
INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios de Nivel Superior según Acuerdo Secretarial
15018, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de noviembre de 1976

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOCULTURALES
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA Y LA CULTURA



ITESO
Universidad Jesuita
de Guadalajara

La multisignificación afectiva a través de los emojis en entornos virtuales.

Borrador de Tesis que para la Materia de Proyecto de Tesis IV

Presenta:

Lic. Vanessa Toledo Rojas

Asesor:

Dr. Iván Salvador Rodríguez Preciado.

Tlaquepaque, Jalisco. Abril 2018

Tabla de contenidos

I.	Resumen	2
II.	Introducción	3
III.	Marco referencial	6
	a. Del emoticón al <i>emoji</i> : La historia de los emojis	
	b. Nos hablamos por <i>Whats</i> : La Comunicación mediada digitalmente	10
	c. Adaptando el lenguaje: Lectura y escritura en internet	12
	d. ¿De qué me sirve?: La relación entre la sociedad y la tecnología	14
	e. Construyendo el mundo en el que vivo: la cultura y la comunicación	18
	i. De lo individual y lo social	20
	f. Estado de la cuestión	23
IV.	El problema, la pregunta y cómo se resuelve	
	i. Problema	30
	ii. Pregunta	33
	iii. Justificación	34
	iv. Metodología	36
	v. Universo y muestra	37
V.	¿Mé sirve el emoji para dejar saber mi sentir?: capítulo analítico	43
VI.	Bibliografía	50
VII.	Apéndice	54

Resumen

Para mí, la comunicación y la tecnología tienen una estrecha relación. El mismo hecho de comunicarnos por medio del lenguaje que es tecnología en sí mismo lo demuestra. Así como surgieron la filología, la hermenéutica o la lingüística moderna del siglo XX, en las últimas décadas, las vías de comunicación y las interfaces que la median han evolucionado gracias al intenso desarrollo de la tecnología. Las aplicaciones para la comunicación por medio de textos en intercambios digitales se han popularizado rápidamente y el uso de estas pone sobre la mesa diferentes discusiones sobre su uso y preguntas que antes no se hubieran imaginado. Dentro de estas discusiones se pueden encontrar las que abordan las formas de usarlas, la temporalidad o el espacio.

Dentro de la comunicación mediada ha surgido un fenómeno pensado para la expresión de las emociones, las cuales complementan y matizan el sentido de lo que se expresa. La propuesta de los desarrolladores de dichas aplicaciones ha sido el uso de pictogramas como parte del intercambio comunicativo en las plataformas digitales, es decir los emojis. Cabe mencionar que el uso de estos pictogramas se ha extendido también fuera del ámbito digital, diversificando la práctica comunicativa dentro y fuera de las plataformas digitales.

Para este trabajo, el contenido de los mensajes que se intercambian por medio de interfaces digitales fue el que conformó el corpus a analizar, el cual se realizó desde la perspectiva de semiótica de la cultura. Se revisaron las formas en que se construye el significado del afecto por medio de los emojis en las conversaciones dentro de la aplicación de *WhatsApp*.

Palabras clave: comunicación digitalmente mediada, emoji, significado, sentido, pictograma, semiótica de la cultura.

Introducción

A finales de la década de 1950 comenzaba a gestarse lo que se conoce hoy como la era digital. Este desarrollo tecnológico surge con el cambio de la tecnología análoga a la tecnología digital. Más adelante se sumarán a esta etapa los cambios provocados por la computación y la tecnología de la comunicación durante y después de la segunda mitad del siglo XX.

Así pues, junto con los desarrollos tecnológicos introducidos en la era digital las posibilidades para comunicarnos cambiaron de maneras que no podíamos anticipar, muchas de ellas parecían sacadas de películas de ciencia ficción, videollamadas, telefonía móvil mensajes de texto, audio y el envío de diferentes tipos de archivos, fotografías, documentos, audios, videos etc. Un ejemplo de esto es el teléfono móvil; así, el ritual de llegar a casa para recibir esa llamada tan esperada había terminado, ahora simplemente redirigías las llamadas de tu casa al teléfono móvil y estabas disponible *siempre* para quienes quisieran llamarte. Compartir noticias o incluso fotografías o videos caseros con la familia que se encontraba en el extranjero se volvía cada vez más sencillo gracias a la aparición del internet.

Más adelante, la popularidad del servicio de internet se volvió más accesible tecnológica y económicamente, la posibilidad de comunicarnos con personas desconocidas, que decían estar en otros lugares del mundo, se lograba por medio de los *chat rooms* o del correo electrónico. Fue en ese entonces cuando el uso de los emoticones se popularizó. Así, los emoticones fueron evolucionando hasta convertirse en pictogramas, a los cuales se les llama emojis.

Poco a poco la tecnología permitió que estos emojis fueran soportados no solo por las computadoras sino también por los teléfonos móviles. Así, empezaron a utilizarse de manera cotidiana por quienes usan este medio de comunicación. Muchos de estos pictogramas son usados hoy en día de diferentes formas, ya sea combinados con texto escrito o solos. Podríamos pensar en los emojis como una forma de lenguaje que se ha visto antes: el de la escritura ideográfica

El fenómeno de los pictogramas ha estado presente durante muchos siglos, a finales del siglo XVIII, se pueden encontrar evidencias de poemas mudos, los cuales se escribían en lenguaje gráfico (pictogramas) (figura 1). Así podemos ver que este fenómeno pictográfico no ha sido exclusivo de culturas orientales, sino que se ha presentado con anterioridad en culturas occidentales. Estos poemas guardan cierta similitud con los textos escritos con ayuda de emojis (figura 2).





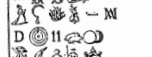



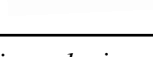
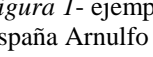

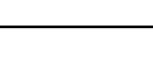






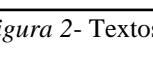

	Dedos-esferas-Osa-grada-Aurora		De dos esferas, ¡Oh sagrada Aurora!	
	La-beata-Trinidad-hoz-muestra-reina		La beata Trinidad os muestra reina,	
	Cuya-mano-de-luces-peregrinas		Cuya mano de luces peregrinas	
	Ave-terno-hoz-destina-la-diadema		Ab eterno os destina la diadema.	
	Ángeles-hombres-cielo-tierra-todo	5	Ángeles, hombres, cielo, tierra, todo,	5
	Queso-isla-mujer-fuerte-fiel-demuestra		Que sois la mujer fuerte fiel demuestra.	
	Cuya-planta-cazada-de-la-luna		Cuya planta, cazada de la luna,	
	Abate-a-la-serpiente-la-cabeza		Abate a la serpiente la cabeza.	
	Escuadras-números-as-de-almas-santas		Escuadras numerosas de almas santas	
	Fieles-soldados-bajo-la-bandera	10	(Fieles soldados bajo la bandera)	10
	Reina-hoz-llama-rabos-dulce-María		Reina os llaman a vos, dulce María,	
	De-cielos-once-cuyos-globos-huellas		De cielos once, cuyos globos huellas.	
	Puesto-ala-espalda-peregrino-trono		Puesto a la espalda, peregrino trono	
	Hoz-forma-la-hacha-de-la-cuarta-esfera		Os forma la hacha de la cuarta esfera,	
	Alas-plantas-la-luna-la-repisa	15	A las plantas la luna la repisa,	15
	Yé-firmamento-resplandor-de-estrellas		Y el firmamento resplandor de estrellas.	
	De-ángeles-puros-uniforme-coro		De ángeles puros uniforme coro,	
	Ala-red-honda-puestos-ala-orquesta		A la redonda puestos a la orquesta,	
	Halcón-paz-de-clarines-trompas-cajas		Al compás de clarines, trompas, cajas,	
	Ordenan-do-la-música-hoz-fes-teja	20	Ordenando la música, os festeja	20

Figura 1- ejemplo de poema mudo. Tomado de Los poemas mudos en la Nueva España Arnulfo Herrera en Esplendor y Ocaso de la cultura simbólica. 2002. Pg. 281

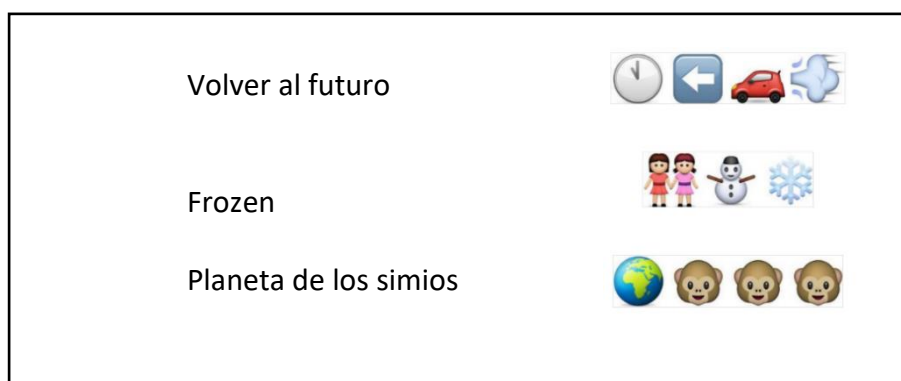


Figura 2- Textos escritos con ayuda de emojis. Elaboración propia

Considerando el lenguaje como una tecnología y los emojis como un lenguaje visual (Alshenqetti, 2016), la propuesta de analizar el papel de estos pictogramas en la creación de sentido parte de la suposición de que aun cuando se hubieran ideado o creado para significar un concepto o emoción específica, los emojis no tienen un significado fijo ni universal, son los usuarios quienes determinan si se usarán de la manera propuesta. Aun cuando existe una *emojipedia*¹, que da significados estandarizados a los pictogramas disponibles, muchas veces podemos interpretarlos de manera diferente. Es en virtud de esta interpretación libre del usuario se pueden dar diversos significados y sentidos a los emojis.

A diferencia de los lenguajes orientales, nuestro sistema de escritura (occidental) está basado en la oralidad (Ong, 1982), en la relación de sonidos y símbolos que forman palabras, las cuales nos remiten a objetos, ideas, sentimientos etc. que tienen significados definidos y otorgan un sentido cuasi preestablecido o por lo menos relativamente consensuados. Los lenguajes orientales, están basados en pictogramas o ideogramas, en este caso cada símbolo corresponde a una idea, y se asemejan físicamente al objeto con el cual se corresponden. Estas diferencias en la lógica de la escritura dan pie a que nos preguntemos si en la cultura occidental el emoji cumple la misma finalidad ideográfica que en la cultura oriental.

¹ La emojipedia fue creada hasta el año 2013, 22 años después de que apareciera el consorcio Unicode.

Del emoticón al *emoji*: La historia de los emojis

En 1982 un investigador de la universidad de Carnegie Mellon en Pittsburgh, Pensilvania propuso que se añadiesen una secuencia de signos de puntuación en un foro interno de la universidad, al cual se accedía por medio de una intrared para indicar si el mensaje se tenía o no que interpretar de forma literal. La propuesta surgió debido a la confusión causada por una broma, en la cual se hacía alusión a una posible contaminación en el ascensor del edificio de dicha institución. El mensaje en cuestión se difundió a través de dicho foro y al parecer no fue comprendida correctamente por algunos lectores.

Cuando nos comunicamos de forma oral, ya sea presencialmente, por teléfono o radio, generalmente contamos con diferentes indicadores que nos ayudan a interpretar y codificar lo comunicado: postura, entonación, gestos, volumen, cadencia, etc. Cuando la comunicación es escrita, nos ayudamos de los signos de puntuación y la redacción para tratar de transmitirlos, sin embargo, aun con estas herramientas es difícil cubrir el amplio espectro de emocionalidad e intencionalidad que puede llevar dicho mensaje y éstas se pueden ver comprometidas.

El contexto, el gesto y los demás indicadores que obviamos en la interacción cara a cara y que ayudan a organizar y estructurar la comunicación desaparecen en la comunicación escrita, por lo que pueden suscitarse malentendidos como el descrito arriba.

