

**Universidad**
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

ESTUDIO EXPLORATORIO SOBRE EL PAPEL SOCIALIZADOR DE LOS EMOJI Y SU INTERPRETACIÓN SEGÚN VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS Y PSICOLÓGICAS.

EXPLORATORY STUDY ON THE SOCIALIZING ROLE OF EMOJI AND ITS INTERPRETATION ACCORDING TO SOCIODEMOGRAPHIC AND PSYCHOLOGICAL VARIABLES.

Autor/es

Lucía Martínez Antón
Marta Rello Hernández

Director/es

Yolanda López del Hoyo

Facultad de Ciencias Sociales y del Trabajo
Universidad de Zaragoza

Año: 2022-2023

ÍNDICE

1. RESUMEN.	1
2. ABSTRACT.	2
3. JUSTIFICACIÓN.	3
4. MARCO TEÓRICO.	5
- Población de estudio.	5
- Revolución digital.	6
- Brecha digital.	9
- Brecha cognitiva.	11
- La comunicación.	11
- Sistema Unicode.	14
- Smiley.	15
- Emoticonos.	16
- Emoji.	17
- Stickers.	19
- Variables que distinguen el papel socializador de los Emoji.	19
5. OBJETIVOS E HIPÓTESIS.	21
Objetivo general.	21
Objetivos específicos.	21
Hipótesis.	21
6. METODOLOGÍA.	22
7. ANÁLISIS DE DATOS.	25
8. DISCUSIÓN.	45
9. CONCLUSIONES.	49
10. BIBLIOGRAFÍA.	50

1. RESUMEN.

- **Antecedentes:** Los recientes cambios en las formas de comunicación crecen cada vez más rápido. El uso de los Emoji en las conversaciones on-line es cada vez más habitual, sobre todo entre los jóvenes. Debido a esto, el presente estudio tiene como objetivo analizar y comprender el papel mediador de los Emojis en las interacciones sociales que se realizan a través de teléfonos móviles y otros dispositivos tecnológicos, a partir del estudio de los Emojis según variables sociodemográficas y psicológicas y su aportación al discurso según estas variables.
- **Método:** Se trata de un estudio descriptivo transversal alrededor de dos variables sociodemográficas principales: género y rango de edad. La muestra estuvo compuesta por 207 participantes a los que se les pasó un cuestionario que mide diversas variables sociodemográficas, así como otras psicológicas.
- **Resultados:** El uso de Emoji es más elevado en mujeres que en hombres (96.4%/92,1%). En cuanto a los rangos de edad, el grupo de población que menos usa los Emoji es el de 60 años (89.4%), frente al resto que los usa en más de un 94%.
La frecuencia en el uso de Emoticonos también es más acentuada en las mujeres (el 67.9% de mujeres lo usan en, al menos, el 50% de sus mensajes) que en los hombres (el 46,0% de los hombres los usan en, al menos, el 50% de sus mensajes). Para los rangos de edad, el 58% de las personas de 18 años, usan los Emoticonos en, al menos, el 50% de sus mensajes; el 58,8% de las personas del grupo de 19 a 26 años usan los Emoticonos en, al menos, el 50% de sus mensajes; el 72,0% de las personas del grupo de 27 a 59 años, usan los Emoticonos en, al menos, el 50% de sus mensajes; y el 57,4% de las personas de 60 años, usan los Emoticonos en, al menos, el 50% de sus mensajes.
Por último, las mujeres creen en un 72,9% que lo que expresan en sus mensajes apoyado por Emoji es lo mismo que lo que interpreta la persona con la que se están comunicando, mientras que los hombres lo piensan en un 74,6%. Con relación a los rangos de edad, los más jóvenes creen en un 72,0% que lo que expresan en sus mensajes apoyado por Emoji es lo mismo que lo que interpreta la persona con la que se están comunicando; el grupo de 19 a 26 años lo hace en un 75,3%; el grupo de 27 a 59 años lo cree en un 84,0%; y las personas de 60 años lo piensan en un 63,8%.
- **Conclusión:** el trabajo respalda que los jóvenes son las personas que más usan los Emoticonos y Emoji en sus mensajes, y las personas mayores, debido a la brecha digital generacional, son los que menos uso les dan. Además, el género también es un factor relevante en el uso de Emoji, ya que las mujeres se inclinan a usarlos de forma más frecuente que los hombres, ya que tienden a expresar de manera más abierta sus sentimientos y emociones.
- **Palabras claves:** Emoticonos, Brecha digital, Comunicación, TICs y Escalas psicológicas.

2. ABSTRACT.

- **Background:** The recent changes in the forms of communication are growing faster and faster. The use of Emoji in online conversations is becoming more common, especially among young people. Due to this, the present study aims to analyze and understand the mediating role of Emojis in social interactions that are carried out through mobile phones and other technological devices, based on the study of Emojis according to sociodemographic and psychological variables and their contribution to the discourse according to these variables.
- **Methods:** This is a descriptive cross-sectional study around two main sociodemographic variables: gender and age range. The sample consisted of 207 participants who were given a questionnaire that measured various sociodemographic variables as well as other psychological ones.
- **Results:** The use of Emoji is higher in women than in men (96.4%/92.1%). Regarding the age ranges, the population group that uses Emoji the least is 60 years old (89.4%), compared to the rest that uses them by more than 94%.
The frequency in the use of Emoticons is also more accentuated in women (67.9% of women use them in at least 50% of their messages) than in men (46.0% of men use them in , at least, 50% of their messages). For the age ranges, 58% of 18-year-olds use Emoticons in at least 50% of their messages; 58.8% of people in the 19-26 age group use Emoticons in at least 50% of their messages; 72.0% of people in the 27 to 59 age group use Emoticons in at least 50% of their messages; and 57.4% of people aged 60 use Emoticons in at least 50% of their messages.
Finally, 72.9% of women believe that what they express in their messages supported by Emoji is the same as what the person they are communicating with interprets, while 74.6% of men think so. . In relation to the age ranges, 72.0% of the youngest believe that what they express in their messages supported by Emoji is the same as what the person with whom they are communicating interprets; the group from 19 to 26 years old does so in 75.3%; 84.0% of the group between 27 and 59 years of age believe it; and 60-year-olds think so in 63.8%.
- **Conclusion:** The work supports that young people are the people who use Emoticons and Emoji the most in their messages, and older people, due to the generational digital gap, are the ones who use them the least. In addition, gender is also a relevant factor in the use of Emoji, since women are inclined to use them more frequently than men, since they tend to express their feelings and emotions more openly.
- **Keywords:** Emoticons, Digital divide, Communication, TIC's and psychological scales.

3. JUSTIFICACIÓN.

Uno de los motivos principales que han guiado esta investigación es el creciente avance de las tecnologías y con ello los cambios en las formas de comunicación.

Hace años, las comunicaciones más frecuentes eran las cara a cara y ahora utilizamos la comunicación digital, a través de los móviles y de las redes sociales. *“es un claro reflejo de la sociedad, que cada día encuentra más utilidad en el contacto establecido mediante estas plataformas, de hecho, el estar en contacto con familiares y amigos sigue siendo la razón principal de los usuarios para usar las redes sociales”.* Romina González Galetto, Regional Manager de Hootsuite en España.

Las redes sociales nos permiten estar conectados con el mundo las 24 horas del día los 365 días del año, haciendo que nos podamos comunicar con familiares, amigos, compañeros de una manera rápida y cómoda, además de poder estar informados de los que nos interese.

En España, casi 44 millones de españoles son usuarios de Internet y acceden a la Red especialmente a través de sus dispositivos móviles. Casi 41 millones de españoles son usuarios de redes sociales, siendo las más usadas *WhatsApp* y *Facebook*. Las mujeres en España son las que más utilizan las plataformas sociales, un 51%, frente al 49% que son hombres.

Los datos muestran un aumento significativo del número de usuarios registrados en redes sociales en España respecto a 2021. Tal y como apunta el informe, actualmente hay 40,7 millones de usuarios de redes sociales, 3,3 millones más que el año anterior, lo que equivale al 87,1% de la población española. Además, los usuarios españoles dedican una media de 1 hora y 53 minutos al día a estas plataformas, siendo las más utilizadas *WhatsApp* y *Facebook*, con un 91% y un 73,3% respectivamente, seguido de *Instagram* con un 71,7%. En cuanto a los usuarios, son las mujeres las que más las usan, un 51% frente al 49% que son hombres (Informe Digital 2022, we are social).

La aplicación *Whatsapp* es la más orientada a las comunicaciones escritas, pero debido a la frialdad y la pobreza de estas, se han ido introduciendo los Emoji y otros instrumentos como los *Stickers* para hacerlas más cercanas y en un clima de mayor confianza.

Aun así, este tipo de comunicación conlleva una serie de carencias que dificultan, en algunas ocasiones, la correcta recepción del mensaje, ya que, al no compartir el mismo espacio que la persona con la que estamos manteniendo una conversación, hace que se pierda mucha riqueza de la misma, esto se debe a que no se tienen en cuenta aspectos como la comunicación no verbal, la entonación de cómo se expresan las personas, gestos, expresiones faciales; provocando que todo esto pueda llevar a confusiones entre el emisor y el receptor de la conversación haciendo que el mensaje pueda sufrir alteraciones.

Los jóvenes, o lo que también denominamos “Generación Z”, están familiarizados con el uso de la tecnología digital, Internet y los medios sociales desde una edad muy temprana, y es por ello por lo que han dejado en desuso las llamadas telefónicas ya que prefieren las aplicaciones de mensajería instantánea por su inmediatez o la inseguridad ante la comunicación cara a cara.

Por otro lado, generaciones más mayores, se han quedado pasos por detrás en el uso de las tecnologías (brecha digital) por lo que este tipo de comunicaciones digitalizadas les resulta más complicado, y siguen prefiriendo las conversaciones tradicionales.

Por todo ello, hemos decidido orientar esta investigación al estudio y el análisis del uso e interpretación de los Emoji en una época donde la comunicación está digitalizada y afecta de diferentes maneras a las personas según variables sociodemográficas y psicológicas.

4. MARCO TEÓRICO.

A lo largo de este marco teórico explicaremos y desarrollaremos ideas que van a ser fundamentales para nuestro estudio. Para comenzar, definiremos las dos fases de la vida que vamos a analizar en esta investigación, para esclarecer las principales diferentes características que hay entre ellas.

- Población de estudio.

En primer lugar, comentaremos el concepto de adolescencia, la cual es una etapa entre la niñez y la edad adulta, que cronológicamente se inicia por los cambios puberales y que se caracteriza por profundas transformaciones biológicas, psicológicas y sociales, muchas de ellas generadoras de crisis, conflictos y contradicciones, pero esencialmente positivos. No es solamente un período de adaptación a los cambios corporales, sino una fase de grandes determinaciones hacia una mayor independencia psicológica y social. Es difícil establecer límites cronológicos para este período; de acuerdo a los conceptos convencionalmente aceptados por la Organización Mundial de la Salud, la adolescencia es la etapa que transcurre entre los 10 y 19 años, considerándose dos fases: la adolescencia temprana (10 a 14 años) y la adolescencia tardía (15 a 19 años) (Pérez y Santiago, 2002).

Según Jiménez-Murcia y Farré Marti (2015), en la etapa de la adolescencia se dan los siguientes comportamientos y capacidades: rápido aprendizaje, sensación más extrema de placer/recompensa/frustración, mayor capacidad de motivación por lo que les atrae y mayor apatía por aquello que no, menor capacidad de juicio y consideración de consecuencias sobre sus actos y menor organización. Además, muestran mayor interés por actividades como: relaciones sociales, sexualidad, novedades, actividades de bajo esfuerzo y alta excitación, actividad física y aquellas que causan sensaciones fuertes.

Por lo anteriormente mencionado, podemos asegurar que los adolescentes sienten mucho interés hacia la tecnología; ya que esta les proporciona autonomía, búsqueda de la propia identidad, amistades, ocio, riesgo y experimentación, e incluso poder establecer sus primeras relaciones amorosas. Todo esto nos hace pensar en los inconvenientes que trae la misma tecnología, como son: la pérdida de privacidad e intimidad familiar, cambios en las formas de interacción y relaciones sociales.

Todos estos inconvenientes pueden ser relacionados con varios factores, pudiendo ser: el uso inadecuado y excesivo, el abandono de actividades de ocio, problemas familiares, problemas de privacidad, contacto con desconocidos y recepción de mensajes con contenidos inadecuados, violencia verbal y amenazas, envío de fotografías íntimas y en general el uso problemático y adicción.

En relación con el concepto de vejez, es el resultado inevitable del proceso vital, puede ser abordada desde una dimensión individual con un enfoque biológico, psicológico y sociocultural.

En cuanto al proceso de envejecimiento físico, es un proceso gradual que se define como el conjunto de cambios estructurales y funcionales que experimenta un organismo como resultado del transcurrir del tiempo. Estos cambios se manifiestan en el individuo en la apariencia física y la capacidad motriz.

Por otro lado, se da también un proceso de envejecimiento psicológico, que comprende los procesos sensoriales, las destrezas motoras, las percepciones, la inteligencia, las habilidades en la resolución de

problemas, procesos de aprendizaje, motivaciones, etc. La investigación en esta área se ha centrado en el funcionamiento cognitivo y la personalidad.

