Trípodos, 34, 201-214
- [2] Castells M. (2000). *Internet y la Sociedad Red. Conferencia de Presentación del Programa de Doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Universitat Oberta de Catalunya*. Recuperado el 2 de marzo de 2017 de <http://www.mvdenred.edu.uy/download/destacados/castells.pdf>
- [3] European Commission, (2013). *Analysis and mapping of innovative teaching and learning for all through new Technologies and Open Educational Resources in Europe*. European Commission, Bruselas
- [4] Morera, L. (2013). *Contribución al estudio de la enseñanza y del aprendizaje de las isometrías mediante discusiones en gran grupo con el uso de tecnología*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona Departament de Didactica de la Matematica i les Cc. Experimentals
- [5] Escandell Vidal, M<sup>a</sup> V. (2014). *La comunicación. Lengua, cognición y sociedad*. Editorial: AKAL
- [6] Pasamar, S. (2014). *Trabajo Fin de Máster Modalidad B. Máster de Profesorado de E.S.O. y Bachillerato Especialidad Tecnología e Informática "Instituto 2.0"*. Facultad de Educación/Universidad de Zaragoza. Rescatado el 13 de marzo de 2017 de <http://zaguan.unizar.es/TAZ/FEDU/2014/15257/TAZ-TFM-2014-378.pdf>
- [7] INEGI (2016). *Estadísticas a propósito del día mundial de internet. Datos nacionales*. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Recuperado el 27 de marzo de 2017 de <https://goo.gl/forms/U0Q3Nk3QBT>
- [8] Díaz Telez, A. (2013). *Aproximación a la noción de educomunicación, caso del diseño de la maestría en comunicación de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia*. Revista PANGEA, 4, 212-228. Recuperado el 1 de marzo de 2017 de <http://www.revistapangea.org>
- [9] WISE. *Cumbre mundial para la innovación en educación*. (2015). Recuperado el 4 de junio de 2016 de [https://www.wise-qatar.org/sites/default/files/spanish\\_2015\\_wise\\_summit\\_curtain\\_raiser.pdf](https://www.wise-qatar.org/sites/default/files/spanish_2015_wise_summit_curtain_raiser.pdf)