Aun cuando el episodio del elevador en la universidad de Carnegie Mellon se reconoce como la primera aparición de los emoticones, no fue sino hasta finales de los 90's que se crearon los emojis como los conocemos hoy. Estos fueron creados por Shigetaka Kurita, quien trabajaba para una compañía japonesa en el ramo tecnológico llamada Docomo. A Kurita se le había encomendado desarrollar el primer dispositivo telefónico móvil con conexión a internet. Kurita pensó que los emojis podían ser una alternativa a los emoticones occidentales, los cuales simulaban gestos a 90° creados a base de signos de puntuación. Así Kurita propuso imágenes prediseñadas (en lugar de los gestos simulados creados a base de signos de puntuación), que contaban con la ventaja de ser contadas como un único carácter por el sistema, a diferencia de los creados por los usuarios. Los emojis se establecen entonces como imágenes prediseñadas.

A partir de esto, los emoticones se extendieron rápidamente a otros países gracias al Consorcio Unicode, una organización sin fines de lucro creada en 1991. El día de hoy este consorcio (Unicode) es el encargado del diseño y estandarización de los emoticones. Éste proporciona un abanico muy amplio de emoticones que representan desde expresiones faciales hasta animales y objetos, el cual es actualizado periódicamente por el mismo consorcio. El conjunto de pictogramas está disponible para diferentes soportes como *Twitter*, *Whatsapp*, *Facebook Messenger* y casi todos los proveedores de correos electrónicos que ofrecen algún emoticón. Estos pictogramas se han popularizado tanto y con tal rapidez que en el año 2015 el diccionario Oxford eligió un emoticón¹² como “palabra del año”.

Según la página de Unicode, la palabra emoji proviene del japonés 絵 (e ≅ imagen) + 文字 (moji ≅ carácter escrito).

² El emoji seleccionado como palabra del año por el diccionario Oxford fue de la cara con lágrimas de alegría. 😄
<http://blog.oxforddictionaries.com/2015/11/word-of-the-year-2015-emoji/>

Son "personajes de imagen" originalmente asociados con el uso del teléfono celular en Japón. Son pictogramas-imágenes de cosas como caras, clima, vehículos, edificios, alimentos y bebidas, animales y plantas o iconos que representan emociones, sentimientos o actividades. En el uso de teléfonos celulares, muchos caracteres emoji se presentan en color (a veces como una imagen multicolor), y algunos se presentan en forma animada, generalmente como una secuencia repetitiva de dos a cuatro imágenes. (Unicode, 2017 ¶1)

Aun cuando muchas veces las palabras emoji y emoticones se usan para referirse a lo mismo, los emoticones y los emojis no son exactamente lo mismo. Los emoticones, según el glosario de UNICODE, son símbolos agregados al texto para expresar una reacción emocional, a menudo se expresan usando secuencias de puntuación y otros símbolos para asemejar expresiones faciales. A diferencia del giro de cabeza que demanda la lectura de estos en occidente, en el contexto oriental no es necesario girar la cabeza para poder leerlos.

Los emojis, a diferencia de los emoticones, se crearon expresamente como pictogramas, incluyen una presentación colorida cuando se muestra en los dispositivos digitales y que no se limitan únicamente a transmitir emociones o expresiones faciales, también se incluyen pictogramas de animales, comida, lugares y diferentes objetos que no están relacionados con las emociones o expresiones faciales. (Unicode, 2017)

Sin embargo, aun cuando los emoticones se han considerado como pictogramas que expresan emociones en la comunicación mediada por computadora, investigaciones posteriores basadas en pragmática, (Darics (2010), Derks et al. (2008), Dresner & Herring (2010), Golato & Taleghani-Nikazm (2006), Hancock (2004), Walther & D'Addario (2001), Maíz Arévalo (2014) entre otros), se han encontrado nuevas funciones para estos, como ceder el turno en la conversación, o como un contextualizador, es decir, sirven para establecer la intención de una frase o palabra.

En el Este de Asia, se han desarrollado una serie de secuencias más elaboradas a base de signos de puntuación, estos se conocen como *kaomojis*³ (figura3).

(^ω^)	(^▽^)	(-_-)	☆*:;.o.(≡∇≡)o.*.!!*☆
(σ^∇^o)	(∩∇∩)☆	<{~}~>	o.!!*☆:~(*∩~∩*)
\(.v.v.)/	(.o.oω.o.)	{~}	!!*☆:~(*ε.ε)
(o.ω.o)	(@^ - ^)	\(*.ω.o)/	(o_)/δ*☆
(^人^)	(o^∇^o)	(*∇^*)	o.~(*^ψ^).o
(ω`)	((o(*∇^*)o)))	(≡≡≡)	(o^v`o)
(.ω.)	(^∇^)	(∩ω∩)	Σd(`v`d)
{~}	(-_-)	(*~^*)	\(o^~o)/
(*~*)	(o_)	(*≡ω≡*)	(☆∇☆)
(∩_∩)	\(≡∇≡)/	∩(o^∇^o)/	☆~(*∇^人)
(*∇^*)	(φvφ)	(φωφ)	\(*∩∇∩^*)/

Figura 3- listado de *Kaomojis* tomado de <https://animeworld177.weebly.com/what-is-kaomoji.html>

Con el paso del tiempo, sistemas de mensajería así como las diferentes plataformas comunicativas comenzaron a muchos sistemas comenzaron a reemplazar esas secuencias con imágenes, así como a proporcionar formas diferentes de ingresar imágenes de emoticones de manera directa, sin necesidad de crearlas con los signos de puntuación o la combinación de estos con las letras del abecedario latino, así surgió un menú o una paleta para los soportes digitales, en especial los de telefonía móvil, estas imágenes son los emojis. Aun cuando este menú es determinado por el consorcio Unicode, cada desarrollador diseñan de forma independiente su pictograma, se puede ver un ejemplo en la figura 4.

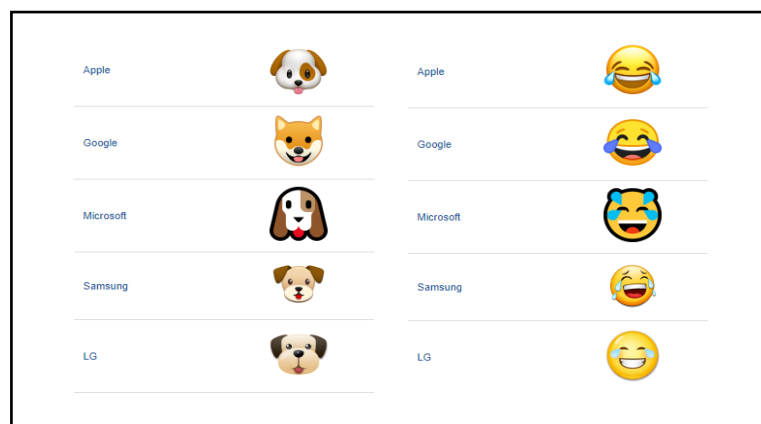


Figura 4- Ejemplos de un mismo emoji en diferentes teléfonos móviles tomado de Emojipedia.org

³ Para hacer los *kaomojis*, se usa el teclado japonés. Usualmente tienen más expresiones que los emojis utilizados en occidente.

Nos hablamos *por whats* – La Comunicación mediada digitalmente

Nuestra sociedad y su dinámica comunicativa se ha visto modificada por el desarrollo y difusión de las tecnologías digitales, el creciente uso de las herramientas tecnológicas como instrumento para la socialización y la comunicación interpersonal dan cuenta de esta revolución tecnológica. Esta última es denominada como sociedad de la información (López García, 2005).

Según Sampietro (2016) la disciplina que se encarga del análisis de dichos intercambios digitales se conoce como *Computer-Mediated Communication* o Comunicación Mediada por Computadora (CMC)⁴. Dentro del estudio de los diversos fenómenos que forman parte de la CMC se puede observar la circulación de diferentes materiales semióticos: texto escrito, imágenes, audio y video; todos ellos dentro de un mismo producto (Herring, 2012 pg. 8). Uno de estos elementos son los emojis que son usados de forma independiente o en combinación con el texto alfanumérico.

Usualmente el término CMC ha hecho referencia a las comunicaciones que tienen lugar vía formatos mediados por computadora, sin embargo, también se ha aplicado a otras formas de comunicación o interacción basadas en el intercambio de mensajes textuales. En el caso particular de este trabajo nos referiremos a aquellas que son mediadas por teléfono móvil

Así dentro de la comunicación por medio de telefonía móvil, existe la posibilidad de intercambiar mensajes de texto, los cuales pueden incluir diferentes contenidos semánticos. Dentro de estos se pueden encontrar videos o animaciones, audios y pictogramas además de los caracteres alfanuméricos.

⁴ Sampietro lo describe como Comunicación Mediada por Ordenador. En México al ordenador se le llama más comúnmente computadora, por lo que se hace el cambio de palabra para este trabajo.

Los mensajes de texto se pueden intercambiar por medio de diferentes aplicaciones, una de ellas es la aplicación de mensajería *WhatsApp*, la cual ofrece la posibilidad de intercambiar mensajes de forma sincrónica, así como la creación de hipertextos, caracterizados por la digitalidad, interactividad, conectividad, multimedialidad, estructura en red, multisequencialidad y extensibilidad (López Alonso, 2014, pp.178-183 en Gascueña, 2016).

En la aplicación de *WhatsApp* se puede ver la integración de los diferentes materiales semióticos, según Gascueña (2016) se descubre un nuevo modelo de comunicación conversacional en el teléfono móvil que denomina *conversación guasap*. Esta conversación está caracterizada por un discurso oralizado con alto contenido semiótico y polifónico.

Adaptando el lenguaje- lectura y escritura digital

Las nuevas plataformas para leer y escribir que nos ofrecen los avances tecnológicos (la comunicación electrónica), han logrado la transformación de la expresión verbal; pues según Ong la palabra se ha sometido al espacio, conduciéndonos hacia una oralidad secundaria que está relacionada con la cultura de la tecnología, sin embargo, aun cuando Ong no tuvo oportunidad de estudiar los intercambios en *chat rooms* o redes sociales se han hecho aproximaciones a este fenómeno.

Una de las aproximaciones que abordan la oralidad en internet, según Sampietro (2016) la propuesta de December habla de una tercera forma de oralidad, en la cual la comunicación mediada por computadora ofrece la posibilidad de participar en un intercambio sin necesariamente compartir físicamente el mismo espacio, además de que puede ser atemporal o diacrónica.

Estas cualidades de temporalidad y sincronía se pueden experimentar en las diferentes plataformas y aplicaciones de mensajería instantánea (intercambio de textos): *WhatsApp, Telegram, Messenger, Hangouts*, entre otros. A este tipo de bases y aplicaciones se les considera parte de las redes sociales⁵ y en los últimos años hemos visto un desarrollo intenso estas herramientas. Estos espacios digitales de socialización abren un espacio en el cual se ha generado una lengua propia y una escritura particular a este intercambio comunicativo.

⁵ Se les llama así a las redes que se tejen en la comunidad digital y en las cuales tiene lugar un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en un sistema abierto y en construcción permanente, por medio del cual se propicia la interacción de miles de personas, en tiempo real, dentro de un sistema global de relaciones. (definición propia)

En este tipo de intercambios, son muy comunes los mensajes de texto breves (micro relatos) que hacen uso de una escritura hablada. Numerosos investigadores se han referido a este fenómeno en el que la escritura de los textos se asemeja a la forma de expresión oral, y cada uno lo ha nombrado de diferente manera: December (1993) lo define como *text-based orality*, Elmer-Dewitt (1994) como *netwriting* o *written speech*, Young (1994) como *writing "conversations"*, Yus (2001 & 2011) como *texto escrito oralizado* o, *ciberhabla* y Cassany (2011) como *escritura ideofonemática*.

Es en estos intercambios que se aprecia claramente la circulación de los diferentes materiales semióticos a los que se refiere Herring (2012), a través de los cuales los usuarios de dichos sistemas de mensajería instantánea establecen comunicación por medio de la escritura (aun cuando las normas que los rigen sean las de la oralidad), imágenes, video y audio. Son este tipo de intercambios, que tienen lugar en un entorno virtual y digital, los que se conocen como Comunicación Digitalmente Mediada.