Por último, el proceso de envejecimiento produce cambios sociales, ya que se da en un contexto social. En general, supone un cambio de roles y relaciones sociales (Álvarez, 2022).

- **Revolución digital.**

A continuación, vamos a hablar sobre la evolución de las sociedades tecnológicas hasta llegar a nuestros días.

El término “Sociedad de la Información” aparece por primera vez en el año 1973 introducido por el sociólogo Daniel Bell en su libro “El advenimiento de la sociedad postindustrial” donde postula que la información es el eje principal sobre el cual construir la nueva sociedad moderna, tanto a nivel económico como social. Sin embargo, el término no vuelve a surgir hasta los años 90 del Siglo XX unido al desarrollo de Internet y las TIC. Rápidamente el concepto se extendió en los siguientes años y fue adoptado para dar nombre a la convención de la ONU celebrada entre los años 2003 y 2005 (Burch, 2006).

De manera general, el concepto de “Sociedad de la Información” hace referencia a la capacidad de las personas, las empresas, los organismos públicos, etc. de obtener cualquier tipo de información de manera instantánea a través de las tecnologías de información y comunicación. La clave que diferencia este tipo de sociedad de cualquier otra anterior no es la existencia de información accesible, sino su carácter ilimitado que ha convertido esta característica en la base de un nuevo orden económico y social (Castells, 1998).

Siguiendo la clasificación de Castells, los elementos que configuran la “Sociedad de la Información” son los siguientes:

- Usuarios: al hablar de usuarios se hace referencia a las personas físicas, pero también a las organizaciones que acceden a los contenidos.
- Infraestructuras o medios técnicos que permiten el acceso a los contenidos (ordenadores, teléfonos móviles, *tablets*, televisiones, etc.).
- Contenidos: información, pero también servicios y productos a los que los usuarios pueden acceder independientemente del lugar en el que se encuentren.
- Entorno: características socioeconómicas que afectan a cualquier suceso dentro de la sociedad y que van a ser la clave de factores como velocidad de expansión del fenómeno o dificultades encontradas en su adopción.

Más tarde, se empezó a hablar sobre la “Sociedad del Conocimiento”, que es aquella que se nutre de sus propias capacidades y diversidades. El concepto de “Sociedad de la Información” incluye aspectos tecnológicos, sin embargo, el de “Sociedad del Conocimiento” engloba además valores éticos, sociales y políticos (UNESCO, 2005). Con lo cual es mucho más amplio y heterogéneo dando lugar a una visión de la sociedad más compleja, pero también más completa.

En la “Sociedad del Conocimiento” se da un círculo vicioso que se retroalimenta a sí mismo: los progresos tecnológicos producen a medio-largo plazo un aumento de conocimiento, y este a su vez acaba provocando un nuevo progreso tecnológico (UNESCO, 2005). En palabras de Manuel Castells, se ha creado

una lógica acumulativa en que hay un “bucle de retroalimentación acumulativa entre la innovación y las utilidades prácticas”.

En cualquier caso, a pesar de la utopía que supone pensar en el triunfo de la sociedad del conocimiento, debe tenerse siempre en cuenta que las bondades de esta sociedad están limitadas por la excesiva confianza existente en torno a la información aportada por las tecnologías disponibles. La excesiva información no supone necesariamente una fuente de mayor conocimientos. Es necesario que las personas aprendan a desenvolverse en ella para que aprendan a desarrollar las capacidades cognitivas y el espíritu crítico necesario como para diferenciar la información valiosa de la que no lo es.

El desarrollo de Internet y de las Tecnologías de la Información y Comunicación, hasta llegar a la “Sociedad del Conocimiento”, desarrollado anteriormente, ha ido creciendo y expandiéndose en todos los lugares del mundo de manera paulatina, pero imparable. Este hecho ha tenido un impacto en la sociedad tan grande que ha modificado sus propias bases y características.

La vida de las personas ha cambiado radicalmente debido a las posibilidades que todos los cambios ofrecen. Todos los niveles sociales se han visto igualmente modificados haciendo que todos los aspectos hayan tenido que actualizarse, cambiar, adaptarse y crecer a un ritmo vertiginoso. Las circunstancias de las personas que viven en esta época han cambiado y ya no solo se tiene en cuenta el contexto inmediato, sino el mundo globalizado al completo. La información y los servicios circulan libremente y todo se expande y alcanza cualquier rincón del planeta en cuestión de segundos. No obstante, esto no significa que todas las personas estén al tanto de todo lo que está pasando en todo el mundo en todo momento, sino en muchas ocasiones todo lo contrario. La sobrecarga de información propicia en muchas ocasiones la desinformación, debido a las dificultades para diferenciar las fuentes fiables de las que no lo son. Con todo esto, el mundo se ha vuelto más caótico, cambiante y heterogéneo, sin embargo, no hay duda de que las posibilidades que ofrecen son inmensas (Martín-Mora, 2017).

Las diferencias que hay en “Sociedad de la Información y el Conocimiento” con respecto al mundo anterior son muchas y muy variadas, sin embargo, quizás pueda realizarse un resumen a través de diez puntos esenciales según Trejo 2001:

1. *Exuberancia de información.* las personas tienen acceso a noticias en cualquier momento y lugar, lo que puede llevar a la sobreexposición. La información es tan abundante que algunos autores la comparan con los agujeros negros, que engullen todo a su paso. En este contexto, la transparencia se ha convertido en la clave de la sociedad digital y las personas deben decidir si quieren estar expuestas a esta iluminación informativa o prefieren seguir en cierto grado de oscurantismo. Las herramientas tecnológicas que propician esta transparencia también pueden llevar a la ausencia del anonimato, ya que la identidad de cualquier persona puede ser fácilmente averiguada en la red. En resumen, la información es abundante y la transparencia es la norma en la sociedad digital, lo que puede llevar a la pérdida del anonimato y a una exposición constante.
2. *Omnipresencia de los instrumentos de la información,* en la vida cotidiana de las personas, gracias al crecimiento tecnológico. Además de la televisión y la conexión a Internet a través de un ordenador, ahora los dispositivos portátiles como *Tablets* y *Smartphones* también son comunes. Esto ha cambiado la forma en que las personas se relacionan e interactúan socialmente. Sin embargo, esta

presencia también hace que las personas sean más vulnerables a la influencia de grandes empresas de comunicación, especialmente los medios de difusión abierta.

3. *Irradiación.* Se refiere a la gran cantidad de intercambio de mensajes entre los usuarios de aplicaciones y herramientas de comunicación electrónica. Gracias a la tecnología, las distancias físicas ya no son un impedimento para la interacción entre las personas, lo que ha fomentado una mayor interacción no solo con amigos y familiares, sino también con colegas, compañeros y personas desconocidas.
4. *Velocidad.* El texto habla sobre la velocidad como una característica destacable de Internet, ya que permite una comunicación casi instantánea, sin importar las barreras físicas, geográficas o temporales. Además, se menciona la importancia de la fibra óptica en la mejora de esta velocidad, ya que ofrece una mayor anchura y flexibilidad en la transmisión de datos, además de ser más económica en comparación con el cobre. Aunque su instalación es más compleja, su expansión parece imparable debido a su eficacia y ventajas.
5. *Multilateralidad/Centralidad.* A pesar de la abundancia de información, la distribución de información suele estar en manos de un pequeño grupo de gigantes de los medios de comunicación. En cada país, hay consorcios de medios que controlan la radio, la televisión, la prensa escrita y las películas más vistas. La industria cinematográfica estadounidense sigue siendo dominante en el mundo y los temas tratados son decididos por estas mismas empresas. Esto puede llevar a una visión del mundo sesgada y destacar sólo los temas que estos gigantes consideran importantes. Por lo tanto, las personas deben ser conscientes de este hecho y buscar información de fuentes diversas para formar su propia opinión.
6. *Interactividad.* Internet permite a sus usuarios no solo buscar y leer información, sino también producirla y contribuir a la creación de nuevos datos. A través de herramientas como *wikis*, blogs y páginas web, cualquiera puede compartir información sobre temas de interés. Sin embargo, aunque el número de usuarios que interactúan de esta manera está aumentando, la mayoría de las personas sigue siendo pasiva en la recepción de información. Se espera que esto cambie con la nueva generación de nativos digitales que viven inmersos en un mundo interactivo.
7. *Desigualdad* en el acceso a Internet, donde a pesar de las ventajas y posibilidades que ofrece la red, está reproduce el patrón de desigualdad presente en la sociedad. El aumento de la riqueza, la pobreza, la productividad y la exclusión social tienen efectos diferenciales en las distintas partes del mundo y grupos sociales que viven en ellas. Aproximadamente el 60% de la población mundial no tiene acceso a Internet, lo que aumenta aún más la brecha entre países pobres y países ricos, poniendo en tela de juicio la supuesta democratización asociada con la red. Los expertos sugieren que antes de una implementación completa de la red, es necesario mejorar los gobiernos, el clima de negocios y la inversión en educación y sanidad.
8. *Heterogeneidad.* Una de las características fundamentales de Internet, está presente tanto en el propio Internet como en sus usuarios, que tienen la libertad de tratar cualquier tema y expresar su opinión libremente. Esta libertad y creatividad desembocan en una gran variedad de temas y en un desarrollo rico y variado de Internet.
9. *Desorientación.* Puede causar la gran cantidad de información presente en Internet y cómo los usuarios deben ser capaces de distinguir entre fuentes fiables y confiables. También se mencionan los riesgos de seguridad en línea, como virus, programas espía, pornografía y pedofilia, y la importancia de aprender a sortearlos. Se destaca la necesidad de que los padres y los centros

educativos desempeñen un papel importante en la educación y orientación de los jóvenes en el uso responsable y adecuado de las herramientas digitales.

10. *Ciudadanía pasiva*. A pesar de que la sociedad cuenta con numerosas herramientas para participar y cooperar en la creación de conocimiento, muchas personas se han convertido en receptores pasivos de información en lugar de ser ciudadanos activos. La gran cantidad de información y mensajes que circulan en Internet pueden ser manipulativos y dañar el ideal de una sociedad de la información que busque el desarrollo cultural.

Las TIC se han convertido en el elemento dinamizador de la nueva sociedad en red, en la que el *hardware*, el *software*, y la capacidad para manejarlos se revelan como los instrumentos imprescindibles para el disfrute de esta. Sin embargo, son numerosos los ciudadanos que, aun, no disfrutan de sus beneficios, bien, porque no tienen acceso a las TIC o, bien, porque, aun teniendo acceso, no las utilizan debidamente.

- **Brecha digital.**

El concepto “brecha digital” – *digital divide*- nació en Francia, al final de la década de los setenta y principios de los ochenta, a raíz de un proyecto de una operadora de telefonía francesa, el proyecto Minitel, que pretendía digitalizar las guías telefónicas sustituyendo el papel por un terminal con una base de datos integrada para buscar los números de teléfono de los usuarios.

La definición de brecha digital que da la Oficina para la Cooperación y Desarrollo Económico –OCDE- se refiere “al desfase o división entre individuos, hogares, áreas económicas y geográficas con diferentes niveles socioeconómicos con relación tanto a sus oportunidades de acceso a las tecnologías de la información y la comunicación, como al uso de Internet para una amplia variedad de actividades”. Dicho de otra forma, la brecha digital es la distancia que hay entre los grupos sociales que disponen de acceso a la red de Internet y los que no lo tienen debido a las diferencias socioeconómicas. No obstante, el concepto tiene un alcance más amplio. En efecto, la brecha digital no solo se refiere al acceso a la red de Internet, sino también a la disponibilidad de las herramientas relacionadas con las TIC, el *hardware*, y al uso que se hace de las mismas a través del *software* (Martin, 2020).

Como es obvio, el concepto de brecha digital ha evolucionado con el paso del tiempo. Este hecho ha sido el origen de la ampliación del concepto que ha pasado de referirse únicamente a aspectos relacionados con los problemas de conectividad a englobar tres enfoques diferentes (Camacho, 2005).

- **Infraestructura:** Este aspecto hace referencia a la posibilidad o dificultad de disponer aparatos tecnológicos con los cuales acceder y estar conectado a la red mundial creada en torno a Internet.
- **Capacitación:** el uso de las tecnologías digitales está determinado, no solo por la posibilidad de acceso a ellas, sino también por la dificultad que las personas tengan para utilizarlas correctamente. Este aspecto se relaciona directamente con la aparición del término “alfabetización digital”.
- **Recursos:** se refiere a la limitación o posibilidad que tienen las personas de utilizar los recursos disponibles en la red. La posibilidad de acceso a la información disponible en Internet no es tan importante por sí misma como por las ventajas que las personas que acceden a ella puedan encontrar, si saben sacar provecho de aquello que encuentran. Tanto el mundo educativo como el laboral se han visto radicalmente modificados debido a la influencia que el uso de las TIC ha tenido en ellos.

La lengua y el conocimiento de idiomas también influyen en la brecha digital. El inglés es el idioma que domina la red, por lo que su conocimiento facilita el uso beneficioso de la misma.

El sexo se revela como otro factor segregante, que desencadena la brecha digital de género, reconocida de manera formal por nuestro ordenamiento jurídico. Así, la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, que, en el art. 81 regula el derecho de acceso universal a Internet, afirma que “todos tienen derecho a acceder a Internet independientemente de su condición personal, social, económica o geográfica”. Asimismo, continua, “se garantizará un acceso universal, asequible, de calidad y no discriminatorio para toda la población. El acceso a Internet de hombres y mujeres procurará la superación de la brecha de género tanto en el ámbito personal como laboral”. En este sentido, hay que destacar la baja participación de las amas de casa en la sociedad de la información.