- [10] Morales, M., Trujillo, J. M., y Raso, F. (2015). *Percepciones acerca de la integración de las TIC en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la universidad*. Pixel-Bit: Revista de medios y educación, 46, 103-117
- [11] Vázquez-Cano, E. (2015). *El reto de la formación docente para el uso de dispositivos digitales móviles en la Educación Superior*. Perspectiva Educacional, Formación de Profesores, 149-162
- [12] Ágreda, M., Hinojo, F. J., y Raso, F. (2015). *A study on ICT training among faculty members of Spanish Faculties of Education*. *The New Educational Review*, 49(4), 27-39 Recuperado el 27 de marzo de 2017 de <http://dx.doi:10.15804/tner.2015.42.4.02>
- [13] Boyatzis, R. E. (2008). *Competencies in the 21st century*. *Journal of Management Development*, 27(1), 5-12
- [14] Derks, D. et al. *The role of emotion in computer-mediated communication*. A review. (2007). Recuperado el 19 de marzo de 2017 de <http://dx.doi:10.1016/j.chb.2007.04.004>
- [15] Segura y Martínez (2010). *Emociones y nuevas tecnologías en la red*. Recuperado el 27 de enero de 2017 de <http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/010.pdf>
- [16] Rebollo, M. A., García, R., Barragán, R., Buzón, O., y Vega, L. (2008). *Las emociones en el aprendizaje online*. RELIEVE, 14(1), 1-23
- [17] Rebollo, M. A., García, R., Buzón, O., y Vega, L. (2014). *Las emociones en el aprendizaje universitario apoyado en entornos virtuales: diferencias según actividad de aprendizaje y motivación del alumnado*. *Revista Complutense de Educación*, 25(1), 69-93
- [18] Serrano-Puche, J., «Internet y emociones: nuevas tendencias en un campo de investigación emergente». *Comunicar*, 46,(24) . |Revista Científica de Educomunicación. Recuperado el 12 de mayo de 2015 de <http://dx.doi.org/10.3916/C46-2016-02/>
- [19] Instituto para la Innovación Periodística (2014, abril 10). [Apunte Web]. Recuperado el 27 de marzo de 2017 de <http://www.2ip.es/el-88-de-los-usuarios-espanoles-considera-a-whatsapp-como-una-red-soial/Whatsapp>
- [20] Whatsapp (n.d.). Recuperado de <https://www.whatsapp.com/?l=es>
- [21] Stevens, D., & Kitchenham, A. (2011). *An analysis of mobile learning in education, business and medicine*. In Kitchenham (Ed.), *Models for interdisciplinary mobile learning: Delivering information to students*, 1–25. IGI Publication
- [22] Vázquez-Cano, E. y Sevillano, M.L. (2014). *Análisis de la funcionalidad didáctica de las tabletas digitales en el espacio europeo de educación superior*. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 11(3), 67-81
- [23] Ngaleka, A. y Uys, W. (2013). *M-Learning with WhatsApp: a conversation analysis*. *8th International Conference on e-learning*. Rescatado el 1 de marzo de 2017 de [http://academic-conferences.org/pdfs/ICEL\\_2013-Booklet.pdf](http://academic-conferences.org/pdfs/ICEL_2013-Booklet.pdf)
- [24] Barhoumi, C. (2015). *The effectiveness of WhatsApp mobile learning activities guided by activity theory on students' knowledge management*. *Contemporary Educational Technology*, 6(3), 221-238. Recuperado el 19 de marzo de 2017 de <http://cedtech.net/articles/63/634.pdf>
- [25] Cruz Barragán Aidee y Barragán López Arisaí Darío (2017). *Percepción del uso educativo del teléfono inteligente en estudiantes de la Universidad de la Sierra Sur*, 21(61). Rescatado el 7 de abril de 2017 de <https://www.researchgate.net/publication/291392755>
- [26] Bian, M., y Leung, L. (2014). *Linking loneliness, shyness, Smartphone addiction symptoms, and patterns of Smartphone use to social capital*. *Social Science Computer Review*, 33 (1), 61-67
- [27] Pedrero, E.; Rodríguez, M.; y Ruiz, J. (2012). *Adicción o abuso del teléfono móvil. Revisión de la literatura...Adicciones*, 24(2), 139-15. Rescatado el 19 de marzo de 2017 de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?Id=2822912007>
- [28] Santamaría (2008). *Posibilidades pedagógicas. Redes sociales y comunidades educativas Social Networks and Educational Communities. Pedagogical Possibilities*. Rescatado el 27 de enero de 2017 de <https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=7&rev=76.htm>
- [29] De Haro, J. J. (2010). *Uso educativo de las redes sociales*. Rescatado el 19 de marzo de 2017 de <http://jjdeharo.blogspot.com>
- [30] Romero, J. (2011). *Las redes sociales en educación*. *Revista digital CIS-F*. Rescatado el 1 de marzo de 2016 de

[http://www.csi-f.es/archivos/andalucia/ensenanza/revistas/iee/Numero\\_44/JOSE\\_LUIS\\_ROMERO\\_LACAL\\_1.pdf](http://www.csi-f.es/archivos/andalucia/ensenanza/revistas/iee/Numero_44/JOSE_LUIS_ROMERO_LACAL_1.pdf)

- [31] Cabero, J. y Marín, V. (2014). *Posibilidades educativas de las redes sociales y el trabajo en grupo. Percepciones de los alumnos universitarios*. Revista Comunicar, nº 42, v. XXI, 165-172
- [32] García, A.J., Troyano, Y., Curral, L. A., y Chambel, M. J. (2010). *Aplicación de herramientas de comunicación de la plataforma WebCT en la tutorización de estudiantes universitarios dentro del Espacio Europeo de Educación Superior*. Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación, 37(2), 159-170
- [33] Espada, J.P. (2015). *Conductas adictivas en adolescentes*. Madrid: Síntesis.
- [34] Rush, S. (2011). *Problematic use of smartphones in the workplace: An introductory study*. Central Queensland University, Rockhampton
- [35] Segura García, R. y Martínez Rodrigo, E. (2010) *Música y sentimiento en los medios audiovisuales*. En Razón y Palabra, 73