Sin embargo, aun cuando esta variedad de materiales: el texto escrito oralizado (Yus, 2001), las imágenes o los videos, están disponibles para la Comunicación Digitalmente Mediada, no se logran expresar con la misma precisión aspectos de la oralización y la comunicación cara a cara, como el estado de ánimo, la ironía o el sarcasmo. Para poder expresar este tipo de emociones los usuarios han empleado diferentes estrategias, una de ellas es el uso de emojis para enriquecer los intercambios en estas plataformas.

Los proveedores de tecnología no son ajenos a esta demanda por parte de los usuarios y son ellos mismos quienes se han ido adaptando a ésta, desarrollando productos que puedan satisfacer la necesidad de comunicar algunos de los aspectos de la oralización o de la comunicación cara a cara.

¿De qué me sirve? – La relación entre la sociedad y la tecnología

La sociedad, el uso y desarrollo tecnológico, se encuentran en constante dialogo, es una negociación que tiene lugar en el uso cotidiano de los artefactos tecnológicos por parte de la sociedad. La construcción social de la tecnología, modelo desarrollado por Bijker, Pinch y Huges (2012) para el estudio del desarrollo tecnológico, concede relevancia y capacidad de agencia tanto al entorno como a los actores sociales que intervienen en el desarrollo de los artefactos tecnológicos.

Este modelo propone que es la sociedad la que determina el uso o implementación de los artefactos tecnológicos. Dichos artefactos pueden ser presentados de una forma a la sociedad, pero es la sociedad, mediante la manipulación del artefacto, quien va *descubriendo* y decidiendo como puede servir mejor a sus necesidades.

Para el modelo de SCOT⁶ (por sus siglas en inglés) los artefactos tecnológicos, son objeto de una construcción social en la cual el proceso de desarrollo de dicho artefacto se describe como una alternancia de variación y selección.

Una vez que dicho artefacto es usado por la sociedad, se aplica un modelo multidireccional de causas para determinar el éxito o fracaso del desarrollo de dicho artefacto, de forma que hace posible conocer la razón de que algunas de las variantes sobrevivan y se mantengan mientras que otras no tienen éxito y se descartan. Como parte del proceso de desarrollo del artefacto, se deben considerar los problemas y soluciones presentados para y por cada artefacto en momentos particulares. Al decidir qué problemas son relevantes, los grupos sociales interesados en el artefacto y los significados que esos grupos le dan al artefacto juegan un papel crucial, pues según los autores:

⁶ Social Construction of Technology

“un problema se define como tal solo cuando hay un grupo social para el cual constituye un problema (Bijker, Pinch & Huges, 2012. Pg.23 traducción propia)”

En este sentido, el requisito clave sería que todos los miembros de un determinado grupo social compartieran un conjunto de significados, unidos a un artefacto específico.

Al aplicar este modelo al desarrollo de los artefactos tecnológicos, se resalta el carácter multidireccional del desarrollo tecnológico, así como la flexibilidad interpretativa de los artefactos tecnológicos y el papel que pueden desempeñar los diferentes mecanismos de cierre (que implican la solución del problema o desaparición de la controversia) en la estabilización de los artefactos, pues alrededor de cada problema, se pueden identificar diversas variantes de solución.

Este proceso de negociación entre el artefacto y la sociedad puede llevar bastante tiempo, es en nuestra relación cotidiana con los artefactos tecnológicos que se va descubriendo la exigencia de un ajuste mutuo; dicho ajuste puede lograrse solamente después de una intensa convivencia al final de la cual, es altamente probable que hayamos interiorizado dicha tecnología a nuestras rutinas, de tal manera que comienzan a parecer una extensión de nosotros y dejamos de percibirlos como tales.

Estos procesos de interiorización (de la tecnología) pueden llevar décadas o inclusive siglos; en este tiempo la transmisión cultural (o social) hace posible la creación, implementación y perfeccionamiento de esta y son generalmente grupos de individuos quienes introducen dichos cambios. Las modificaciones en las prácticas culturales (que eventualmente llevan a una mejora o implementación tecnológica) requieren de un entorno social y de la creatividad de sus participantes, es en este entorno en donde se define el uso de la tecnología (Bijker, Pinch y Huges, 2012) y se determinan las dinámicas de las prácticas culturales. En este sentido, el proceso de *mejora* se da de forma colaborativa, pues participan un grupo de personas.

Estos cambios o modificaciones a las prácticas o tecnologías se pueden ver sólo al cabo de largo tiempo, sin embargo, este proceso rara vez se comienza desde cero. En este proceso, se parte de la última mejora realizada y se introducen diferentes cambios que no necesariamente se establecerán como permanentes. Serán los cambios *permanentes* los que servirán como punto de partida para las siguientes *mejoras*. A este fenómeno Tomasello (2007) lo llama efecto trinquete, el cual nos permite ahorrar esfuerzos al aprovechar los conocimientos preexistentes. Cabe mencionar que en el proceso de implementaciones y ajustes en el uso de las tecnologías o el ejercicio de las prácticas culturales se desarrollan a la par diferentes tensiones y relaciones de poder, que se deben tener en cuenta pero que no se abordan aquí por falta de tiempo y por no ser ese el foco de este estudio.

Una de las tecnologías que se han interiorizado es el lenguaje (Ong, 1982) y las formas de comunicación visual que, gracias a la flexibilidad interpretativa, permite a diferentes grupos sociales definir usos y prácticas diferentes a partir de un mismo elemento, posibilitando la formulación de soluciones o problemas desde diferentes perspectivas. En estos grupos se interpretan las acciones de los otros desde un marco cultural establecido.

Así el marco referencial compartido por un grupo en relación al lenguaje permite que se otorguen significados a cosas y acciones. De esta forma la interacción humana se ve mediada⁷ por el uso de símbolos, así como la interpretación y comprensión de los significados de las acciones del otro.

⁷ Por mediatización se entenderá el proceso mediante el cual la sociedad se vuelve dependiente de los medios y su lógica. Dicho proceso se caracteriza por una dualidad en la cual los medios se han integrado en operaciones de otras instituciones sociales. Como consecuencia la interacción social toma lugar a través de los medios de comunicación. (Hjarvard, 2008)

En este proceso revolvente en el cual se otorgan significados a partir de símbolos se parte de la interacción para producir nuevos significados que a su vez producirán nuevas interacciones y así sucesivamente (Blumer, 1982). Estos significados son posibles gracias a la comunicación, primordial en la construcción del individuo y de la cultura, así como de la producción social de sentido.

Estos significados son, principalmente, producto de la comunicación, que a su vez se vuelve primordial en la construcción del individuo como productor social de sentido, pues al ir comunicando y designando significados, va creando sentido del mundo que lo rodea. Estos significados son seleccionados, organizados y transformados en función de las expectativas y propósitos de las personas, todo esto enmarcado por el contexto que rodea el individuo.

Construyendo el mundo en el que vivo: la cultura y la comunicación

Cada individuo se desarrolla en un contexto particular, puesto que se construye sobre la base de las interacciones entre él mismo y los demás. Aun cuando esta combinación de interacciones es diferente para cada uno, existe cierta universalidad, un marco contextual común que permite que se lleven a cabo relaciones simbólicas al mismo tiempo que las posibilitan. De esta manera podemos saber a lo que se refiere el otro cuando habla de ir a su casa, pues aun cuando su casa no sea la misma que la mía, tengo la referencia de lo que es una casa, con las variantes que conlleva.

Para G.H. Mead (1982), el origen del lenguaje y el pensamiento está en el acto social, es el acto social el que posibilita que nos conformemos como personas en tanto que podemos ponernos en lugar del otro. En este proceso, las personas conviven en un mundo social preexistente en el cuál aprenden a comunicarse por medio de una serie de símbolos significantes al mismo tiempo que aprenden las actitudes de los otros de su comunidad. Poco a poco, las personas pueden leer las actitudes o gestos de los otros, relacionándolos con su propia conducta y reconfigurando sus respuestas a los gestos del otro.

El *gesto* se descubre entonces como un acto social que sirve como estímulo para los otros implicados en el mismo acto. Estos gestos, no obstante, son el punto de partida para la organización del mismo acto dado que en primera instancia lo que pretenden decir, deberán decirlo para un receptor hipotético que en principio no es otro que el mismo emisor. Cuando este gesto logra representar la idea que tiene detrás y la provoca en el otro que participa del acto social, podemos decir que tenemos un gesto significativo.

En la medida que la significación y su comunicación funcionan, dan lugar a comunicaciones mucho más complejas, dado que cada vez menos deben guardar reminiscencias de algún tipo con lo representado. Cuando el *gesto significativo* llega a esa situación, se ha convertido en lo que llamamos un símbolo, que, por su naturaleza sistémica, implica un “lenguaje”. Es ahora un símbolo significativo y representa cierto significado.

Cuando todos los miembros de un grupo social comparten las mismas significaciones respecto a un símbolo se habla de un gesto internalizado (símbolos significantes). Estos símbolos desempeñan un papel importante en el proceso de la comunicación, así como de la comprensión del mundo y de lo social. En el proceso comunicativo de Mead, la comunicación proporciona al individuo la oportunidad de convertirse en un objeto para sí mismo.

Esto es relevante si se considera que para poder asignar los símbolos significantes o para interpretar dichos símbolos, uno parte de sí mismo como referencia, proceso en el cual la comunicación es, al mismo tiempo, una herramienta y un producto mediante el cual la misma construcción simbólica produce símbolos significantes. Al final los grupos y la sociedad se van construyendo sobre la base de estas interacciones simbólicas de los individuos mientras las hacen posibles, es un proceso circular.

De lo individual y lo social

En la semiótica se conocen dos tradiciones principales, desarrolladas en diferentes continentes. La primera es la propuesta de Saussure, la cual se desarrolló principalmente en Europa, y la segunda es la de Peirce en que se desarrolló en Estados Unidos. La primera tiene como objeto la extensión del modelo lingüístico de signos en general para el estudio de sistemas, la segunda tiene como objeto central la configuración de un modo particular de reflexión acerca de los signos y el mundo (Vidales, 2010).

En un esfuerzo por integrar estas dos propuestas, Umberto Eco escribió el *Tratado de semiótica general*, el cual impactó tanto a las ciencias sociales como al estudio de la comunicación. Las consecuencias de este trabajo fueron la emergencia de un marco epistemológico nuevo y el nacimiento de lo que se conoce como la semiótica.

La semiótica concebida por Eco, se ocupa de cualquier cosa que sea considerada como signo, en este sentido el signo sería cualquier cosa que pueda considerarse como sustituto significante de cualquier otra cosa, la cual, según Vidales (2010) no debe necesariamente existir o sustituir de hecho en el momento en que el signo la represente.

Así, la cultura es entendida por Eco como un fenómeno semiótico, en donde se pueden observar tres fenómenos: 1. la producción y el uso de objetos que transforman la relación hombre-naturaleza, 2. las relaciones de parentesco como núcleo primario de relaciones sociales interinstitucionalizadas y, 3. el intercambio de bienes económicos. (Vidales, 2010, pg.77).

En el caso de este estudio, el uso de los pictogramas como material semiótico dentro de la cultura se entendería entonces como objetos transformadores de la relación del hombre con la naturaleza.

Para que exista la sociedad se deben establecer relaciones de significación y procesos de comunicación. Según Vidales (2008) Eco propone que la semiótica es capaz de cubrir todo el ámbito cultural, si se considera la cultura como un fenómeno de significación y de comunicación. Así, el conjunto de la vida social puede verse como un proceso semiótico o como un sistema de sistemas semióticos.

Esto permite a Eco plantear tres hipótesis: 1. “la cultura por entero *debe* estudiarse como fenómeno semiótico; 2. todos los aspectos de la cultura *pueden* estudiarse como contenidos de una actividad semiótica y 3) la cultura es *sólo* comunicación y la cultura *no es otra cosa* que un sistema de significaciones estructuradas” (Eco, 2000:44).

Es la última de estas la que implica la semiótica como forma de estructuración y, elemento organizador y configurador de la cultura. La unidad mínima en la semiótica de la cultura, son para Eco las unidades culturales. Éstas no son solamente objetos sino también medios de significación, que están rodeadas de una teoría de la significación.