Por último, la edad de los usuarios de Internet origina la brecha digital generacional, esto es, la distancia que separa a los nativos digitales de los inmigrantes digitales por lo que a la utilización de las nuevas tecnologías se refiere.

Como ya se avanzó, alrededor de la edad surgen dos nuevos conceptos: por un lado, el de nativos digitales, denominándose así a las personas que nacieron entre 1980 y 1990, en un entorno tecnológico y familiarizados con la TIC, y, por otro, el de inmigrantes digitales, los nacidos entre 1940 y 1980, personas que se han ido incorporado a las nuevas tecnologías, con mayor o menor celeridad. Entre estos dos grupos de edad, se produce una fractura en el uso de las tecnologías, por la falta de competencias y/o habilidades digitales, que aumenta a partir de los 55 años. Esta brecha digital generacional puede estar motivada, entre otras causas, por la falta de necesidad de uso de las TIC, por el miedo a lo desconocido o, simplemente, por la carencia de interés por algo que no les resulta familiar. A todas ellas, se unen la inseguridad que produce la exposición de la privacidad en la red, ya sea a través de datos personales, datos bancarios, etc., y, finalmente, la carencia de habilidades básicas, entre la población madura, por falta de formación.

Según datos de la Organización Mundial de la Salud –OMS–, unos 900 millones de personas en el mundo, que representan más del diez por ciento de la población mundial, superan la edad de 60 años. Aunque es un colectivo altamente heterogéneo y en los últimos años el uso de Internet entre ellas ha ido en aumento, un porcentaje muy alto, todavía, no utiliza las nuevas tecnologías, y si lo hace es de forma casual, lo que provoca cierta forma de marginación al quedar excluidos de la sociedad de la información. Por otro lado, al examinar las habilidades digitales entre la población española, la edad es una de las variables que origina mayores diferencias. Entre los más jóvenes, el 61,4% de aquellos que tienen entre 16 y 24 años poseen habilidades digitales superiores a las básicas, mientras que el 59,3% de las personas de 65 a 74 años no tienen ninguna competencia digital.

Todos estos factores hacen mella en el colectivo de edad madura, por lo que es necesario plantearse si, al considerarlos incapaces de adaptarse a las nuevas tecnologías, se está produciendo una nueva forma de marginación. En este sentido, la brecha generacional tiene efectos perturbadores en lo que al empleo se refiere, ya que Internet se ha convertido en un motor de búsqueda de empleo muy potente. Por ello, el factor tecnológico vinculado a la edad puede resultar una desventaja social y laboral, incluso una vía discriminatoria, si estos individuos ven perjudicados sus derechos o/y oportunidades (Martin, 2020).

Las consecuencias de la brecha digital en el día a día de las personas no se han hecho esperar. Sin conocimientos de Internet e informática, la búsqueda de empleo se reduce aún más. Esta brecha digital, afecta más a las mujeres que a los hombres (Castaño, 2008). La diferencia de una de las tecnologías digitales entre hombres y mujeres está presente en la sociedad de manera parecida a la brecha existente entre jóvenes y mayores. No obstante, contrariamente a lo que podría pensarse, los habitantes de los países del sur de Europa parecen mostrar menos diferencias entre los hombres y las mujeres (Jané, 2015).

- **Brecha cognitiva.**

El tiempo y la evolución de la Sociedad Digital han puesto de manifiesto que las consecuencias de la brecha digital han ocasionado la aparición de otra gran brecha conocida con el nombre de “brecha cognitiva”. Las diferencias que genera la brecha cognitiva están relacionadas con las diferencias entre aquellos que son capaces de aprovechar las tecnologías de la información y de la comunicación para incrementar sus oportunidades de aprender, frente a los que no tiene posibilidad (Martínez, 2012).

- **La comunicación.**

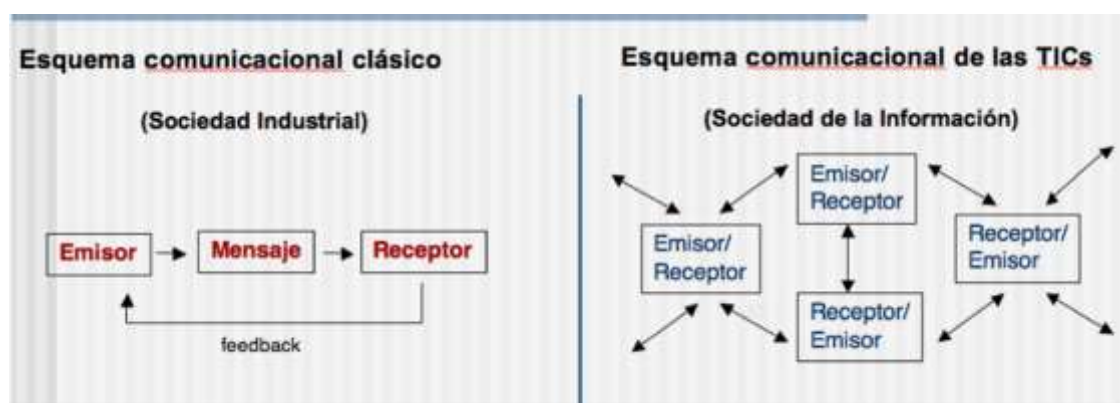
Nos resulta importante explicar cómo ha ido evolucionando la comunicación a lo largo de los años hasta nuestros días y el impacto que esto ha generado en nuestra sociedad.

La comunicación es la actividad más importante en la vida de relación de los individuos. La comunicación es esencial en cualquier campo de interacción humana. Por medio de la comunicación ya sea oral o escrita podemos transmitir y compartir conocimientos, conceptos, sentimientos, ideas, emociones, estados de ánimo etc. La comunicación es la única actividad que todo el mundo comparte.

El término comunicación procede del latín *communicare* que significa “hacer a otro partícipe de lo que uno tiene”. La comunicación es la acción de comunicar o comunicarse, se entiende como el proceso por el que se transmite y recibe una información. Todo ser humano y animal tiene la capacidad de comunicarse con los demás (Definición de Comunicación. 2014).

Para que un proceso de comunicación se lleve a cabo, es indispensable la presencia de seis elementos: que exista un emisor; es decir, alguien que transmita la información; un receptor, alguien a quien vaya dirigida la información y que la reciba; un contacto por medio de un canal de comunicación, que puede ser muy variado: el aire por el que circulan las ondas sonoras, el papel que sirve de soporte a la comunicación escrita, la voz, etcétera, código, referente y el mensaje (Definición de Comunicación. 2014). En la actualidad, estos elementos siguen siendo los mismos pero el orden del esquema ha cambiado. En cuanto, al esquema comunicacional clásico era unidireccional, donde el emisor emitía un mensaje y le llegaba al receptor, recibiendo posteriormente un feedback el emisor por parte del receptor. En cambio, en el esquema de comunicación de masas es multidireccional. En este caso, el esquema es transversal y caótico puesto que ya no hay un orden a la hora de emitir y recibir el mensaje. En el nuevo esquema todos son emisores y receptores a la vez recibiendo un feedback continuo.

Gráfico I. CAMBIOS EN EL ESQUEMA DE LA COMUNICACIÓN.



Fuente: Patricia Bertolotti, 2009.

Sin embargo, para que exista una comunicación han de darse, cuando menos, otras dos condiciones, tales como que el canal funcione adecuadamente y no exista ruido. Este último se entiende como toda perturbación que afecte la transmisión del mensaje, sea de carácter auditivo o de cualquier otro tipo. Las interferencias en el medio, la distracción del receptor, los errores lingüísticos son algunos factores que constituyen el ruido.

Dentro de la comunicación, existen diferentes niveles:

- Nivel intrapersonal: es aquella comunicación que llevamos con nosotros mismos, intervienen solamente el pensamiento y el lenguaje.
- Nivel interpersonal: no es otra cosa que aquel acto que se pone en práctica entre dos o más personas.
- Nivel grupal: se refiere a grupos más o menos considerables de quince a veinte personas como máximo.
- Nivel masivo: es como su nombre lo dice la que se da en grandes masas, muestra de ello la que circula a través de los medios electrónicos de comunicación. (Rentería Chávez F. 2009) (Tipo de comunicación. 2016).

Como bien sabemos, la comunicación es el proceso por el cual se transmite información, datos, conocimientos, ideas, pensamientos, etc., entre dos o más personas gracias al uso de un código específico o símbolos. Para ello se pueden utilizar distintos medios o herramientas. De hecho, los diferentes tipos de comunicación existentes se definen a partir de la forma como se da un proceso comunicativo. Por ejemplo, se puede utilizar una lengua o idioma, señas o sonidos, así como imágenes.

En cuanto a los tipos de comunicación, caben destacar algunos relevantes para este trabajo como son:

- Comunicación oral: este tipo de comunicación es el más importante y utilizado por el hombre. Se basa en la emisión de palabras o sonidos basados en un código y que, por lo tanto, hacen referencia a algo.
- Comunicación escrita: este tipo de comunicación se refiere a la utilización del lenguaje, pero de manera gráfica. Por lo tanto, dicha comunicación se expresa a través de documentos como libros,

cartas, informes, periódicos, revistas, etc. Aunque suele mantener una relación con el lenguaje oral o verbal, lo cierto es que al momento de ser escrito este tipo de comunicación puede presentar ciertas diferencias. Sobre todo, de estilo.

- Comunicación sígnica: este tipo de comunicación es otro de los subtipos de la comunicación escrita. En este caso se representan un conjunto de signos o símbolos que evidentemente hacen referencia a algo. Por lo tanto, se puede transmitir un mensaje por medio de dibujo o cualquier otra representación gráfica, siempre y cuando tenga un código (Tipo de comunicación. 2016).
- Comunicación hipersocial: nuevo paradigma de la comunicación dado que la vertiente más social de Internet se ha convertido en la más popular y utilizada (Walther, 1996).

Algunos autores ya han planteado (Herring, 1999; Greenfield y Subrahmanyam, 2003) que los medios de comunicación en línea tienen características de la comunicación escrita, pero también incorporan muchas características de la comunicación oral. Este tipo de comunicación se categoriza en un grupo de características peculiares de lo que se denomina *Netspeak* o “Lenguaje de la red” (Shaari y Bataineh, 2015) del que los Emoticonos y los Emoji son una de las más importantes novedades con respecto a otros tipos de comunicación. En el caso de la mensajería instantánea es de gran relevancia el hecho de que se incorpora en un medio de comunicación (telecomunicaciones en línea) que permite una gran libertad creativa, y que además está en constante evolución técnica, permitiendo un mayor número y cada vez más complejas formas de comunicación.

Como podemos ver por lo expuesto hasta ahora los nuevos modos y formatos de comunicación en línea empezaron a desarrollarse, por necesidad en muchos casos dada la falta de información contextual que habitualmente se tiene en otras interacciones inmediatas más tradicionales, diversas maneras de usar texto para transmitir esta información contextual. Esto se tradujo durante bastantes años en novedosas maneras de usar herramientas ya disponibles, pero limitadas en sus capacidades (Rovira, 2022).

En la actualidad, el sistema de mensajería instantánea de *WhatsApp* (¿Qué pasa?, en inglés) cuenta hoy en día con cerca de dos billones de usuarios en todo el mundo. Constituye el medio virtual de uso más recurrente para dirigir mensajes escritos o de voz en las conversaciones interpersonales y/o grupales, transmitido mediante equipos móviles y/o tecnológicos. Al igual que otras redes sociales, *WhatsApp* posee una extensa lista de Emoji, que, en los últimos años, se ha convertido en una nueva tendencia de comunicación para dirigir mensajes gráficos a través del chat de conversación. Estos Emoji están diseñados para permitir a las personas expresar gestos, emociones, sentimientos, preferencias, actitudes, así como referirse icónicamente a personas u objetos.

Debido a sus atributos visuales el uso sistemático de los Emoji ha ocasionado que el proceso de comunicación se diversifique al sustituir las palabras por imágenes, lo que ha conducido a la aparición entre los emisores y receptores de múltiples interpretaciones relacionadas con los sentidos y significados que envuelven estos mensajes gráficos.

La influencia de los Emoji en la comunicación a través de los servicios de mensajería instantánea como *WhatsApp*, ha generado que las conversaciones se tornen más expresivas e informales, caracterizadas por la representación gráfica que tiene cada Emoji y los múltiples significados interpretativos que pueden proyectar, desde el valor particular que cada usuario pueda atribuirle en el contexto mismo de la conversación (Montenegro y Hermenegildo, 2018).

Con la evolución de los tipos de comunicación y de la sociedad digital en la que nos encontramos, ha hecho que se hayan ido generando sistemas para la creación y la normalización de los Emoji. Una de las más importantes que existen en la actualidad es Unicode. Se trata de un estándar de codificación de caracteres diseñado para facilitar el tratamiento informático, transmisión, y visualización de textos de numerosos idiomas y disciplinas técnicas, además de textos clásicos de lenguas muertas. El término Unicode proviene de los tres objetivos perseguidos: universalidad, uniformidad, y unicidad (Wikipedia).











- **Sistema Unicode.**

El Consorcio Unicode es una asociación sin ánimo de lucro, pero controlada por empresas como *Adobe Systems, Apple, Google, IBM, Microsoft, Oracle Corporation* y *Yahoo!*. El hecho de que una entidad con estas características tenga semejante poder sobre unos signos que se usan tan masivamente resulta extremadamente relevante. El Consorcio Unicode mantiene un control absoluto sobre las unidades que integran la lista de los Emoji. Nadie fuera de él puede modificarla (Vela, 2020).

En 2009 se decidió encomendar al Consorcio Unicode la estandarización de los Emoji a nivel internacional para su correcta codificación entre dispositivos diferentes (Stark y Crawford, 2015). El catálogo de Emoji se encuentra en constante ampliación. Hay muchas recogidas de firmas para proponer la inclusión de nuevos Emoji, ya sean especialidades gastronómicas, nuevos gestos, caras de varios colores u otras inclusiones. Las personas interesadas en proponer un nuevo Emoji tienen que presentar una petición oficial ante Unicode, que los selecciona a partir de unos criterios establecidos por el consorcio. Al margen de no considerar la inclusión de Emoji que representan marcas comerciales, los principales criterios de selección son los siguientes: compatibilidad, uso esperado, posibilidad de distinguir claramente la imagen, diversidad con respecto a otros Emoji ya existentes, peticiones frecuentes, generalidad de la imagen y tipología específica (The Unicode Consortium, 2015b, pp. 27-28). Analizando más en detalle estos criterios, notamos que subrayan tres características principales. En primer lugar, se favorecen los Emoji que representan objetos concretos y reconocibles en la vida real, por lo que es probable que su etiqueta identificativa sea un sustantivo. En segundo lugar, se privilegian las imágenes “polisémicas” (en el informe se pone el ejemplo de una olla humeante, que puede utilizarse para indicar diferentes especialidades gastronómicas y se explica explícitamente que la carita con lágrimas puede usarse también para indicar el verbo “llorar”). Finalmente, la vinculación con un uso “léxico -semántico” de los Emoji por parte de sus diseñadores es evidente en los datos que utilizan para valorar la frecuencia de uso esperada: se buscan palabras relacionadas en las páginas web, imágenes similares en buscadores, su presencia en la vida diaria y el uso de Emoji relacionados en *Twitter* (The Unicode Consortium, 2015b). Esto indicaría, aparentemente, que los diseñadores parecen tener en mente a la hora de diseñar nuevos Emoji es la posibilidad de sustituir objetos de la vida real por medio de estas pequeñas imágenes; esta idea parece contrastar con la función de los Emoji indicada en la introducción del informe sobre la adición de nuevos caracteres, en la que escriben (The Unicode Consortium, 2015b, p. 4).

Desde marzo de 2019 está vigente la versión 12.0 del estándar, en la que se encuentran más de 3.000 Emoji. Además de las reconocidas caritas amarillas y gestos, este catálogo de pictogramas incluye figuras antropomórficas (personas con diferentes rasgos, atuendo, familias, profesiones, etc.), animales y elementos naturales, comida y bebida, deportes, paisajes, objetos, símbolos varios y más de 200 banderas nacionales y regionales (Sampietro, 2019).

Gráfico II. EMOJI MÁS USADOS INTERNACIONALMENTE.

1º. > A		face with tears of joy
2º. > B		red heart
3º. > C		rolling on the floor laughing
4º. > D		thumbs up
5º. > E		loudly crying face
6º. > F		folded hands
7º. > G		face blowing a kiss
8º. > H		smiling face with hearts
9º. > I		smiling face with heart-eyes
10º. > J		smiling face with smiling eyes

Fuente: UNICODE Consortium, 2021.

Dado que Unicode no establece una definición de los Emoji, simplemente realiza una descripción objetiva del mismo, lo que supone que el individuo haga una interpretación personal que puede ser diferente a la de los demás, generando así una ambigüedad en los mensajes, cuando la función de los Emoji es lo contrario.

En un estudio desarrollado en la Universidad de Minnesota, Estados Unidos desarrollado por Miller, et al., (2015), titulado: *“Blissfully happy” or “ready to fight”: Varying Interpretations of Emoji* (“Dichosamente feliz” o “Listo para pelear”: Verificando Interpretaciones de los Emoji”), se analizó el aspecto de la interpretación individual de los Emoji en el proceso de comunicación, a la luz de la teoría psicolingüística del uso del lenguaje de Herbert Clark. Esta aproximación teórica afirma que cuando una persona comunica algo a través de medios digitales genera en el destinatario una interpretación según la manera como este la cree. Si la intención del mensaje en el proceso de comunicación cambia, entonces se pueden registrar interpretaciones erróneas.

La principal dificultad en el estudio de los Emoji de *WhatsApp*, constituye las actualizaciones de las versiones de Emoji, aprobado periódicamente por el Consorcio Unicode, cuya lista ha crecido de manera significativa e incorporada a los servicios mundiales de mensajería instantánea, que evidencia a su vez, un conjunto de variaciones semánticas y sintácticas en la interpretación de los Emoji de plataformas móviles como *Apple, Google, Microsoft, Samsung* y *LG*, que identifica Miller et al., (2015), donde el 4.5% de símbolos Emoji examinados mantenían el significado de los sentimientos positivos, neutrales o negativos que inspiraban realmente, mientras que un 25% de los encuestados, no estaban de acuerdo con ello (Montenegro y Hermenegildo, 2018).

- Smiley.

La primera imagen que conocimos fue el *Smiley*, la popular cara sonriente, fue creado a finales de los años 60 principios de los 70, para fines comerciales, pero debido al gran impacto que tuvo en la sociedad sirvió como inspiración para la posterior creación de los Emoji.

Gráfico III. SMILEY.



Fuente: wikipedia.orgFuente: wikipedia.org

En 1963 el publicista Harvey R. Bell recibió de una compañía aseguradora el encargo de diseñar unas chapas para levantar el ánimo de sus empleados. Diseñó para la ocasión el famoso *Smiley* amarillo, por el que recibió una compensación de 45\$ (Crampton, 2006; Kringiel, 2011). El éxito del *Smiley* fue inmediato tanto en la compañía como en la sociedad americana. Entre los mayores responsables de esta masiva difusión del *Smiley* se encuentran los hermanos Spain, que produjeron una gran variedad de productos (chapas, pegatinas, tazas, camisetas) decorados con la carita sonriente amarilla, acompañándola con la afirmación “*Have a nice day*” (Baron, 2009).

Hay dos aspectos relacionados con el famoso *Smiley* que son indudables. El primero es que, en ambos contextos, tanto en América como en Francia, el *Smiley* fue diseñado para levantar el ánimo, ya sea de los empleados o de la nación entera. La segunda certeza es que la imagen amarilla tuvo un gran éxito, puesto que encontramos caritas sonrientes en una gran variedad de contextos y objetos de nuestra vida cotidiana también hoy en día: no es infrecuente, por ejemplo, encontrar anuncios, instrucciones u objetos que contienen el pictograma de la carita sonriente o triste. Sin embargo, no todo son luces. Savage (2009) nos recuerda que el *Smiley* actualmente sigue oscilando entre una imagen positiva y negativa: por un lado, es símbolo de la cultura pop y de la necesidad de sonreír en la América post-bélica, por otro también se asocia con algunos aspectos negativos. Por ejemplo, entre finales de los años 70 y principios de los 80 el *movimiento punk* se apropió del *Smiley* y posteriormente transmitió el icono a la música *acid house* e hizo del *Smiley* en su emblema: la sonrisa motivadora de Harvey Ball se convirtió en sinónimo de consumo de éxtasis, en cuyas píldoras se imprimía a veces la célebre cara feliz (Sampietro, 2016).

- Emoticonos.

Más tarde, llegaron los Emoticonos. Esta palabra es una fusión entre los términos *emotion* (‘emoción’) y *icon* (‘icono’). Son representaciones esquemáticas de expresiones faciales que se añaden a los intercambios que tienen lugar en soportes digitales. Tradicionalmente los Emoticonos se componían de secuencias de signos de puntuación, pero en la actualidad hay una gran variedad de pequeñas imágenes prediseñadas. En castellano se suele utilizar el término “Emoticono” como termino genérico para designar toda la gama de caritas o imágenes que se incluyen en los mensajes electrónicos. En inglés, al contrario, con *Emoticon* se suelen indicar principalmente las caritas reproducidas a través de una secuencia de signos de puntuación (aunque puede haber fluctuaciones en el uso del término), mientras que, para referirse a los

Emoticonos gráficos, representados por pequeñas imágenes, se prefiere la palabra *Smiley* o las terminologías propias de cada soporte, como *Emoji* o *Sticker*.

Se suele atribuir la creación de los Emoticonos a Scott Fahlman, investigador de la universidad estadounidense Carnegie Mellon, que en 1982 propuso añadir a las conversaciones electrónicas los signos :-) para marcar afirmaciones publicadas con fines jocosos y girar el paréntesis para indicar cuando se habla en serio.

Los primeros Emoticonos fueron :-) y :- (. Inclinando la cabeza hacia la izquierda, estas secuencias de signos de puntuación aluden esquemáticamente a una carita sonriente o triste: los dos puntos representarían los ojos, el guion la nariz y el paréntesis una boca sonriente o triste, respectivamente. Al margen de poder representar el mismo Emoticono sin la “nariz”, :), o con signos diferentes para indicarla, como : ^) o :- ^), la creatividad de los usuarios desarrolló centenares de signos que representan no solo expresiones faciales o estados anímicos, sino también un sinfín de objetos y acciones. En el gráfico IV, presentamos una pequeña selección de algunos Emoticonos textuales recogidos por la Wikipedia (Sampietro, 2016).

Gráfico IV. EMOTICONOS Y DEFINICIÓN.

:-) :) :o) :] :3 :c) :> =] 8) =) :} :^) :~)	Sonrisa
:-D :D 8-D 8D x-D xD X-D XD :~ D =-D =D =-3 =3 B^D	Risa
:(:(:-c :c :-< :~ C :< :-[T.T :[:{	Tristeza
;-) ;) *-) *) ;~ ;] ;D ;^) :-,	Guiño, sonrisa
>:P ;:P :P X-P x-p xp XP :-p :p =p :-p :p :-b :b	Lengua fuera, atrevido, juguetón
@}~;-'--- @>-->--	Rosa

Fuente: Wikipedia

- **Emoji.**

Con el paso del tiempo y los cambios que generaron los Emoticonos se llegó a la creación de los Emoji. Este término deriva del japonés, en ese caso de (*imagen*) y *moji* (*carácter*). Creados a finales de los años 90 en Japón por Shigetaka Kurita, siendo este un trabajador de la empresa de telecomunicaciones japonesa Docomo, creó una serie de Emoji (Gráfico V) (Blagdon, 2013; Mosendz, 2014). Los Emoji se tratan de pequeños pictogramas en color (Gráfico VI), que se añaden a los intercambios electrónicos en diferentes soportes. Calero Vaquera (2014) incluye los Emoji en la categoría de los Emoticonos de segunda generación, que denomina “Emoticonos figurativos estáticos” (Sampietro, 2016).

Gráfico V: Emoji originales de Shigetaka Kurita para Docomo, proveedor de telecomunicaciones japonés.



Fuente: Emojipedia.

Gráfico VI: EMOJI.



Fuente: Emojipedia

El uso de los Emoji se popularizó en España especialmente gracias a la aplicación de mensajería *WhatsApp* (Calero Vaquera, 2014), que integra un teclado de Emoji. En estos dispositivos los Emoticonos son tratados como imágenes. Los usuarios disponen así de un conjunto predeterminado, por lo que no son fruto de la asociación de distintos signos o caracteres, como en el caso de los Emoticonos tipográficos. Según Calero Vaquera (2014, p. 103), este atributo haría los Emoji “más representativos” que sus antecedentes compuestos por secuencias de caracteres ASCII, y constituiría uno de los fundamentos de su popularidad (Sanpietro, 2016).

Con el paso del tiempo los Emoji se han convertido en una nueva forma de comunicación que permite la proyección de nuestros sentimientos, emociones, estados de ánimo, intereses o percepciones particulares de las cosas en un chat de conversación.

La ciencia ha justificado su uso en la escritura diaria de los Emoticonos y los Emoji desde siete razones (Europa Press, 20 de enero del 2015): 1. Te hacen más popular en las redes sociales, 2. El rostro humano

reacciona a ellos de forma real, 3. Son correctos incluso en los entornos de negocio, 4. Suavizan los mensajes críticos, 5. Te hacen parecer más amable y competente, 6. Crean un lugar de trabajo más feliz, 7. Tienen correlación con la felicidad en la vida real.

La intención comunicativa como factor de la prevalencia en el uso de Emoji es analizada por Kaye, Malone & Wall (2017), mediante un estudio titulado “Emoji: Perspectivas, *Affordances* y Posibilidades para la Ciencia Psicológica”, en referencia como los Emoji permiten transmitir una expresión emocional con intención comunicativa en un mensaje, atribuido en forma de mecanismo compensatorio. A juicio de los investigadores, el uso de Emoji se encontraría relacionado más con la personalidad que con la edad (Montenegro y Hermenegildo, 2018).