Según Vidales (2008) esto trae como consecuencia que la unidad cultural no solo se oponga a algo, sino que represente algo: un signo. Es precisamente esto lo que posibilita que el estudio de la semiótica se extienda a unidades culturales más diversas, pues cumple con la particularidad de ser un producto de relaciones culturales. Así pues, las unidades culturales son dependientes de la relación con las otras unidades, es decir, del contexto. Esto permite a Eco a plantear una condición de la cultura:

...la cultura surge sólo cuando: a) un ser racional establece la nueva función de un objeto, b) lo designa como el «objeto» x, que realiza la función y, c) al ver al día siguiente el mismo objeto lo reconoce como el objeto, cuyo nombre es x y que realiza la función y (Eco, 1976:108).

Así, para Eco las leyes de la comunicación se convierten entonces en las de la cultura dando paso al estudio de ésta desde la semiótica, disciplina que se ocupa de la totalidad de la vida social. Al final, la comunicación funciona como estructurador de la sociedad a través de la producción de significados compartidos y la construcción de sistemas sociales.

Estado de la cuestión

Según Darics (2013) se pueden distinguir tres olas dentro de estos estudios. En un inicio, el estudio sobre lenguaje en internet (década 1980-1990) tendía a la comparación entre la comunicación mediada por computadora y la comunicación oral o escrita (ver Ferrara, Brunner, & Whittemore, 1991; Simpson, 2002; Yates, 1993; y Ko, 1996).

Los estudios de esta ola contribuyeron a la descripción del lenguaje utilizado en la comunicación mediada por computadora resultó de gran importancia, puesto que algunos de los resultados siguen sirviendo como punto de partida para la investigación actual. En esta ola estudios como los de como Paolillo (1999), Ferrara et al. (1991), Reid (1991), Dresner & Herring, (2010), Riordan & Kreuz, (2010) veían posible el intercambio digital por medio de diferentes materiales semióticos, pues sostienen que algunos de los canales de comunicación computarizados (correo electrónico y *chat rooms*) que se basan en texto podían ser una oportunidad para experimentar con diferentes formas de comunicación.

Después de esta ola, surgieron tres áreas de interés principales para los académicos, la combinación híbrida sobre características escritas y habladas, los acrónimos y por último los emojis (Darics, 2012).

Más adelante la propuesta de que los emoticones podrían tener funciones pragmáticas (ideología de lo que comunica la imagen, incluyendo la manipulación de la imagen para la persuasión) encaminó los estudios en nuevas direcciones, éstas incluyeron el discurso mediado por computadora y los estudios sobre los factores sociales, dando paso a la segunda ola de estudios.

La segunda ola que se reconoce se enfoca en la interacción mediada por la tecnología digital. Esta nueva perspectiva estuvo influenciada por factores contextuales, los cuales debían ser considerados: el canal de comunicación, la sincronización, el objetivo de la interacción y los factores sociales (participantes y sus relaciones).

En el estudio de Derks, Bos, and Von Grumbkow (2007) se concluyó que el contexto social sí importa en la comunicación mediada por computadora. Así, en este estudio se pudo confirmar que la gente usa más emoticones en contextos socio-emocionales que en contextos orientados a tareas y que el uso de emoticones se da tanto en contextos negativos como positivos.

En la tercera ola de estudios se puede notar la necesidad de un enfoque relacionado con el usuario y fundamentado etnográficamente. Es en estos estudios en los que aparece el uso de los emoticones como objeto de estudio. Algunos estudios derivados de esta tercera ola han relacionado los emoticones con la cortesía verbal, los actos expresivos y la creación de afiliación entre los interlocutores.

En 2016 Sampietro realizó un estudio acerca del uso de los emojis en un corpus de mensajes de *WhatsApp* en español. Con la finalidad de comprender el uso de dichos pictogramas, intentó comprobar si estos se utilizan como signos de puntuación en la comunicación digitalmente mediada (como lo hacen algunos de los emoticones). Los datos cuantitativos indicaron que los emojis se utilizan de manera similar a la puntuación final, de manera análoga al uso que se les da a los emoticones.

Para Markman y Oshima (2007) los emojis cumplen diferentes funciones dentro de la comunicación digitalmente mediada, el estudio que llevaron a cabo se enfoca en las formas más que en el contenido de los mensajes en una variedad de diferentes contextos, todos ellos mediados por soportes digitales. Se realizó una comparación del uso de los emojis y los *kaomojis*⁸ (emoji japoneses) examinándolos desde la ubicación secuencial dentro del texto.

Al igual que Sampietro encontraron que tanto los emojis como los *kaomojis* son usados principalmente como dispositivos de puntuación dentro de las conversaciones basadas en texto, aclarando la estructura de los mensajes. Sin embargo, señalan que no es el único uso que se pudo observar, pues pueden funcionar como unidades autónomas de significado en la comunicación digitalmente mediada, se usan también como indicadores de turno o en algunos casos reforzando la acción del texto, ya sea aclarando la postura o el estado de ánimo del interlocutor.

Wolf (2000), analizó el uso de los emojis desde otra perspectiva, para saber si había diferencias en el uso que le dan los diferentes grupos de usuarios. El estudio se realizó en grupos exclusivamente de hombres o de mujeres y en algunos grupos mixtos. Se pudo observar que cuando los participantes (independientemente de si son hombres o mujeres) pasan de un grupo del mismo género a un grupo de género mixto, cambian sus pautas comunicativas en relación con los emojis. Así, los varones aumentan la frecuencia del uso de emojis, adoptando la tendencia femenina, al pasar de un grupo exclusivo de varones a uno mixto, no se pudo establecer la misma conducta para las mujeres al entrar al grupo mixto. Sin embargo, cuando las mujeres entran a grupos mixtos, aumenta el uso de emojis para expresar sarcasmo o bromas, tal como sucede en los grupos exclusivamente compuestos por varones.

⁸ Los japoneses han desarrollado estos emoticones utilizando más caracteres que los que usamos en los países occidentales, aunque no es necesario girar la cabeza 90° para poder leerlos. i.e. (^ . ^) - sonrisa femenina.

A diferencia de Wolf, Walther y D'Addario (2001) no encontraron diferencias en el uso de emojis en su estudio sobre emojis en el cuerpo de los mensajes de correos electrónicos. El estudio formuló numerosas hipótesis destinadas a explorar posibles efectos plausibles de los emojis, sobre la presunción de que actúan de forma similar a las funciones de comportamiento no verbal fuera de línea. Sin embargo, los emojis tuvieron poco impacto en las interpretaciones de los mensajes, además de que no se observaron diferencias significativas en el uso de los emojis entre hombres y mujeres. Los resultados indicaron que las contribuciones de los emojis fueron compensadas por el contenido verbal. En la discusión se aclara que partieron de literatura sobre la comunicación no verbal para crear las hipótesis con las que se trabajó. En la literatura revisada⁹ por los autores, estos aseguran que se reflejan varias relaciones plausibles entre emojis y mensajes verbales.

Para el estudio de Maíz Arévalo (2014), se relacionó la imagen y el acto de habla expresado en el texto escrito en mensajes de Facebook. Se trató acerca de la relación entre la cortesía de los interlocutores y los emojis. Entre los hallazgos se pudieron encontrar relaciones tanto simétricas como de reforzamiento en el uso de los emojis y el texto escrito. La única relación contradictoria que se observó fue en el caso de los guiños, que fueron generalmente usados para indicar alguna broma.

Gascueña (2016) realizó un estudio sobre la aplicación de *WhatsApp*, se propuso describir las estrategias comunicativas y discursivas que se emplean por este canal de comunicación. Se estudió la funcionalidad de los emojis abordándolos como unidades gramaticales. Se observó que la aplicación *Whatsapp* ha asimilado todas las funcionalidades de otros géneros conversacionales dando paso a nuevas formas y estilos de discurso que integran lo oral, lo escrito y lo visual.

⁹ Para mayor información sobre dicha literatura revisada referirse al estudio de Walther y D'Addario.

En este estudio se pudo observar que la población participante usa los emojis para expresar acuerdo, desacuerdo, risa, sorpresa, asombro, o se integran dentro del discurso como sustitución de alguna palabra para provocar risa, persuadir o convencer. Cabe mencionar que se observó un uso predominante de los emojis en temas informales.

Riordan (2017) llevo a cabo un estudio acerca del uso o propósito que cumplen los emojis de objeto. En este caso la hipótesis de trabajo fue que los emojis de objeto cumplieran con los mismos propósitos de los emojis de cara, esto es la intensificación del afecto y la contribución de la emoción al mantenimiento y mejora de las relaciones sociales. El estudio fue llevado a cabo con dos diferentes grupos, el primero conformado por estudiantes universitarios y el segundo con un grupo de participantes que no tenían relación con dicho campus universitario.

En general, los participantes del estudio reportaron un nivel emotivo positivo cuando los mensajes venían acompañados por algún emoji. Se encontró que en relación con las emociones, comúnmente la interpretación de los mensajes se ve alterada por la participación de los emojis en un sentido positivo, pues se relacionan los objetos que acompañan el mensaje con el sentimiento de alegría. Estos resultados sugieren a la autora del estudio que los emojis de objeto comunican emociones también.

Cheng (2017) analizó las preferencias de algunos emojis y emoticonos sobre otros por parte de los usuarios para adecuar la expresión emocional de sus mensajes. Se analizó el uso de símbolos y elementos gráficos en el intercambio de mensajes online por medios sociales, se observó el uso de emoticonos para intensificar o difuminar la rigidez textual y para manifestar empatía durante algunas interacciones en el proceso comunicativo. Dentro de los resultados se pudo observar que la procedencia cultural influye en la expresión de las emociones hasta cierto punto en el grado de expresividad al momento de elegir los materiales semióticos que integran sus mensajes.

Jaeger y Ares (2017), llevaron a cabo un estudio con población china que trabajó exclusivamente con 33 emojis de caras. Se aplicó una encuesta en línea que les pedía seleccionar palabras que se pudieran aplicar para describir los estados emocionales de los emojis de cara. Los resultados que se obtuvieron comprenden una amplia gama de emociones, de entre los cuales 15 de los emojis de cara pudieron establecer una fuerte correlación con emociones compartidas mientras que para otros 10 emojis se pudo establecer una relación de menor fuerza. Los ocho emojis restantes se asociaron con diferentes estados de ánimo y emociones, lo que se indica que se les asignan múltiples significados que no están relacionados entre ellos.

Entre estos estudios, los cuerpos estudiados han sido diversos, desde discursos en emails, conversaciones de *Facebook* o de *WhatsApp* hasta diferentes *chats* en línea. El fenómeno de los emojis se ha estudiado en diferentes culturas, diferentes disciplinas y grupos. La mayoría de los estudios se ha realizado desde la lingüística y algunos otros desde el estudio de las emociones o los sentimientos, este último, debido a se cree que fueron creados expreso para comunicar los estados de ánimo y los sentimientos (diccionario Oxford¹⁰).

Así como Riordan (2017), Cheng (2017, y Jaeger & Ares (2017) observaron, los emojis, en general, pueden expresar diferentes emociones, no necesariamente se relaciona la emoción o el sentimiento a un emoji de cara exclusivamente; pues como afirman Derks *et. al* (2008), las funciones de los emojis se determinan no sólo en base al contexto de la conversación, sino al contexto social de quienes los utilizan.

En este sentido los emojis pueden ser usados como compensación de lo que no podemos percibir en estos intercambios, permitiendo a los interlocutores ajustar las respuestas, pues ayudan a modelar el contexto de la conversación.

¹⁰ Emoji: Una pequeña imagen digital o icono que se utiliza para expresar una idea o una emoción. (*A small digital image or icon used to express an idea or emotion.*) traducción propia.

Según Herring (2003), en la CMC se puede observar una amplia evidencia de esto, pues los usuarios compensan textualmente por la falta de señales auditivas y gestuales que no se pueden observar. Este efecto compensador es nombrado por Yus (2011) como oralización y se refiere a las marcas que intentan reflejar algunos elementos clave de la comunicación cara a cara, como el lenguaje no verbal.

Sin embargo, los contextos en los cuales los emojis forman parte de la interacción mediada o los gestos que se usan para expresar cierta emoción o sentido de lo dicho son pictogramas prefabricados, impuestos por un Consorcio, que los usuarios empezaron a adaptar a sus conversaciones. Como lo describe Riordan (2017), no son exclusivamente los emojis de expresiones faciales los que pueden ayudar a expresar una emoción o un sentimiento.

Es la multisignificación de los emojis en el contexto conversacional y cultural lo que posibilita el uso de cualquier emoji como un aliciente para la expresión de emociones en las conversaciones digitalmente mediadas. Es en este contexto que parece relevante conocer el papel de estos pictogramas en la creación de sentido de emociones en este intercambio comunicacional.

El problema, la pregunta y cómo se resuelve

Los Emojis son un fenómeno de comunicación que hasta hace algunos años era poco popular. Fue recibiendo atención de manera paulatina debido al creciente uso en las redes sociales y los servicios de mensajería instantánea. Sin embargo, en su mayoría, la exploración de este fenómeno se ha realizado desde el punto de vista lingüístico más que desde la perspectiva de cultural. Existen trabajos que se acercan a la exploración de los emojis desde una visión diferente a la lingüística, como es el caso de Wolf (2000) o como el de Ljubešić & Fišer (2016).

Este último estudio (Ljubešić & Fišer), aborda el fenómeno de los emojis desde su distribución global, mostrando cuáles son los más utilizados en ciertos países y mostrando que el uso de estos tiende a dibujar una imagen bastante realista de las condiciones de vida en varias partes del mundo.

Otro fenómeno, relacionado con el uso de emojis, que llama la atención es la inclusión de variaciones en el tono de piel de pictogramas que se refieren a personas en el catálogo de UNICODE que se realizó en junio de 2015 (Figura 5).

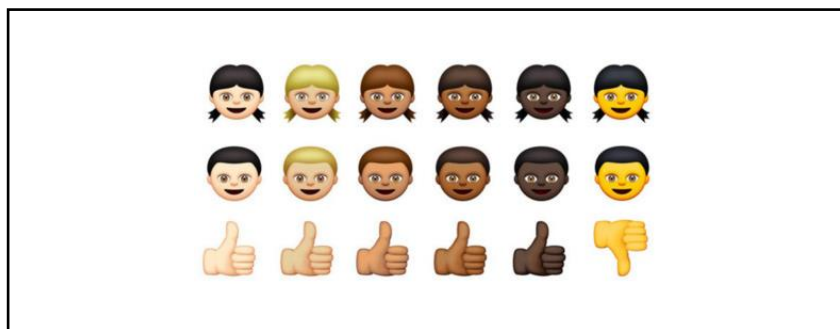


Figura 5 – Listado de la variación en el color de piel que ofrece el catálogo de UNICODE. Elaboración propia

El uso de estos pictogramas se ha popularizado a tal grado que incluso se pueden ver plasmados en productos de consumo cotidiano como tazas, cojines, zapatos, ropa de cama, películas y una larga lista de etcéteras.

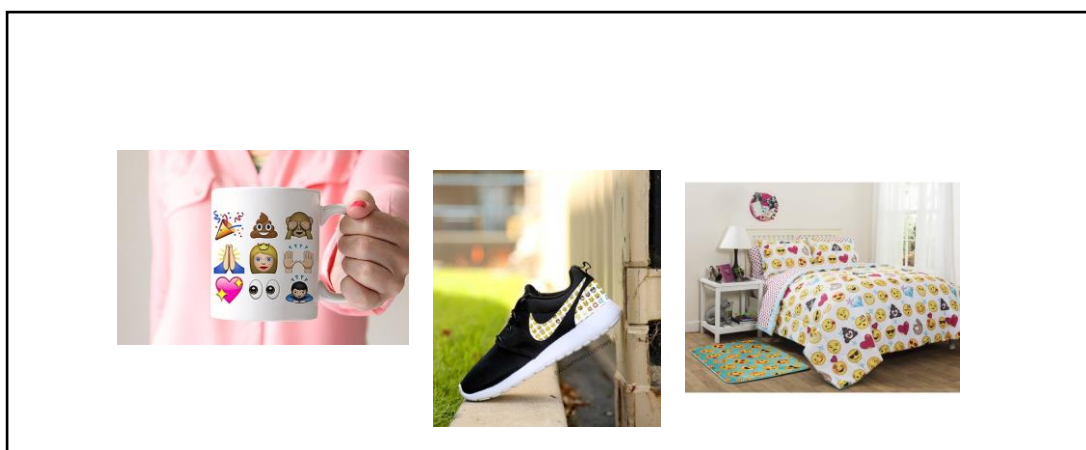


Figura 6 – Productos de consumo cotidiano con temática de emoji. Elaboración propia con imágenes de internet tomadas de:

1. <https://www.elo7.com.ar/taza-emoji/dp/23A89?selectedWebCode=33D62&PageSpeed=noscript>
2. <https://www.pinterest.com.mx/pin/150166968803278549/>
3. Juego de sábanas con impresión de emoji en catálogo electrónico de Walmart®

El uso de estos pictogramas no solo ha diversificado la práctica comunicativa, sino que se ha extendido a diferentes plataformas de consumo, las cuales hacen uso de los emojis en un sentido económico y comercial. Este fenómeno parece significativo por la misma dimensión que ha tomado, pero no es únicamente eso lo interesante, el pictograma fue creado para un medio específico de comunicación digital (comunicación escrita por medio de dispositivos móviles y computadoras principalmente) y su uso se ha extendido a diferentes medios de comunicación como televisión y prensa (figura 7 a la 9).



Figura 7- ejemplo de uso extendido de los emojis. Imagen del programa *Toque* de la cadena ESPN (2018)

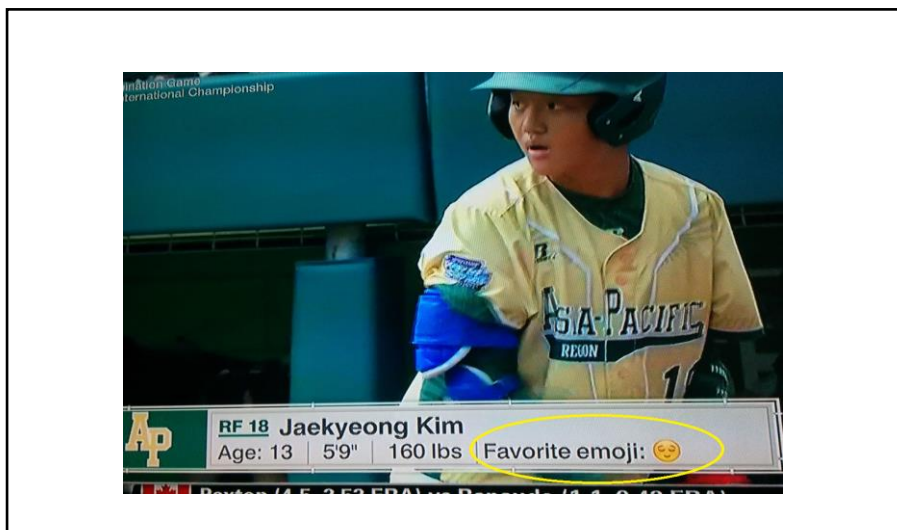


Figura 8- ejemplo de uso extendido de los emojis. Imagen de la transmisión de la *Serie Mundial de Ligas Pequeñas* (2017)



Figura 9- ejemplo de uso extendido de los emojis. Publicación de una esquela en *El periódico de Catalunya* (2016)

El uso de estos pictogramas se ha extendido y se ha establecido con el paso del tiempo, aun cuando se idearon para un uso específico, se usa de diferentes formas en estos intercambios comunicativos. Estos intercambios se llevan a cabo en un contexto virtual que Mead no podía imaginar cuando estableció la elaboración de las acciones por parte del individuo que siempre tiene lugar en un contexto social.

Este contexto está dado por un grupo social en el cual cada sujeto ajusta su acción a la de los demás, el individuo trata de evaluar la intención o dirección de los actos ajenos, y elabora y ajusta su propia acción a la de los demás basándose en la interpretación de los actos del otro, sin embargo ¿Qué ocurre cuando los actos del otro están ya prefigurados en una serie de pictogramas?, ¿Cómo un pictograma va significando algo en particular y no otra cosa?

Aun cuando este *hablar por escrito* manifiesta características propias de la oralidad, existen algunas otras de las cuales carece. Según Echeverría (1999), este espacio digital no solo ha generado una lengua propia sino también una tecno-escritura a través de los diferentes servicios de mensajería instantánea. Es aquí donde se puede observar con mayor claridad que la vía de comunicación es el texto aun cuando las normas de oralidad son las que prevalecen.

El uso intenso de estas plataformas digitales para la comunicación ha empujado a los desarrolladores a ofrecer a quienes las usan una experiencia más completa con los diferentes materiales semióticos, de forma que en los micro relatos se pueda experimentar de forma similar a como se haría en la interacción cara a cara, en donde además de lo dicho, está lo que se dice con el gesto, los modismos, la postura corporal, etc. En el habla, incluso, aparecen y se perpetúa la necesidad de “ilustrar” el relato con formas como: “haz de cuenta”, “es como que...”, “y yo le dije... y él me dijo...” “imagínate que...”.

Particularmente en lo que respecta a las emociones o sentimientos, fueron los usuarios quienes en un principio desarrollaron diferentes estrategias para tratar de transmitir de forma precisa estados de ánimo, ironía o sarcasmo, una de estas estrategias es el uso de emoticones y de emojis, los cuales enriquecen el intercambio.

Pregunta de investigación:

¿Cuál es el papel de los emojis en la producción de sentido emocional, o sentimental o afectivo dentro de la Comunicación Digitalmente Mediada?

Objetivo General

Los objetivos de este proyecto serían conocer cómo los emojis utilizados de forma cotidiana en los grupos conversacionales ayudan a crear sentido o significar el gesto o la emoción, el afecto o sentimiento en las conversaciones mediadas digitalmente.

Justificación –

La forma en la que gesticulamos, en la que nos movemos, la entonación de lo que decimos y el ambiente en el que lo decimos de forma cotidiana tan importante como las palabras que se dicen. Es en medio de este contexto y por medio de todas estas actitudes, que podemos codificar la emoción que contiene el mensaje. Es decir, si un niño que se pegó te dice que no le dolió, pero su cara sugiere lo contrario, puedes inferir que siente dolor aun cuando diga que no. Así, la interpretación de estas señales no verbales se vuelve relevante en el proceso de ajuste de la respuesta entre interlocutores.

Es en los entornos virtuales, mediados por una interfaz digital, se puede dificultar la comunicación de dichas señales, lo que hace que la comunicación de carga emocional o afectiva sea compleja. Sin embargo, estas señales no verbales, no están del todo ausentes en los entornos virtuales, pues los usuarios han adaptado su intercambio comunicativo mediante la creación de señales no verbales que son verbales. Una de estas adaptaciones incluye los emoticones, que, como ya se estableció anteriormente, dieron pie a la creación de los emojis.

En los últimos cuatro años el uso de los emojis se ha extendido ampliamente entre los usuarios de aplicaciones de comunicación digital en texto. Este fenómeno también ha cobrado fuerza en diferentes formatos comunicativos y de consumo, ya sea en televisión, prensa, o con la creación de diversos productos de consumo con el diseño de emojis.

Parece relevante en el contexto de la comunicación mediada, en la cual se utilizan los emojis de forma cotidiana, conocer cuál es el papel de los emojis en esta producción de sentido emocional. Cómo y cuándo hacen uso de estos los individuos para comunicar las diferentes emociones que desean imprimir a sus mensajes. La comprensión de lo que no se dice textualmente en la comunicación parte del proceso de la comunicación humana. La comunicación es un componente fundamental para la convivencia y el desarrollo humano.

Según Carey (1989) y Couch (1990) la comunicación va más allá de la mera construcción de significados, ellos incluyen la unión del conjunto de prácticas, formas y relaciones sociales y tecnología. Esta representación construye definiciones de la realidad en las que las prácticas sociales, las relaciones y las tecnologías de la comunicación interactúan simbólicamente. Así pues, para Carey (1989) la comunicación en la sociedad es la base del compañerismo humano, ayuda a producir lazos sociales entre nosotros y hace que las asociaciones entre nosotros sean posibles en la cotidianidad.