- **Stickers.**

Finalmente se merece una mención específica la última evolución de la comunicación por mensajería instantánea, los *Stickers*. Al igual que los Emoji, se trata de imágenes que se usan para convenir una idea o emoción, pero existen varias diferencias fundamentales con respecto a los Emoji. Los *Stickers* no son imágenes creadas por empresas para sus aplicaciones y luego mandadas a una organización (UNICODE Consortium) para su aprobación, estandarización y codificación. Los *Stickers* son imágenes obtenidas y modificadas por los mismos usuarios de las aplicaciones, y no siguen una normativa o codificación internacional. Además, no son inicialmente accesibles para los usuarios de las aplicaciones de mensajería, y en cambio deben ser creadas *ad hoc* o copiadas de otros usuarios para su uso posterior. Puede tratarse de fotos personales, imágenes descargadas de Internet, o modificaciones variadas de estas fuentes, que en muchos casos incorporan textos o animaciones, cosa que las diferencia de manera fundamental de los Emoji (Rovira, 2022).

- **Variables que distinguen el papel socializador de los Emoji.**

Una vez finalizados los conceptos e ideas fundamentales de esta investigación, queremos remarcar algunas variables que pueden diferenciar el papel socializador de los Emoji.

En el proceso de uso de Emoji, las diferencias entre las características individuales, las plataformas, los antecedentes culturales y los contextos pueden dar lugar a diferentes interpretaciones. Los Emoji también se utilizan para algunos temas específicos, como en contextos sexualmente sugestivos (Thomson et al., 2018).

En cuanto a la diversidad individual, el uso de los Emoji está influenciado por características demográficas y psicológicas individuales. Se destacan las diferencias de género en el uso de Emoji, donde las mujeres los usan con más frecuencia y de manera más positiva que los hombres, y perciben los Emoji como más familiares y claros. También se mencionan las diferencias psicológicas individuales, donde los usuarios extrovertidos y con rasgos de autocontrol usan más Emoji en Facebook, mientras que aquellos con angustia emocional los usan menos. Finalmente, se señala que las personas están creando sus propias expresiones de Emoji para expresar su diversidad individual.

Es importante también la diversidad cultural. El uso de Emoji está influenciado por varios factores, incluyendo el contexto lingüístico y social, las convenciones culturales y el entorno de los usuarios. Las

diferencias culturales tienen un impacto significativo en el uso de Emoji, y los usuarios de diferentes culturas utilizan Emoji específicos según su propia cultura. Las personas en países con alta distancia de poder e indulgencia usan más Emoji que representan emociones negativas, mientras que las personas en países con alta evitación de la incertidumbre, individualismo y orientación a largo plazo a menudo usan Emoji que representan emociones positivas. También hay diferencias en el uso de Emoji entre grupos culturales específicos, como adultos en pueblos pequeños y rurales del sur de China y adolescentes japoneses. Además, el uso de Emoji está relacionado con las relaciones interpersonales y los participantes más íntimos y comprensivos utilizan Emoji más específicos y vívidos.

La diversidad de plataformas es un factor importante que afecta el uso de los Emoji. A pesar de que los Emoji usan Unicode, el estilo de presentación de los Emoji en diferentes plataformas y las especificaciones arquitectónicas de diferentes plataformas de red afectarán las preferencias de los usuarios (Gráfico VII). Los estudios han encontrado que los Emoji en la plataforma IOS son estéticamente más atractivos, familiares, claros y significativos que los de la plataforma Android. Además, los usuarios de diferentes plataformas tienen preferencias únicas al usar Emoji. Por lo tanto, la interpretación semántica y emocional de los Emoji puede variar entre diferentes plataformas, lo que puede dar lugar a malentendidos y divergencias en su uso multiplataforma. Aunque algunos investigadores creen que el uso de Emoji es generalmente consistente en todas las plataformas, excepto en el correo electrónico, que no es adecuado para usar Emoji.

Gráfico VII: Diferencias de Emoji en las principales plataformas.

	Face with tears of joy	Red heart	Pleading face	Fire	Smiling face with heart-eyes	Smiling face with smiling eyes	Smiling face with hearts	Thumbs up	Thinking face
IOS									
Android									
Windows									

Fuente: Emojipedia.

5. OBJETIVOS E HIPÓTESIS.

Objetivo general.

Este estudio tiene como objetivo principal analizar y comprender el papel mediador de los Emoji en las interacciones sociales que se realizan a través de los teléfonos móviles y otros dispositivos tecnológicos, a partir del estudio de los Emoji según variables sociodemográficas y psicológicas y su aportación al discurso según estas variables.

Objetivos específicos.

- Comprobar la existencia de brecha digital según la edad
- Examinar la utilización del Emoji según el sexo/género
- Constatar la utilización del Emoji según el nivel de estudios de los usuarios.
- Estudiar las diferentes interpretaciones de los Emoji según variables sociodemográficas y psicológicas.
- Analizar el uso de las tecnologías en las personas según la edad de estas.

Hipótesis.

1. La función, uso e interpretación del Emoji en las interacciones sociales varía en función de la edad, observándose una brecha digital ya que a cuanto más edad tengan los usuarios menos usos le dan a los mismos.
2. La función, uso e interpretación del Emoji en las interacciones sociales varía en función del sexo, siendo las mujeres las que los utilizan con más frecuencia.
3. La función, uso e interpretación del Emoji en las interacciones sociales varía en función del nivel de estudios, siendo las personas con mayor nivel de estudios las que utilizan y entienden mejor el papel de los Emoji.

6. METODOLOGÍA.

Diseño.

Estudio descriptivo transversal.

Muestra.

Los participantes serán personas que cumplan los criterios siguientes:

- Personas mayores de 18 años.
- Capacidad para leer y escribir en español.
- Que den su consentimiento y que deseen participar voluntariamente.

Los criterios de exclusión son:

- Menores de 18 años.
- Personas que no den su consentimiento y no deseen participar.

Cálculo tamaño de la muestra.

Éste es un estudio exploratorio del que no se disponen datos previos para su justificación estadística. No obstante, se revisaron estudios que tuvieran características similares y se concretó el tamaño de muestra en alrededor de 200 sujetos [28]. Aceptando un riesgo alfa de 0.05 y un riesgo beta de 0,2 en un contraste bilateral, este tamaño de muestra permite detectar correlaciones de tamaño pequeño, con un coeficiente de correlación de 0,2.

Procedimiento.

La muestra estará configurada por aquellos sujetos de la población general no clínica que voluntariamente deseen cumplimentar la evaluación y den su consentimiento para ser incluidos en el estudio, además de cumplir con los criterios de inclusión/exclusión descritos anteriormente. Se reclutará a los participantes difundiendo el estudio por las redes sociales del grupo de investigación que lidera el investigador principal del trabajo. Los cuestionarios serán completados por los participantes de forma autónoma y voluntaria a través de la plataforma SurveyMonkey donde encontrarán el cuaderno de recogida de datos en el que se incluye la información sobre el estudio, el consentimiento informado y las distintas cuestiones sociodemográficas y escalas de medición.

Variables del estudio.

Las variables sociodemográficas y laborales de los participantes se recopilarán con un cuestionario diseñado para este estudio en el que se incluyen: género, edad y nivel de estudios.

Para recoger específicamente la información relacionada con el uso de los Emoji que hacen las personas, se ha creado la siguiente serie de preguntas ad hoc:

- Utilización de Emoji.
 1. ¿Usas Emoticonos en los mensajes?
 4. ¿Qué Emoji usarías para expresar la siguiente emoción? Y el nivel de dificultad en poder elegir uno: alegría; asco, ira, tristeza, sorpresa, miedo, desprecio, placer, soledad, culpa, celos, envidia, gratitud, indignación, malestar, dominación, sumisión y bienestar.
 6. ¿Usas de forma sarcástica los Emoji?
 7. ¿Usas los Emoji para suavizar el mensaje a tu interlocutor?

10. En tu uso habitual, ¿Crees que los usas para reducir conflictos o para producir conflictos?

- Frecuencia del uso de Emoji.

2. ¿Con qué frecuencia usas Emoticonos en los mensajes?

- Emoji más frecuentes.

3. ¿Puedes señalarnos qué Emoji te indica tu móvil que son los que usas con frecuencia? (escribe los 10 primeros)

5. ¿Cuál es el Emoji que más usas?, y además de este, ¿cuáles son los 9 Emoji que dirías que más usas?

17. ¿Cuál es tu Emoji favorito?

- Interpretación de Emoji.

8. ¿Echas de menos alguna expresión o emoción que no se pueda expresar bien con los Emoji disponibles?

9. ¿Cuál sería esta expresión o emoción que no se puede expresar bien con los Emoji disponibles?

11. ¿Este último mes has tenido alguna situación de mala interpretación?

12. En el caso de haber marcado “sí”, ¿Nos la puedes explicar brevemente?

13. ¿Crees mayoritariamente que lo que expresas en tus mensajes apoyados por Emoji es lo mismo que lo que interpreta la persona con la que te estás comunicando?

14. Si es que no, ¿en qué situaciones, con qué personas, se suele dar más?

15. Evalúe los siguientes Emoji en las 3 dimensiones que aparecen a continuación: disfrute (feliz-triste), energía (activado-tranquilo) y control (falta de control-controlar, dominar la situación).

18. ¿Hay alguna emoción, sentimiento o expresión que crees que no recoge ningún Emoji, que no encuentras ningún Emoji para representarlo?, ¿Cuál o cuáles serían?

- Situaciones.

16. Escribe un mensaje de *Whatsapp* (texto más Emoji) para tratar de conseguir lo que se indica en cada historia.

Instrumentos de autoinforme y variables.

- **Escala de Conciencia de Atención Consciente (*Mindful Attention Awareness Scale; MAAS*).**

Es un cuestionario que consta de 15 ítems y se puntúan según una escala Likert con un rango entre 1 (casi siempre) hasta 6 (casi nunca). Mide la frecuencia del estado de mindfulness en la vida diaria sin que sea necesario que los sujetos hayan recibido entrenamiento. La puntuación se obtiene a partir de la media aritmética del total de ítems y puntuaciones elevadas indican mayor estado mindfulness.

- **Índice de Reactividad Interpersonal (*Interpersonal Reactivity Index; IRI*).**

Es una medida multidimensional sobre el constructo de la empatía. Consta de cuatro subescalas de siete preguntas, donde cada subescala describe un aspecto separado del concepto global de *empatía*. Una primera subclasificación del concepto considera la diferenciación entre *empatía cognitiva* (definida como el proceso de comprender el punto de vista de otra persona) y *empatía afectiva* —o emocional— (definida como la respuesta emocional de quien observa el estado afectivo de otras personas). El Índice de Reactividad

Interpersonal proporciona dos subescalas para la medida de la empatía cognitiva (la escala de toma de perspectiva y la escala de fantasía) y dos más para la medida de la empatía afectiva (la escala de preocupación empática y la escala de angustia personal).

- **Escala Rasgo de Metaconocimientos sobre Estados Emocionales (*Trait Meta-Mood Scale; TMMS-24*).**

Este cuestionario está conformado por 24 ítems con ocho reactivos por cada sub-escala respectivamente: a) Atención Emocional, b) Claridad Emocional y c) Reparación Emocional. El formato de respuesta consiste en una escala tipo Likert que presenta cinco opciones (1. totalmente en desacuerdo; 2. en desacuerdo; 3. ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4. de acuerdo; 5. totalmente de acuerdo). En la consigna, se pide a la persona que indique el grado de acuerdo con cada afirmación sobre sus emociones y sentimientos. Para obtener la puntuación en cada uno de los factores, se suman los ítems del 1 al 8 para el factor Atención Emocional, los ítems del 9 al 16 para el factor Claridad Emocional y del 17 al 24 para el factor Reparación Emocional.

- **Escala de Bienestar Mental *Warwick-Edinburgh* (*Wawick-Edinburgh Mental Well-being Scale; WEMWBS*).**

Esta escala consta de 14 ítems, todos ellos redactados como afirmaciones referentes a sentimientos o pensamientos que la persona ha tenido en las últimas dos semanas. Cada ítem tiene 5 opciones de respuesta, con una puntuación de 1 a 5. El 1 indica que esa experiencia no le ocurre nunca y el 5 que le ocurre siempre. Todos los ítems están redactados con la misma direccionalidad, de forma tal que un mayor puntaje indica un mayor bienestar mental.

- **Satisfacción con la vida.**

Ítem ad hoc en el que a partir de una escala que va desde 1 (extremadamente insatisfecho) hasta 10 (extremadamente satisfecho) se pregunta el nivel de satisfacción con la vida que consideran tener el participante.

7. ANÁLISIS DE DATOS.

Todos los análisis se realizan utilizando el Paquete Estadístico para las Ciencias© (SPSS) versión 25.0. En primera instancia se aplicarán las pruebas de normalidad para identificar el tipo de distribución de cada una de las variables. En el caso de las variables que cumplan los supuestos correspondientes se aplicará la prueba T de *student* para muestras independientes, y la prueba no paramétrica U de Mann-Whitney en aquellos casos que no cumplan los supuestos. Por otro lado, para evaluar la dirección y magnitud de la asociación entre las variables se aplicará el coeficiente de correlación de Pearson con aquellas variables que cumplan todas las condiciones necesarias, y en caso contrario, se aplicará el coeficiente de correlación no paramétrico de Spearman.

A continuación, se muestran las características sociodemográficas de la muestra total y de una forma más específica sobre el género y rango de edad de estos. La mayoría de estas variables son categóricas, utilizando porcentajes para los datos cualitativos, así como la media y la desviación típica para los datos cuantitativos.