Metodología

La metodología a seguir en este proyecto es cualitativa, se utilizaron dos diferentes técnicas de recolección de datos para poder codificar y analizar posteriormente la información recolectada y convertirla en datos, una de ellas fue la encuesta y la otra la recolección de documentos digitales que consisten en conversaciones de grupos formados en la aplicación de *WhatsApp*. En el caso de los grupos, las conversaciones fueron formadas por intercambios espontáneos de diversos temas, los cuales no fueron inducidos ni preparados para el estudio.

El procedimiento

El trabajo de campo consistió en el análisis de documentos, los cuales están conformados por conversaciones grupales capturadas en un lapso de 15-20 días, en donde se utilizaron los emojis a en la conversación cotidiana y las capturas de pantalla de los emojis más utilizados por algunos de los participantes. El tiempo que se les dio seguimiento a las conversaciones corresponde al tiempo establecido desde el principio de la investigación, para recolectar y observar las conversaciones.

Se realizaron encuestas breves acerca del uso de los emojis, así como encuestas sobre la significación en las capturas de pantalla de los emojis más usados y ciertas conversaciones elegidas de manera intencional. Estas conversaciones contenían texto alfanumérico y emojis combinados. Estos últimos representaron una oportunidad para obtener interpretaciones de los participantes en la construcción de significado y sentido de los emojis.

Universo y muestra

El universo

La aplicación *WhatsApp* es una aplicación de mensajería instantánea y llamadas telefónicas que se creó para teléfonos móviles inteligentes (*Smartphones*) que después migró a la computadora, aunque su uso en el teléfono móvil es aún predominante. En esta aplicación los recursos multimedia permiten crear un clima de interacción particular debido a la sincronía y la combinación de elementos semióticos (Gascueña, 2016) construyendo así un espacio multimodal de comunicación que contextualiza la interpretación del discurso conversacional.

El software fue creado en el año 2009 por Jan Koum y Brian Acton, quienes trabajaban en *Yahoo*. Al ser una aplicación intuitiva y fácil de manejar ha logrado un punto de popularidad alto entre la población mundial de todas las edades. Según el periódico *El Universal*, en 2016 la compañía superó los mil millones de usuarios diarios a nivel global. La cantidad de mensajes diarios enviados es cerca de 55 mil millones.

La elección de esta aplicación para este estudio fue en base a la extensión de su uso y al uso de los emojis dentro de los mensajes, pues aun cuando existen diferentes aplicaciones de mensajería instantánea como *Line*, *Hangouts*, *Skype* o *Telegram*, el uso de éstas no está tan extendido. El uso del *WhatsApp* como herramienta comunicativa está bastante extendido en nuestro país. Son cada vez más las tarjetas de presentación que podemos encontrar en los diferentes negocios que ofrecen un número de *WhatsApp* para contactarlos, así como anuncios en la sección amarilla, en internet o en televisión.

En la figura 10 se puede ver la prevalencia de esta aplicación para comunicación como medio de contacto para diferentes negocios, transmisiones radiofónicas o incluso como contacto para propuestas ciudadanas por parte de uno de los candidatos al servicio público. Se consideró entonces al universo como los usuarios de la aplicación *WhatsApp* mientras utilizaban este servicio en dispositivos móviles.



Figura 10- uso de *WhatsApp* como contacto de diferentes servicios.
 Elaboración propia con imágenes de internet obtenidas en: <https://es-la.facebook.com/commerce/products/1639895549380058/>
<http://www.eluniversal.com.mx/elecciones-2018/siete-horas-el-bronco-no-responde-whatsapp>
<https://www.youtube.com/watch?v=2nDihNtjxLs>

La muestra

Los grupos conversacionales-

Los grupos seleccionados para participar fueron los siguientes: un grupo de madres cuyos hijos o hijas asistan a colegio privado (grupo E), un grupo de ex compañeros de la preparatoria (grupo P) y un grupo familiar (grupo F). Estos grupos se han elegido con la intención de tener una variedad de conversaciones, en las cuales se puedan notar (o hacer notar) las diferentes intenciones, sentidos y significados que se les da a los emojis. Por el origen de cada grupo y la finalidad para la que supongo que se ha creado cada chat específico, se esperaba contar con una variedad diversa de construcciones sociales en torno a los emojis utilizados, así como el uso de diferentes emojis en cada grupo.

Al tener como antecedente grupos ya formados no se pudo tener control sobre la edad, nivel socioeconómico o escolar de los participantes.

Los participantes fueron reclutados en el Área metropolitana de Guadalajara, en base a voluntariado. La aproximación con los tres grupos fue mediante un participante de cada uno de estos, quienes se convirtieron en mis informantes. Es decir, se contactó a un participante del grupo Madres Escolares (E), a un participante del grupo Excompañeros (P) preparatoria y a un participante del grupo Familiar (F). Después del pilotaje, se tomaron precauciones con la finalidad de tener diferentes opciones de sustitución en caso de que algún grupo o alguno de sus miembros decidiera dejar de participar. Esto solamente fue necesario para el grupo E.

Para llevar a cabo la recolección de los documentos conversacionales, se pidió permiso para ser añadida como participante de los grupos, únicamente dos grupos accedieron a que fuera añadida, el grupo F y el grupo E. No tuve participación alguna en ninguno de los dos grupos, participé únicamente como observadora. Para el grupo P el informante contactado me mandaba capturas de pantalla de las conversaciones, en este grupo los participantes conocían acerca de la observación, pero no accedieron a hacerme participe del grupo.

En el diseño del grupo E se esperaba contar solamente con la participación de sujetos femeninos, pero al darnos acceso al grupo, se descubrió que los participantes eran tanto femeninos como masculinos, así el grupo E está conformado por 12 mujeres y 7 hombres, el grupo P está conformado 6 mujeres y 10 hombres y el grupo F está conformado por 13 mujeres y 11 hombres. De estos el único grupo con edades homogéneas es el grupo P.

La procedencia cultural de la muestra de los grupos conversacionales de *WhatsApp*, es mexicana, sin embargo, algunos de los participantes residen en diferentes países (algunos de ellos en Japón, Canadá y Estados Unidos). También es importante mencionar que no todos los participantes residen en el Área Metropolitana de Guadalajara o en el estado de Jalisco, algunos residen en la Ciudad de México, Querétaro, Zacatecas o Toluca. Esta serie de criterios se tomará en cuenta para la configuración del sentido y el significado.

Tabla 1

Descripción del diseño de los grupos conversacionales vs. el comportamiento de los grupos conversacionales

Grupo	Descripción desde el diseño de la investigación	Descripción desde cómo se comportó el grupo
Madres y padres de familia (grupo E)	Grupo de madres de familia que comparten un grupo de <i>WhatsApp</i> para tratar asuntos del grupo escolar de sus hijos e hijas en un instituto privado.	<ul style="list-style-type: none"> • Grupo de madres y padres de familia que comparten un grupo de <i>WhatsApp</i> por medio del cual tratan asuntos del grupo escolar de sus hijos e hijas en un instituto privado. • Todos radican en el área Metropolitana de Guadalajara • Grupo de edad mixto de entre 27-42 años
Ex compañeros de la preparatoria (Grupo P)	Grupo mixto de adultos que fueron compañeros en la preparatoria (egresados por lo menos hace más de 5 años) y que crearon un grupo de <i>WhatsApp</i> para estar en contacto.	<ul style="list-style-type: none"> • Grupo mixto de adultos que fueron compañeros en la preparatoria (egresados hace 18 años) y que crearon un grupo de <i>WhatsApp</i> para estar en contacto. • Algunos de ellos radican fuera del país • Grupo de edad homogéneo.
Familia (Grupo F)	Grupo mixto de familia (puede ser extensa ¹¹ o nuclear ¹²) que crearon un grupo de <i>WhatsApp</i> para estar en contacto.	<ul style="list-style-type: none"> • Grupo mixto de familia extensa que se conforma por al menos tres generaciones (abuela, hijos y nietos) que crearon un grupo de <i>WhatsApp</i> para estar en contacto. • Algunos de los participantes radican en el Área Metropolitana de Guadalajara, otros fuera del país y otros en diferentes estados de la República Mexicana. • Grupo de edad mixto entre 17-71 años

¹¹ Se entenderá familia extensa como la estructura familiar que puede incluir varias generaciones de familiares relacionados ya sea por medio de sangre o por matrimonio.

¹² Se entenderá por familia nuclear como la estructura familiar de padre/madre e hijos.

Para el diseño de los tres grupos elegidos se contempló el propósito del grupo y la diversidad en la conversación. Para eso se escogieron dos grupos de formación espontánea, en los cuales suponemos que los participantes se relacionan mediante un componente altamente afectivo, como es el caso de P y F.

El grupo P se formó desde el año 2013 para la logística de la boda de una de las participantes, desde entonces el propósito del chat ha cambiado y ahora se usa como comunicación entre excompañeros. Al principio el número de participantes era de aproximadamente 30 personas, pero desde que el evento terminó, ha fluctuado el número de participantes entre 16 y 20 pues algunas veces salen algunos de los participantes, pero entran otros.

El grupo F se conformó también en el año 2013. Este fue creado por una de las participantes más jóvenes (13 años en ese entonces) con el único propósito de mantener contacto con sus tíos y sus primos, pues viven en diferentes estados de la república mexicana. Los participantes de este grupo fueron elegidos por esta participante, hasta que una de sus tías pidió ser administradora adjunta del grupo. El número de participantes no ha disminuido, más bien ha crecido con el tiempo.

Se eligió también un grupo que se hubiese integrado de manera *forzada* es decir que fueran participantes que voluntariamente, eligen participar de un grupo en el cual, inicialmente, no se relacionan mediante componentes afectivos, sino que la relación es institucional, tal es el caso del grupo E. Este grupo se formó en agosto de 2017, eran padres de familia nuevos en la institución y en el grupo, pues cada año mezclan a los alumnos aparte de que entraban a un nuevo nivel educativo: primaria. Este grupo fue formado por la maestra del grado, ella es la única administradora. Poco a poco fue agregando a algunos de los padres de familia, comenzando por las madres y después por los padres que pedían ser añadidos también.

La encuesta¹³-

Se aplicó una encuesta en línea, la cual fue enviada a los participantes de los grupos conversacionales. Esta consta de diez preguntas, de las cuales seis preguntas son de opción múltiple y cuatro eran preguntas abiertas. La encuesta fue aplicada a una población de 85 participantes de entre 17-60 años, usuarios de la aplicación para mensajería *WhatsApp*, de los cuales 64 eran mujeres y 21 hombres.

Los participantes fueron voluntarios que se lograron contactar con un método de bola de nieve. En un principio se contactó a los participantes de los grupos que componen la muestra de grupos conversacionales para invitarles a contestar la encuesta y compartirla con sus contactos, sin embargo, al ser encuesta anónima, no se puede saber si los participantes de los grupos contestaron la encuesta y en caso de haberlo hecho, no se puede saber quiénes la contestaron o quienes no.

La encuesta fue distribuida por medio electrónico desde la misma aplicación de *WhatsApp*. La plataforma utilizada para crear la encuesta fue SurveyMonkey.

¹³ La encuesta puede verse en el apéndice 1

¿Mé sirve el emoji para dejar saber mi sentir?: capítulo analítico

La encuesta aplicada mostró algunos datos que confirman lo que se había encontrado en diferentes estudios previos, como en el caso del estudio de Wolf (2000) en el cual se identificó que las mujeres hacen uso de los emojis con mayor frecuencia que los hombres. Para este trabajo se pudo observar que el 76% de la población femenina de la muestra usa emojis. Sin embargo, el porcentaje de hombres que usan emojis en las conversaciones es el 45%, lo que indica que un porcentaje relativamente alto que los usan también de forma frecuente.

En cuanto al uso predominante de los emojis, Sampietro (2016) y Markman & Oshima (2007) encontraron que se utilizan predominantemente como signos de puntuación, sin embargo, en el caso de la encuesta realizada para este trabajo, ninguno de los usuarios dijo usarlos de esta forma y tampoco se reflejó en los documentos usados para este análisis. Lo que más se acercó a este uso, fue un participante que declaro usarlos como despedida, lo cual interpreto como una forma de dar por finalizada la conversación y por lo tanto como una especie de signo de puntuación final.

En cambio, el uso predominante de emojis para esta encuesta realizada resultó ser la expresión de una emoción o sentimiento, pues el 45% de los usuarios declaró el uso de los emojis como elemento para aclarar posturas y estados de ánimo, como marcadores emocionales o relacionados con el sentimiento que desea transmitir.

Es probable que este cambio se deba a el creciente uso de los emojis y su implementación en los diferentes grupos culturales ya que cada grupo da un uso diferente a dichos pictogramas (Bijker, Trevor & Pinch, 2012). Quizás en un principio se utilizaron como despedida, punto final o para ceder turnos de manera similar al abrazo o beso de despedida que se suele usar como signo de despedida después de una reunión cara a cara.

Las plataformas de mensajería instantánea se han colocado como medio de comunicación primario por su facilidad y disponibilidad. De ahí que surja la necesidad de mostrar afecto por este medio, simulando todo aquello que se llega a obviar en una interacción comunicativa cara a cara. Es entonces que el uso de los emojis pudo cobrar mayor fuerza, diversificando así su uso dentro de los chats siendo uno de ellos el demostrar diferentes emociones o estados de ánimo, así como una gama de sentimientos. Muchos de quienes usan los emojis para expresar emoción o sentimientos admiten usarlo como reforzadores en su texto emotivo, ya sea para hacer énfasis en la emoción a transmitir o como complemento del texto. Otros usuarios refieren su uso como ahorrador de tiempo, es decir se sustituye un te quiero (en texto) por un pictograma de corazón.

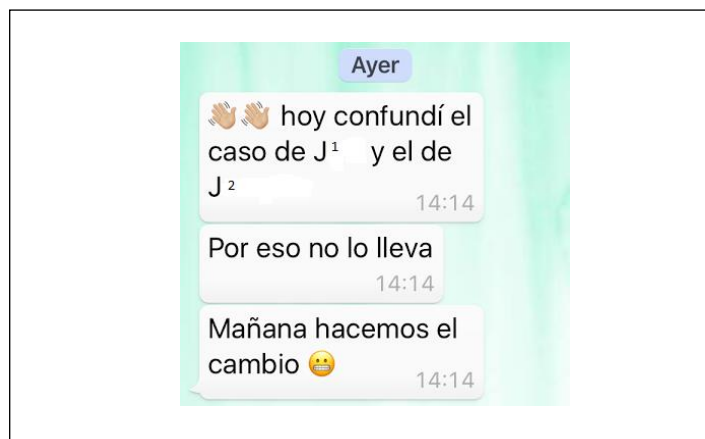


Figura 11– sustitución de palabra por emoji

Las dos primeras refuerzan la idea de que al usuario de estas aplicaciones le puede parecer importante que el mensaje sea acompañado por algún símil de la comunicación no verbal, mientras que la última opción más bien hace referencia a la inmediatez y rapidez que se nos ha exigido de forma cotidiana en los últimos años. Junto con esto se hace presente el fenómeno de la visualización y de lo visual en la cotidianidad.

Otro de los usos que describen los estudios de Sampietro (2016) y de Markman & Oshima (2007) es el de los emojis como estructurantes de los mensajes cuando se les combina con texto. En este sentido el 10% de los encuestados para este trabajo describe el uso de emojis como complemento en el cuerpo de un texto en su intercambio cotidiano, como se puede ver a continuación.

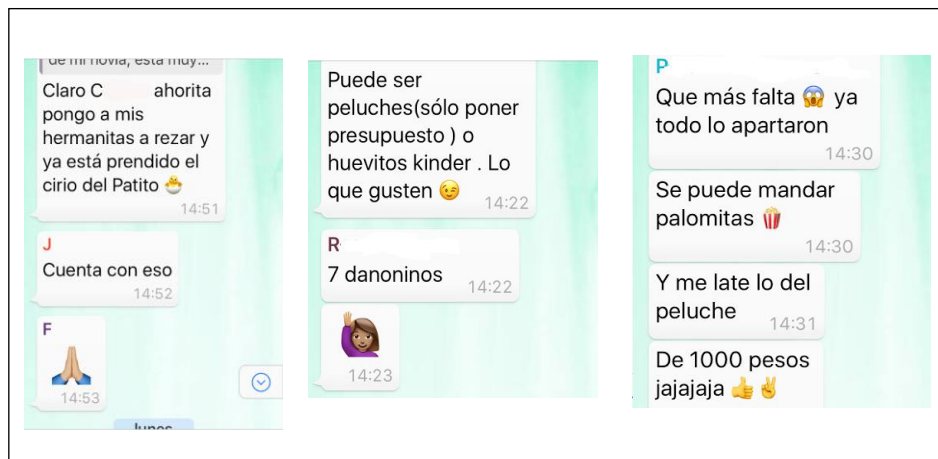


Figura 12 – Emoji como complemento del texto.

Dentro de estos declaran usarlos para dar énfasis a su texto o por simple diversión. Este es uno de los usos que en donde puede ser más evidente la tradición visual en la historia de la comunicación humana. Ong (1982) hace referencia a la predominancia de los de pictogramas aun cuando la lecto-escritura ya había aparecido. Así me parece que se puede ver claramente la naturaleza visual del ser humano cuando se habla de los pictogramas que acompañaban los nombres de las tabernas, tiendas o productos hasta el logotipo de las tiendas que se pueden ver hoy. El acompañar texto con imágenes o poner una sola imagen que comunique es un ejercicio que pareciera más sencillo que el proceso de lectura para interpretar lo que se quiere decir. No se debe dejar de lado la eficiencia que tienen en la comunicación visual, nuevamente podemos referirnos a la inmediatez y la rapidez, exigencias de esta época.

El uso de emojis relacionado con alicientes en su comunicación, de manera que compensen lo que en una comunicación cara a cara fue reportado por el 11% de la muestra. Esto abona a la evidencia encontrada por Herring (2003) de que los usuarios compensan la falta de señales auditivas y gestuales que no se pueden observar en la comunicación mediada. Estos elementos clave de la comunicación cara a cara que se esbozan en la Comunicación mediada digitalmente son nombradas por Cassany como escritura ideo-fonemática.

- No es más fácil, pero añade un poco de la comunicación no verbal que no ves o escuchas en un texto.

-Siento como que el puro texto no permite q la persona sepa en qué tono va el mensaje y se presta para mal interpretaciones sin y como q loa emojis le pone el tono de emotividad al texto.

- Es más fácil identificar una emoción con una cara que con texto

Se puede ver entonces que aun cuando los usuarios han incorporado rasgos de la expresión oral a lo que se puede considerar como expresión escrita (Sampietro, 2016), exigen de la tecnología algo similar a los rasgos o elementos que se obvian en el intercambio cotidiano cara a cara, de esta forma los emojis intentan cubrir la necesidad de contextualizar o complementar la información que se proporciona para poder interpretar lo que se lee en el texto. El uso de los emojis es entonces una estrategia para enriquecer el intercambio al tratar de transmitir de forma precisa estados de ánimo, ironía o sarcasmo.

Esto último parece abonar a la idea previamente expuesta de que los usuarios utilizan los emojis con la finalidad de recrear similitudes de la comunicación cara a cara y de la predominancia visual de los consumidores de estos.

Se pudo confirmar la información obtenida en el estudio realizado por Derks, Bos, and Von Grumbkow (2007) acerca de la influencia del contexto en el uso de los emojis. Es en las conversaciones que se desarrollan en contextos socioemocionales que se usan de forma más frecuente, a diferencia de las conversaciones desarrolladas en contextos orientados a tareas.

Algunos de los usuarios declararon usarlo únicamente en sus comunicaciones casuales, mientras que pocos dijeron usarlos todo el tiempo, con todos sus contactos y en todos los chats.

- *En la mayoría, a menos que se trate de una persona con la que se tenga una relación formal; como un profesor, por ejemplo.*
- *Los uso en conversaciones informales*
- *Sólo con gente cercana*
- *En todo tipo de conversaciones*
- *Los uso en todas las conversaciones*

Se pudo observar que en los grupos conversacionales se usaron los emojis más frecuentemente en las conversaciones ligeras e informales que en casos más serios o temas sensibles como se puede ver en las figuras 13-15.

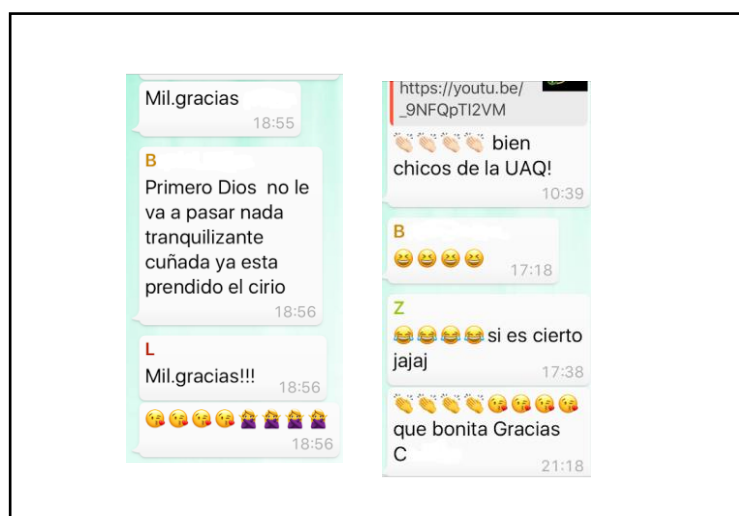


Figura 13- diferencia en el uso de emojis entre una conversación seria y una informal

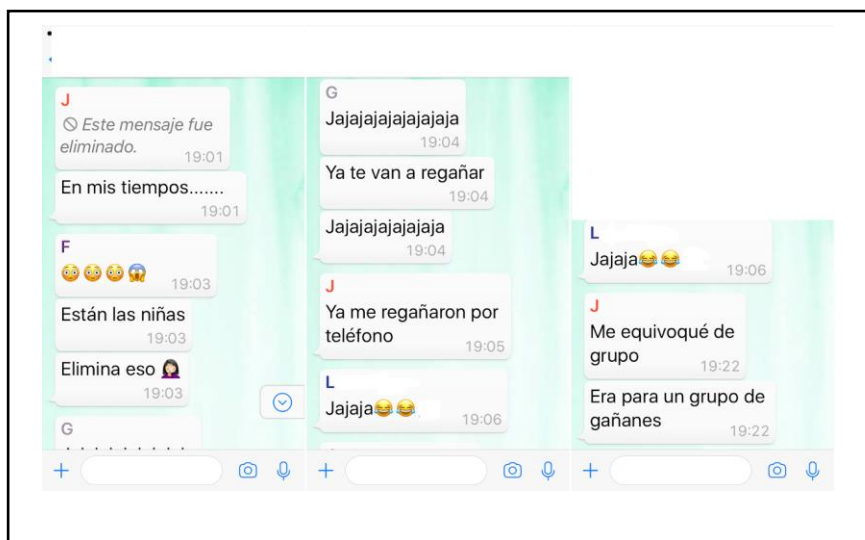


Figura 14- Uso de emojis en conversaciones informales



Figura 15- Uso de emojis en conversaciones serias

Se puede pensar que se hace una extensión de las reglas de convivencia y formas de relación (formales e informales) al chat. Esto refuerza una vez más la idea de que el ser humano obtiene información que se obvia en el intercambio cara a cara y que busca recrear esta misma dimensión de interpretación en los intercambios digitales.

Así, los emojis cumplen con el papel de *contextualizador* no únicamente para designar emociones “evidentes” o las más obvias, como amor, enojo o tristeza, sino también para hacer énfasis en los diferentes momentos de la conversación. No queda muy claro aún si esto es gracias a la facilidad y dinamismo que aportan las imágenes a nuestros relatos recurso del cual echamos mano en los relatos orales también.

Aun cuando los emojis pueden funcionar como *contextualizadores* en las CMC, obviamente no suplen el contexto en el cual se dan las dinámicas de ajuste de las que habla Mead (1982). Sin embargo, vale la pena preguntarse si los usuarios se han ajustado a estas de forma que no necesitan este contexto.