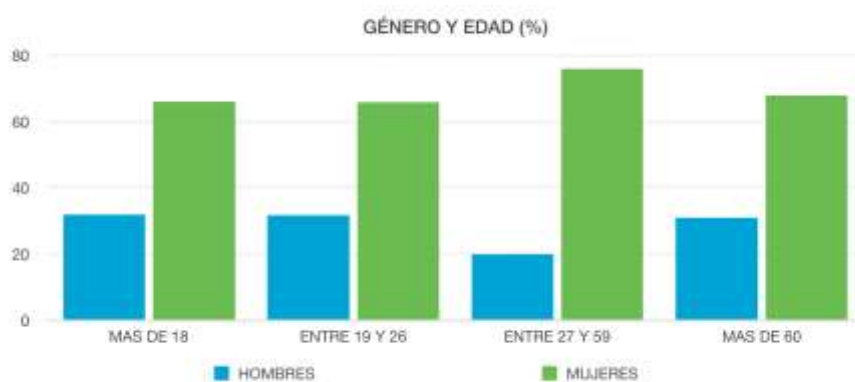
La muestra estuvo compuesta por 207 personas, mayoritariamente por mujeres, siendo estas un 67,6%, y los hombres forman un 30,4%. En el cuestionario aparecen dos opciones más: “No binario” y “Prefiero no contestar”, dado que una de ellas nadie la señaló y en la otra el porcentaje con respecto a la muestra es muy bajo (3,38%), consideramos que no es relevante en el estudio.

A) VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS.

En cuanto a los rangos de edad, como vemos en el *Gráfico VIII*, con respecto a los hombres (N=63); un 32% tienen 18 años o más; un 31,8% tienen entre 19 y 26 años; un 20% tienen entre 27 y 59 años; y un 31,9% tienen 60 años.

Con respecto a las mujeres (N=140), un 66% tienen 18 años o más; un 65,9% tienen entre 19 y 26 años; un 76% tienen entre 27 y 59 años; y un 68,1% tienen 60 años.

GRÁFICO VIII: GÉNERO Y EDAD (%).



Fuente: Elaboración propia.

A.1) Nivel de estudios.

- Según el género.

En cuanto al nivel de estudios, observamos en el *Gráfico IX* que tanto en hombres (N=63) como en mujeres (N=140) predominan los estudios universitarios, siendo un 54% y un 44,3% respectivamente.

- Según el rango de edad.

Observamos en el *Gráfico X*, que, en el rango de edad, el grupo de entre 19 y 26 años (N=85) es donde encontramos a más personas con más estudios universitarios, siendo un 63,5%.

GRÁFICO IX: SEXO Y NIVEL DE ESTUDIOS (%).



Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO X: RANGOS DE EDAD Y NIVEL DE ESTUDIOS (%).



Fuente: Elaboración propia.

A.2) Uso de emoticonos.

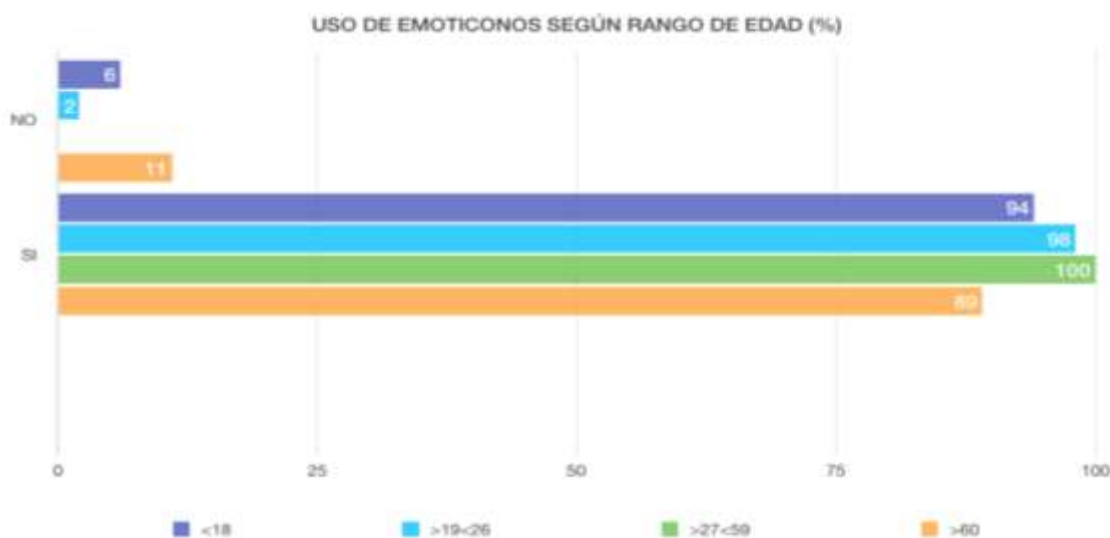
- Según el género.

Con respecto a esta variable, entre hombres (N=63) y mujeres (N=140) no hay diferencias significativas, aunque el uso es un poco mayor en las mujeres.

- Según el rango de edad.

No encontramos tampoco grandes diferencias, se observa que las personas mayores de 60 años (N=47) son los que ligeramente usan menos los emoticonos en los mensajes (89,4%) (Ver *Gráfico XI*).

GRÁFICO XI: USO DE EMOTICONOS POR RANGO DE EDAD (%).



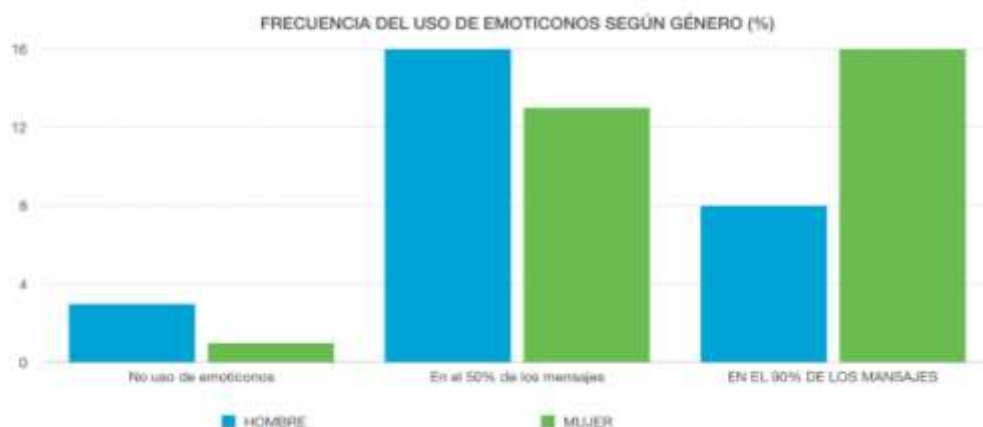
Fuente: Elaboración propia.

A.3) Frecuencia del uso de emoticonos.

- Según el género.

Nos encontramos, *Gráfico XII*, con que los hombres (N=63) usan emoticonos entre un 30-50% de los mensajes que mandan. En cambio, la mayoría de las mujeres (N=140) aseguran usarlos hasta en un 90% de los mensajes.

GRÁFICO XII: FRECUENCIA DEL USO DE EMOTICONOS SEGÚN GÉNERO (%).

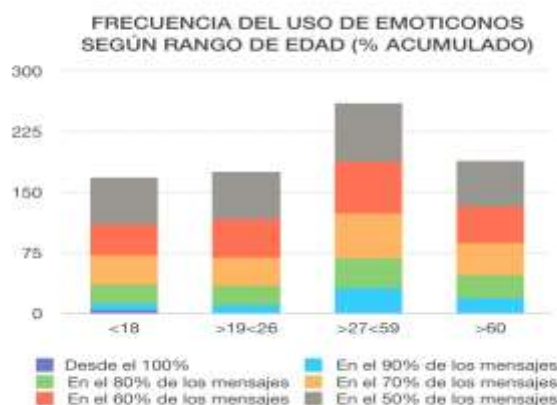


Fuente: Elaboración propia.

- Según el rango de edad.

El 58% de las personas de 18 años utilizan los Emoticonos en el 50% de sus mensajes; el 58,8% del grupo de edad de 19 a 26 años utiliza los Emoticonos en la mitad de sus mensajes; el 72% del grupo de 27 a 59 años los utiliza en la mitad de sus mensajes; y, por último, el 57,4% de las personas de 60 años los utiliza también en la mitad de sus mensajes. (Ver *Gráfico XIII*).

GRÁFICO XIII: FRECUENCIA DEL USO DE EMOTICONOS SEGÚN RANGO DE EDAD.



Fuente: Elaboración propia.

A.4) Uso de los emoticonos de forma sarcástica.

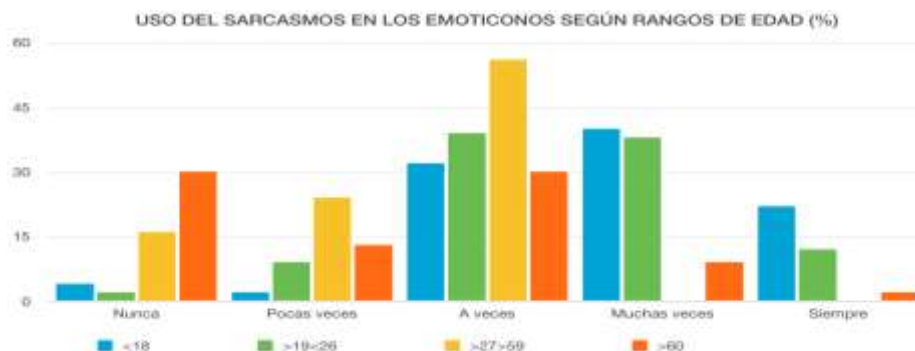
- Según el género.

El 42,9% de las mujeres afirma utilizar los Emoticonos de forma sarcástica “Siempre” o “Muchas veces” mientras que el 31,1% de los hombres afirman utilizarlo “Siempre” o “Muchas veces”. Por lo que podemos afirmar que las mujeres usan más los emoticonos de forma sarcástica que los hombres.

- Según el rango de edad.

Observamos, en el *Gráfico XIV*, que todos los grupos, excepto los de 60 años (N=47), aseguran usar los emoticonos de forma sarcástica entre “Muchas veces” y “A veces”.

GRÁFICO XIV: USO DEL SARCASMO EN LOS EMOTICONOS SEGÚN RANGOS DE EDAD (%).



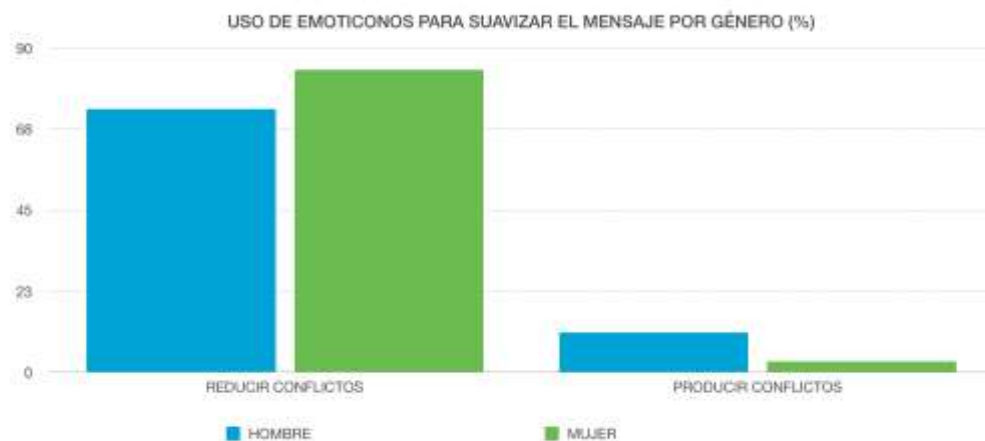
Fuente: Elaboración propia.

A.5) Uso de los emoticonos para suavizar el mensaje.

- Según el género.

Observamos, en el *Gráfico XV*, que tanto la gran parte de los hombres (N=63) como la mayoría de las mujeres (N=140) lo usan “Muchas veces” y “A veces”.

GRÁFICO XV: USO DE EMOTICONOS PARA SUAVIZAR EL MENSAJE POR GÉNERO (%).

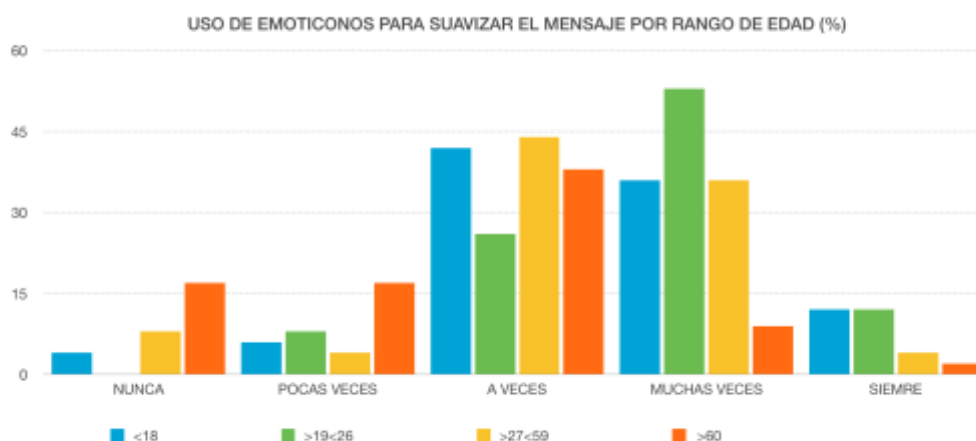


Fuente: Elaboración propia.