La reciente oferta de las nuevas herramientas que ofrecen los desarrolladores de los teléfonos móviles Samsung s9 y Iphone X para “crear tu propio emoji” (los cuales se llaman ar emoji o animoji respectivamente) hacen pensar que no basta con los emojis como *contextualizadores* en la CMC.

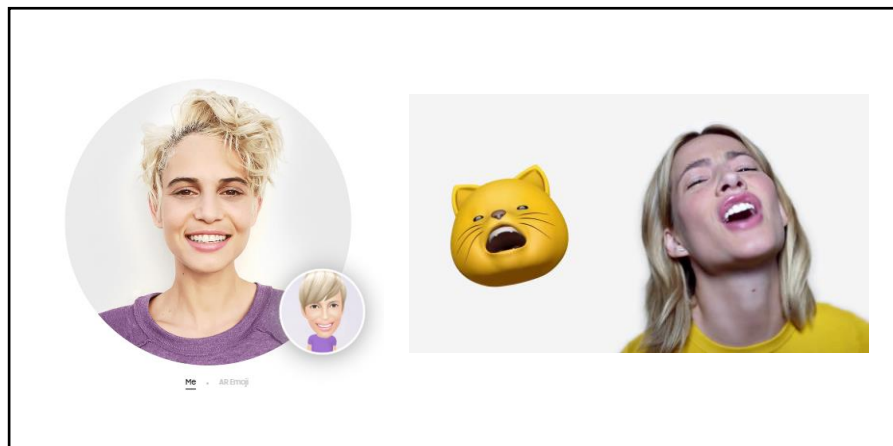


Figura 16- ejemplos de Ar emoji de Samsung s9 y de animoji de Iphone X
Elaboración propia con imágenes tomadas de
<https://www.samsung.com/us/smartphones/galaxy-s9/augmented-reality/>
<https://abancommercials.com/uk-ad/6977/apple-iphone-x-animoji-yourself-advert>

BIBLIOGRAFIA

[Página web de Aban Comercials UK] <https://abancommercials.com/uk-ad/6977/apple-iphone-x-animoji-yourself-advert> consultada el 25 de Abril 2018

Baron, N.S. (2003). Why Email Looks Like Speech: Proofreading, Pedagogy and Public Face. En J. Aitchison and D. Lewis (Eds.): *New Media Language*. Pp. 102-113. Londres: Routledge.

Bijker, W.E., Huges, T.P. & Pinch, T. (2012). *The social construction of technological systems: New directions in the sociology and history of technology*. Massachusetts Institute of Technology: Cambridge, EUA

Blumer, H. (1982). La sociedad como interaccion simbolica. *El interaccionismo simbolico: perspectiva y método*. Barcelona, España: Hora, S.A.

Burgueño, P. (2009). «Clasificación de las redes». Consultado el 31 marzo 2018 en <http://www.pabloburgueno.com/2009/03/clasificacion-de-redes-sociales/>

Carey, J.W. (1989) *Communication as Culture: essays on media and society*. Nueva York, EUA: Routledge.

[Página web de CEPAL] <https://www.cepal.org/es/comunicados/cepal-aumenta-fuertemente-uso-acceso-internet-america-latina-caribe> consultada el 24 de enero 2018

Cheng, L. (2017). ¿Digo lo que siento y siento lo que digo? Una aproximación transcultural al uso de los emoticonos y emojis en los mensajes CMC. *Fonseca, Journal of Communication*, 15(15), 199-217. doi. 10.14201/fjc201715199217

Clark, H.H. & S.E. Brennan (1991). Grounding in Communication excerpt. En B. Resnick, L., M. Levine, J., and D. Teasley, S. (eds.) *Perspectives on socially shared cognition*. (127-149). Washington; American Psychological Association.

Couch, C.J. (1990). Mass Communications and State Structures. *Social Science Journal*, 27 (2), 111.

Creswell, J.W. (2003). Preliminary Considerations. En *Research Design Qualitative and quantitative and mixed methods Approaches*. University of Nebraska, Lincoln: Sage Publications.

Darics, E. (2012). Instant Messaging in work-based virtual teams: the analysis of non-verbal communication used for the contextualisation of transactional and relational communicative goals. Tesis doctoral. Universidad de Loughborough. Obtenida de <https://dspace.lboro.ac.uk/2134/11880>

- De Cózar Escalante, J.M. (ed). (2002). *Tecnología, civilización y barbarie*. Barcelona: Anthropos Editorial
- Derks, D., Bos, A. E. R., & von Grumbkow, J. (2007). Emoticons and social interaction on the Internet: The importance of social context. *Computers in Human Behavior*, 23 (1), 842–849.
- Eco, U. (1976). “La vida social como un sistema de signos”, en: *Introducción al estructuralismo*. Madrid: Alianza Editorial.
- Eco, U. (2000). *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Lumen.
- Flick, U. (2007). Entrevistas Semiestructuradas y Entrevistas y debates del grupo de discusión semiestructuradas. *Introducción a la investigación Cualitativa*. España: Editorial Morata.
- Gascueña, R.M. (2016). La conversación *guasap*. WhatsApp conversation. *Sociocultural Pragmatics/ Pragmatica Sociocultural*, 4(1), 108-134. doi: 10.1515/soprag-2015-0010
- Habermas, J (1985). Sistema y mundo de la vida. *Teoría de la acción comunicativa II. Crítica de la razón funcionalista*. Buenos Aires: Taurus.
- Herrera, A. (2002). Los poemas mudos en la Nueva España en Pérez Martínez, H. & Skinfill, B. (eds.) *Esplendor y Ocaso de la cultura simbólica*. México: El colegio de Michoacán.
- Herring, S. C. (2012). Discourse in Web 2.0: Familiar, Reconfigured, and Emergent. En D. Tannen & A. M. Trester (Eds.), *Discourse 2.0. Language and New Media* (pp. 1-25). Washington: Georgetown University Press. Disponible en: <http://info.ils.indiana.edu/~herring/GURT.2011.prepub.pdf>
- Herring, S. C. (2003). “Computer-Mediated Discourse”. In Tannen, Deborah, Deborah Schiffrin and Heidi Hamilton (eds.). *Handbook of Discourse Analysis*. Oxford: Blackwell
- Hjarvard, S. (2008). *The mediatization of society: A theory of the media as agents of social and cultural change*. *Nordicom Review*, 29(2), 105-134.
- [Página web de INEGI]
http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2017/internet2017_Nal.pdf
 consultada el 27 septiembre 2017
- Jaeger, S.R., Chheang, S.L., Jin, D. ,S.M., Kim, K., & Ares, G. (n.d). Measurement of product emotions using emoji surveys: Case studies with tasted foods and beverages. *Food Quality and Preference*, 6246-59
- Kress, G. (2010). *Multimodality. A social semiotic approach to contemporary communication*. London: Routledge.

Ljubešić, N. & Fišer, D. (Agosto 2016). A Global Analysis of Emoji Usage. *Association for Computational Linguistics* Vol. Proceedings of the 10th Web as Corpus Workshop. (pp. 82–89). Recuperado el 10 de abril de 2018 de <http://www.aclweb.org/anthology/W16-2610>

Maíz Arévalo, C. 2014. A pragmatic and multimodal analysis of emoticons and gender in social networks. En A. Sánchez Macarro y A. Cabrejas Peñuelas (Eds.), *New Insights into Gendered Discursive Practices: Language, Gender and Identity Construction*. Pp. 175-197. Valencia: Universidad de Valencia.

Markman, K.M. & Oshima, S. (2007). Pragmatic Play? Some Possible Functions of English Emoticons and Japanese Kaomoji in Computer-Mediated Discourse. Ponencia presentada en la Association of Internet Researchers Annual Conference 8.0: Let's Play. Vancouver.

Marzal, M. (1996). Historia de la Antropología. Volumen II: Antropología Cultural. Perú: Fondo Oficial de la Pontificia Universidad Católica de Perú.

Mead, G.H. (1982). Espíritu, persona y sociedad: desde el punto de vista del conductismo social. Barcelona, España: Paidós

[Página web del diccionario oxford] <https://en.oxforddictionaries.com/definition/emoji> consultada el 25 Abril 2018

Ochoa, C. (2015) *El muestreo, qué es y por qué funciona*. hQp://bit.ly/2ndu67a

Ong, W. (1987). Oralidad y Escritura. Tecnologías de la palabra. México: Fondo de Cultura Económica.

Orozco, G. y González, R. (2012). *Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. México: Contenidos Culturales.

Pérez Martínez, H. (2000). *En pos del signo: introducción a la semiótica*. El colegio de Michoacán: Zamora, México.

Riordan, M.A. (2017). Emojis as Tools for Emotion Work: Communicating affect in Text Messenger. *Journal of Language & Social Psychology*, 36(5), 549-567. doi: 10.1177/0261927X17704238

Sampietro, A. (2017). Explorando el efecto de la puntuación de los chats de whatsapp en español. *Lenguas Modernas*, 0 (47) , Pág. 91 - 113. Recuperado de <http://www.lenguasmodernas.uchile.cl/index.php/LM/article/view/45186/47242>

Sampietro, A. (2016). Emoticonos y Multimodalidad. El uso del pulgar hacia arriba en Whatsapp. *Aposta* (69), 271-295.

[Página web de Samsung] <https://www.samsung.com/us/smartphones/galaxy-s9/augmented-reality/> consultada el 25 de Abril 2018

Sautu, R. (2005). El diseño de una investigación: teoría, objetivos y métodos. En *Todo es teoría: objetivos y métodos de investigación*. Buenos Aires: Lumiere.

Skovholt, K., Grønning, A. & Kankaanranta, A. (2014). The Communicative Functions of Emoticons in Workplace E-Mails: :-). *Journal of Computer-Mediated Communication* 2014 [en línea]. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1111/jcc4.12063>

[Página web del consorcio Unicode] http://www.unicode.org/faq/emoji_dingbats.html consultada el 10 de Abril 2017.

Valencia Gutiérrez, Alberto; (2004). Norbert Elías y la teoría del símbolo. *Revista Sociedad y Economía*, Octubre-Sin mes, 135-157

Vidales Gonzáles, C. (2010). *Semiótica y teoría de la comunicación*. Gobierno del estado de Nuevo León, colegio de estudios científicos y Tecnológicos: Monterrey, México.

Vidales Gonzáles, C (2008) EL MARCO SEMIOTICO DE LA CUTURA. un reto para el estudio de la comunicación. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. 14(27),133-147 Wolf, A. (2000). *Emotional expression online: Gender differences in emoticon use*. *Cyberpsychology & Behavior*, 3 (5), 827-833.

[Página web del periódico El Universal] WhatsApp supera los mil millones de usuarios activos al día. Recuperado de <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/techbit/2017/07/28/whatsapp-supera-los-mil-millones-de-usuarios-activos-al-dia>. El día 23 de Abril 2018.

Yus, Francisco (2011). *Cyberpragmatics: internet-mediated communication in context*. Amsterdam: John Benjamins

Apéndice 1

Encuesta aplicada por SurveyMonkey

1. ¿Cuál es su género?
 - Mujer
 - Hombre
2. ¿Cuál es su grupo de edad?
 - 17 o menos
 - 18-20
 - 21-29
 - 30-39
 - 40-49
 - 50-59
 - 60 o más
3. ¿Qué tipo de dispositivo está utilizando para responder esta encuesta?
 - Tablet/teléfono iOS
 - Tablet/teléfono Android
 - Computadora portátil/de escritorio Windows
 - Computadora de escritorio/portátil MacOS
 - Otro
4. ¿Con qué frecuencia utilizas emojis?
 - Siempre
 - Casi siempre
 - A veces
 - Rara vez
 - Casi nunca
5. ¿Cuál es la razón principal por la que utilizas emojis?
6. ¿Consideras que es más fácil entender los mensajes con emojis?
 - Sí
 - No
 - Otro, especifique

7. ¿Qué tan importante es el uso de emojis en tu comunicación cotidiana?
 - Extremadamente importante
 - Muy importante
 - Algo importante
 - No tan importante
 - Nada importante
8. ¿Cuál es tu emoji favorito?
9. ¿En cuáles conversaciones usas emojis?
10. ¿Con quién utilizas más frecuentemente emojis?