- Según el rango de edad.

Sucede lo mismo con los grupos de edad, para todos los grupos el uso es el mismo, excepto para el grupo de 60 (N=47), donde la mayoría de las personas solo lo usa “A veces”, “Pocas veces” o “Nunca” (Ver *Gráfico XVI*).

GRÁFICO XVI: USO DE EMOTICONOS PARA SUAVIZAR EL MENSAJE POR RANGO DE EDAD (%).



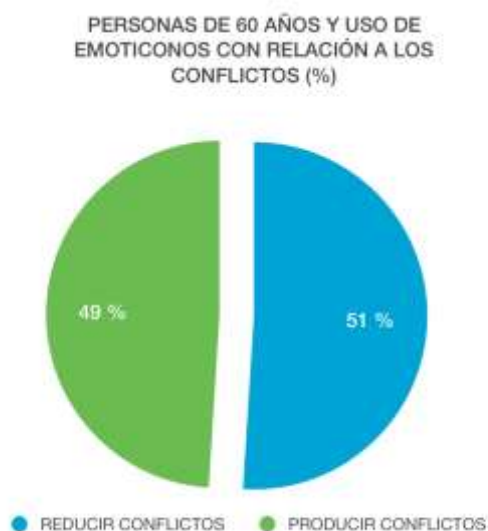
Fuente: Elaboración propia.

A.6) Uso de los Emoticonos con respecto a los conflictos.

- Según el rango de edad.

Destacamos que en el grupo de edad de las personas de 60 años (N=47) se observa una similitud en cuanto a los resultados dado que un 51,1% de las personas lo usan para reducir los conflictos y un 49% lo usan para producir conflictos. Esto no se observa en el resto de los grupos de edad ni tampoco en los diferentes géneros (Ver Gráfico XVII).

GRÁFICO XVII: PERSONAS DE 60 AÑOS Y USO DE LOS EMOTICONOS RELACIÓN A LOS CONFLICTOS (%).



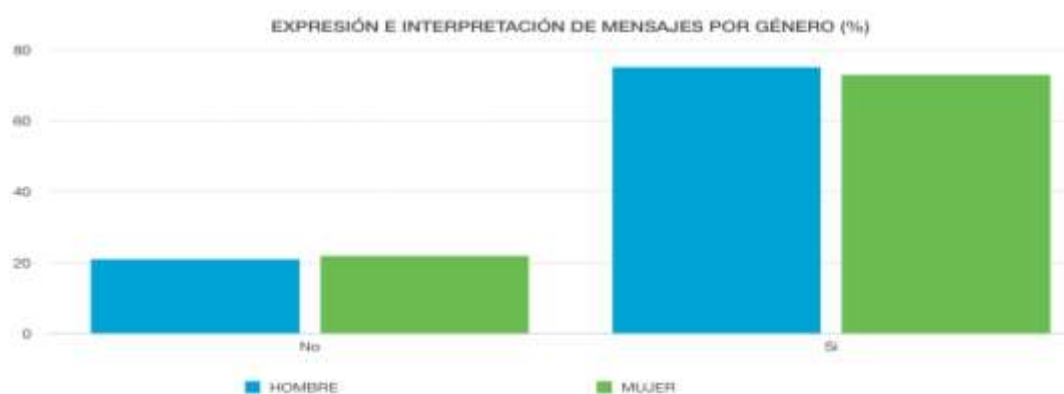
Fuente: Elaboración propia.

A.7) Expresión e interpretación de mensajes.

- Según el género y el rango de edad.

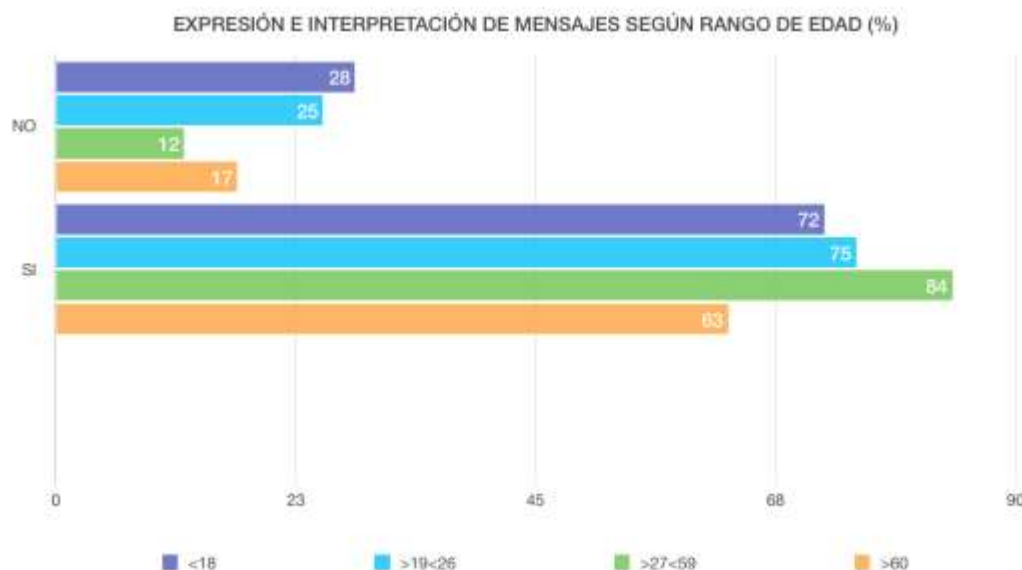
Por último, con relación a si las personas consideran que lo que expresan con la ayuda de los Emoticonos es lo mismo a lo que recibe la persona con la que se están comunicando, tanto por género como por rango de edad, consideran mayoritariamente que sí que expresan lo mismo que recibe la otra persona (Ver Gráfico XVIII y Gráfico XIX).

GRÁFICO XVIII: EXPRESIÓN E INTERPRETACIÓN DE MENSAJES POR GÉNERO (%).



Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO XIX: EXPRESIÓN E INTERPRETACIÓN DE MENSAJES SEGÚN RANGO DE EDAD.



Fuente: Elaboración propia.

B) VARIABLES PSICOLÓGICAS.

B.1) Grado de satisfacción global con el tiempo que se dispone para hacer lo que le gusta.

- Según el género.

Con respecto al grado de satisfacción global con el tiempo que dispone para hacer lo que le gusta, en una escala del 0 al 10 (0 nada satisfecho y 10 plenamente satisfecho), la media de los hombres (N=63) es 7,37 con una desviación típica del 1,559. En cuanto a la media de las mujeres (N=140) es de 6,76 y una desviación típica de 1,774 (Ver Gráfico XX).

GRÁFICO XX: GRADO DE SATISFACCIÓN CON EL TIEMPO QUE SE DISPONE PARA HACER LO QUE LES GUSTA EN UNA ESCALA DE 0 A 10 SEGÚN GÉNERO.



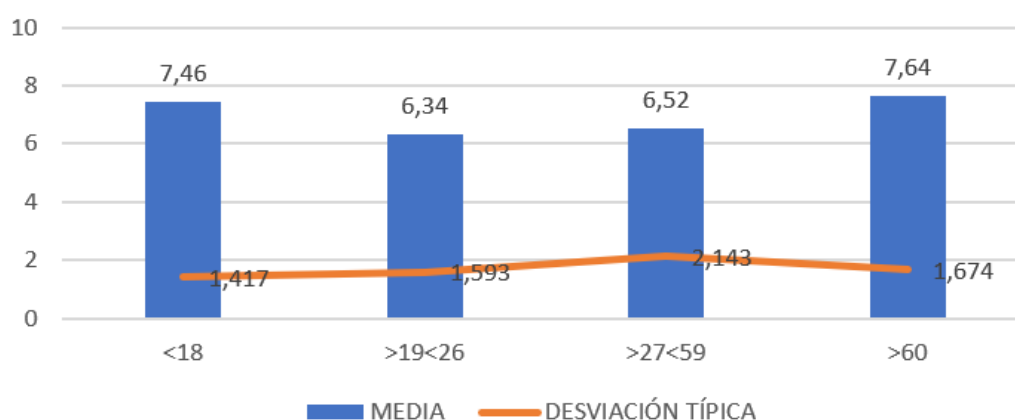
Fuente: Elaboración propia.

- **Según el rango de edad.**

Como vemos en el *Gráfico XXI*, la media de las personas de 18 años (N=50) cuentan con una media de 7,46 y una desviación típica de 1,417; para el grupo de edad de entre 19 y 26 años (N=85) la media es 6,34 con una desviación típica de 1,593; el rango de edad de entre 27 y 59 años (N=25) cuenta con una media de 6,52 y una desviación típica de 2,143; por último, la media para las personas de 60 años (N=47) es de 7,64 y una desviación típica de 1,674.

GRÁFICO XXI: GRADO DE SATISFACCIÓN GLOBAL CON EL TIEMPO QUE DISPONEN PARA HACER LO QUE LES GUSTA EN UNA ESCALA DE 0 A 10 SEGÚN RANGO DE EDAD.

Grado de satisfacción global con el tiempo que disponen para hacer lo que les gusta en una escala de 0 a 10 según rango de edad.



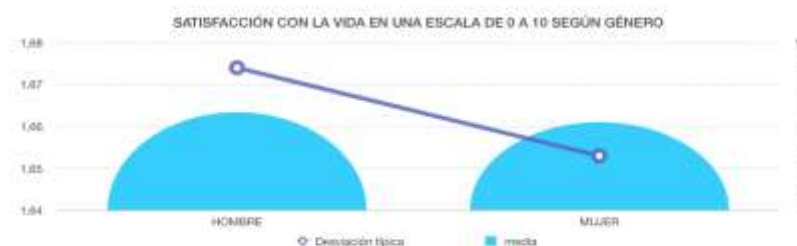
Fuente: Elaboración propia.

B.2) Grado de satisfacción con la vida.

- **Según el género.**

Con respecto a la satisfacción que tienen las personas con su vida, la media para los hombres (N=63) es de 7,51 con una desviación típica de 1,674, En cambio para las mujeres (N=140), la media es de 7,17 y una desviación típica 1,653 (Ver *Gráfico XXII*).

GRÁFICA XXII: SATISFACCIÓN CON LA VIDA EN UNA ESCALA DE 0 A 10 SEGÚN GÉNERO.



Fuente: Elaboración propia.

- **Según el rango de edad.**

Como observamos en el *Gráfico XXIII*, las personas de 18 años (N=50) cuentan con una media de 7,52 y una desviación típica de 1,418; para el grupo de edad de entre 19 y 26 años (N=85) la media es 7,14 con una desviación típica de 1,663; el rango de edad de entre 27 y 59 años (N=25) cuenta con una media de 7,16 y una desviación típica de 1,864; por último, la media para las personas de 60 años (N=47) es de 7,30 y una desviación típica de 1,756.

GRÁFICO XXIII: SATISFACCIÓN CON LA VIDA EN UNA ESCALA DE 0 A 10 SEGÚN RANGO DE EDAD.



Fuente: Elaboración propia.

C) ESCALAS

C.1) Escala MAAS.

- **Según género.**

Para esta escala la puntuación media para los hombres, siendo N= 52, es de 3,89 con una desviación típica 0,82. Para las mujeres, siendo N=116, es de 3,63 con una desviación típica de 0,82 (Ver *Gráfico XXIV*).

GRÁFICO XXIV: ESCALA DE CONCIENCIA DE ATENCIÓN CONSCIENTE, SEGÚN GÉNERO.



Fuente: Elaboración propia.

Como podemos observar, tanto en los datos como en la gráfica, no hay grandes diferencias entre los géneros dado que la media tan solo hay una diferencia de 0,26, contando con una misma desviación típica. Con esto podemos concluir que ambos géneros cuentan con la misma capacidad para focalizar la atención en el momento presente.

- **Según el rango de edad.**

La puntuación media para las personas de 18, N=45, años es de 3,55 con una desviación típica de 0,81; en cuanto a las personas de 19 a 26 años, N= 80, la media es de 3,6 y la desviación típica de 0,76; para el grupo de edad de 27 a 59 años, N=23, la media es de 3,83 y una desviación típica de 0,83; para las personas de 60 años, N=24, la media es de 4,31 y la desviación típica de 0,8 (Ver Gráfico XXV).

En cuanto a los rangos de edad, podemos observar que en el grupo de las personas de 60 años cuentan con una mayor puntuación media que el resto de los grupos, con lo que podemos concluir que estos cuentan con una mayor atención que el resto. En relación con el grupo de población de 18 años son los que menos puntuación tienen, lo que viene a significar que su capacidad para estar atento y consciente en el momento presente es menor.

GRÁFICO XXV: ESCALA DE CONCIENCIA DE ATENCIÓN CONSCIENTE, SEGÚN RANGO DE EDAD.



Fuente: Elaboración propia.

C.2) Escala Rasgo de Metaconocimientos sobre Estados Emocionales (Trait Meta-Mood Scale; TMMS-24).

C.2.1) Subescala de Atención del TMMS.

Los puntos de corte para los hombres son:

- <21: Debe de mejorar su atención: presta poca atención.
- 22-32: Adecuada atención.
- >33: Debe de mejorar su atención: presta demasiada atención.

Los puntos de corte para las mujeres son:

- <24: Debe de mejorar su atención: presta poca atención.
- 25-35: Adecuada atención.
- >36: Debe de mejorar su atención: presta demasiada atención.

- **Según el género.**

Como observamos en el *Gráfico XXVI*, la media para hombres, N= 48, es de 27,17 con una desviación típica de 7,48. Para las mujeres, N= 99, cuentan con una media de 27,56 y con una desviación típica de 6,86. Observando los puntos de corte para cada género junto a las medias que hemos obtenido, podemos concluir que en ambos sexos la atención es adecuada, dado que se encuentra entre los valores 22-32 para hombres y 25-35 para mujeres.

GRÁFICO XXVI: SUBESCALA DE ATENCIÓN, DE LA ESCALA RASGO DE METACONOCIMIENTOS SOBRE ESTADOS EMOCIONALES, SEGÚN GÉNERO.



Fuente: Elaboración propia.

- **Según el rango de edad.**

Como muestra el *Gráfico XXVII*, la puntuación media para las personas de 18 años, N= 43, es de 27,56 con una desviación típica de 6,5; en cuanto a las personas de 19 a 26 años, N=61, la media es de 29,59 y la desviación típica de 6,33; para el grupo de edad de 27 a 59 años, N=22, la media es de 27,23 y una desviación típica de 6,46; para las personas de 60 años, N=23, la media es de 21,7 y la desviación típica de 7,23.

GRÁFICO XXVII: SUBESCALA DE ATENCIÓN DE LA ESCALA RASGO DE METACONOCIMIENTOS SOBRE ESTADOS EMOCIONALES, SEGÚN RANGO DE EDAD.



Fuente: Elaboración propia.

C.2.2) Subescala de Claridad del TMMS.

Los puntos de corte para los hombres son:

- <25: Debe mejorar su comprensión.
- 26-35: Adecuada comprensión.
- >36: excelente comprensión.

Los puntos de corte para los hombres son:

- <23: Debe mejorar su comprensión.
- 24-34: Adecuada comprensión.
- >35: excelente comprensión.

- Según el género.

La media para hombres, N= 46, es de 26,61 con una desviación típica de 7,19. Para las mujeres, N=97, cuentan con una media de 25,08 y con una desviación típica de 7,35 (Ver *Gráfico XXVIII*).

Observando los puntos de corte para cada género junto a las medias que hemos obtenido, podemos concluir que en ambos sexos cuentan con una comprensión adecuada, dado que se encuentra entre los valores 26-35 para hombres y 24-34 para mujeres.

GRÁFICO XXVIII: SUBESCALA DE CLARIDAD, DE LA ESCALA RASGO DE METACONOCIMIENTOS SOBRE ESTADOS EMOCIONALES, SEGÚN GÉNERO.



Fuente: Elaboración propia.

- Según el rango de edad.

En el *Gráfico XXIX*, podemos observar la puntuación media para las personas de 18 años, N=45, es de 24,22 con una desviación típica de 6,86; en cuanto a las personas de 19 a 26 años, N=60, la media es de 25,6 y la desviación típica de 7,16; para el grupo de edad de 27 a 59 años, N=24, la media es de 26,5 y una

desviación típica de 8,38; para las personas de 60 años, N= 18, la media es de 26,83 y la desviación típica de 7,51.

GRÁFICO XXIX: SUBESCALA DE CLARIDAD DE LA ESCALA DE METACONOCIMIENTOS SOBRE ESTADOS EMOCIONALES, SEGÚN RANGO DE EDAD.



Fuente: Elaboración propia.

C.2.3) Subescala de Reparación de TMMS.

Los puntos de corte para los hombres son:

- <23: Debe mejorar su regulación.
- 24-35: Adecuada regulación.
- >36: excelente regulación.

Los puntos de corte para las mujeres son:

- <23: Debe mejorar su regulación.
- 24-34: Adecuada regulación.
- >35: excelente regulación.

- Según el género.

La media para hombres, N=45, es de 28,24 con una desviación típica de 6,64. Para las mujeres, N= 97, cuentan con una media de 26,9 y con una desviación típica de 6,59 (Ver Gráfico XXX).

Observando los puntos de corte para cada género junto a las medias que hemos obtenido, podemos concluir que en ambos sexos cuentan con una regulación adecuada, dado que se encuentra entre los valores 24-35 para hombres y 24-34 para mujeres.

GRÁFICO XXX: SUBESCALA DE REPARACIÓN DE LA ESCALA RASGO DE METACONOCIMIENTOS SOBRE ESTADOS EMOCIONALES, SEGÚN GÉNERO.



Fuente: Elaboración propia.

- Según el rango de edad.

Como podemos observar en el *Gráfico XXXI*, la puntuación media para las personas de 18 años, N=43, años es de 26,28 con una desviación típica de 5,8; en cuanto a las personas de 19 a 26 años, N= 62, la media es de 27,29 y la desviación típica de 6,62; para el grupo de edad de 27 a 59 años, N=23, la media es de 28,52 y una desviación típica de 7,41; para las personas de 60 años, N=18, la media es de 27,28 y la desviación típica de 7,57.

GRÁFICA XXXI: SUBESCALA DE REPARACIÓN DE LA ESCALA RASGO DE METACONOCIMIENTOS SOBRE ESTADOS EMOCIONALES, SEGÚN RANGO DE EDAD.



Fuente: Elaboración propia.

C.3) Escala de WEMWBS.

Interpretación de la Escala: las puntuaciones van de 7 a 35 y las puntuaciones más altas indican un mayor bienestar mental positivo. La idea de bienestar es bastante nueva, por lo tanto, es difícil interpretar completamente lo que significan los puntajes para cada individuo.

- Según el género.

La media para hombres, N= 48, es de 26,25 con una desviación típica de 3,63. Para las mujeres, las N= 111, cuentan con una media de 25,35 y con una desviación típica de 3,56 (Ver *Gráfico XXXII*).

Como podemos observar, la media para los dos géneros, así como la desviación típica son bastante similares, lo que nos indica que el bienestar mental en ambos sexos es bastante similar.

Haciendo una comparación entre la media que se obtienen según el sexo y las puntuaciones que se deben de obtener para tener un buen bienestar mental, vemos que en ambos casos las medias más cerca del valor más alto (sea este 35), por lo que podemos afirmar que en ambos sexos los usuarios cuentan con un positivo bienestar mental.

GRÁFICO XXXII: ESCALA DE BIENESTAR MENTAL WARWICK-EDINBURGH, SEGÚN GÉNERO.



Fuente: Elaboración propia.

- Según el rango de edad.

La puntuación media para las personas de 18 años, N=47, es de 24,98 con una desviación típica de 3,88; en cuanto a las personas de 19 a 26 años, N=79 personas, la media es de 25,39 y la desviación típica de 3,15; para el grupo de edad de 27 a 59 años, N= 21, la media es de 26,38 y una desviación típica de 3,72; para las personas de 60 años, N=16, la media es de 27,38 y la desviación típica de 4,03, así como muestra el *Gráfico XXXIII*.

En este caso, según el rango de edad, podemos observar que el grupo de personas que tiene 60 años cuentan con un mayor bienestar mental, dado que son los que mayor puntuación tienen (27,38). En cambio, el grupo de población de 18 años son los que menos puntuación tienen, afirmando así que son la población con menor bienestar mental (24,98).

GRÁFICO XXXIII: ESCALA DE BIENESTAR MENTAL WARWICK-EDINBURGH, SEGÚN RANGO DE EDAD.



Fuente: Elaboración propia.

C.4) Índice de Reactividad Interpersonal (Interpersonal Reactivity Index; IRI).

A continuación, mostramos en la *Tabla I*, los valores medios según su género:

TABLA I: VALORES MEDIOS DEL ÍNDICE DE REACTIVIDAD INTERPERSONAL, SEGÚN GÉNERO.

	HOMBRE	MUJER
Escala de toma de perspectiva	16,78	17,96
Escala de fantasía	15,73	18,75
Escala de preocupación empática	19,04	21,67
Escala de angustia personal	9,46	12,28

Fuente: Elaboración propia.

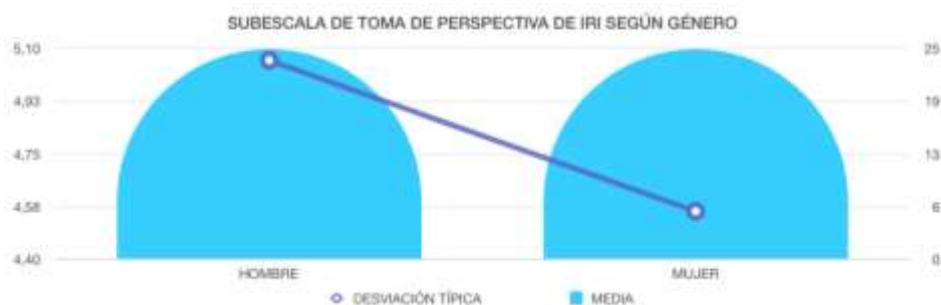
C.4.1) Subescala de Toma de Perspectiva del IRI:

La interpretación de todas las subescalas siguientes se hace con relación a los resultados del Test de Mark H. Davis, el cual utilizó una muestra de 201 hombres y 251 mujeres. Dado que en nuestro estudio la población es menor hace que los resultados puedan llegar a ser más elevados.

- Según el género.

La media para hombres, N= 49, es de 24,61 con una desviación típica de 5,06. Para las mujeres, N=111, cuentan con una media de 25,01 y con una desviación típica de 4,56 (Ver *Gráfico XXXIV*).

GRÁFICO XXXIV: SUBESCALA DE TOMA DE PERSPECTIVA, DEL ÍNDICE DE REACTIVIDAD INTERPERSONAL, SEGÚN GÉNERO.



Fuente: Elaboración propia.

En ambos casos las puntuaciones son más altas que las de la versión original inglesa del Índice de Reactividad Interpersonal de Davis, por lo que podemos concluir que en ambos géneros tiene una alta capacidad de adoptar las perspectivas de otras personas y ver las cosas desde su punto de vista, estando más acentuado en las mujeres.

- Según el rango de edad.

Como podemos observar en el *Gráfico XXXV*, la puntuación media para las personas de 18 años, N=46, es de 24,33 con una desviación típica de 4,39; en cuanto a las personas de 19 a 26 años, N= 78, la media es de 24,87 y la desviación típica de 4,48; para el grupo de edad de 27 a 59 años, N= 23, la media es de 26,26 y una desviación típica de 5,64; para las personas de 60 años, N=17, la media es de 24,35 y la desviación típica de 4,69.

GRÁFICO XXXV: SUBESCALA DE TOMA DE PERSPECTIVA, DEL ÍNDICE DE REACTIVIDAD INTERPERSONAL, SEGÚN RANGO DE EDAD.



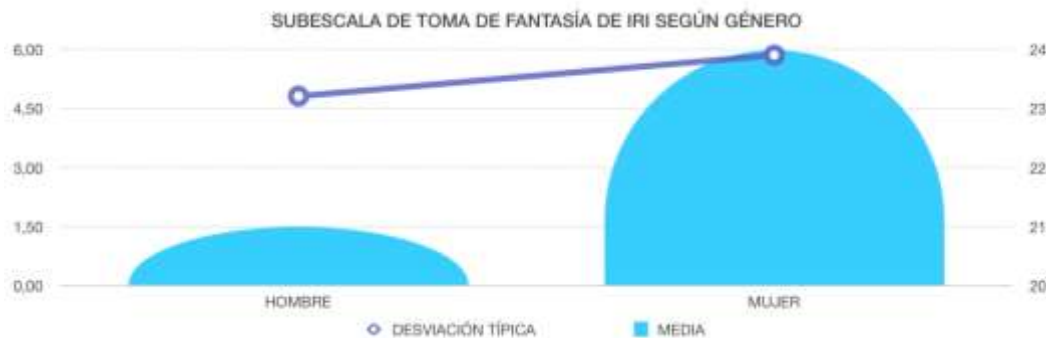
Fuente: Elaboración propia.

C.4.2) Subescala de Fantasía de IRI:

- Según el género.

La media para hombres, N=46, es de 20,89 con una desviación típica de 4,81. Para las mujeres, N=110, cuentan con una media de 23,83 y con una desviación típica de 5,85 (Ver Gráfico XXXVI).

GRÁFICO XXXVI: SUBESCALA DE FANTASÍA, DEL ÍNDICE DE REACTIVIDAD INTERPERSONAL, SEGÚN GÉNERO.



Fuente: Elaboración propia.

En esta subescala ocurre lo mismo que en la anterior, en ambos géneros las medias están por encima que en el Test, por lo que podemos concluir que nuestra muestra tiene una tendencia alta a identificarse con los personajes de las películas, novelas, obras teatrales y otras situaciones ficticias.

- Según el rango de edad.

La puntuación media para las personas de 18 años, N=47, es de 23,85 con una desviación típica de 5,84; en cuanto a las personas de 19 a 26 años, N=77, la media es de 22,58 y la desviación típica de 5,17; para el grupo de edad de 27 a 59 años, N=22, la media es de 24,86 y una desviación típica de 5,82; para las personas de 60 años, N= 14, la media es de 18,43 y la desviación típica de 5,49 (Ver Gráfico XXXVII).

GRÁFICO XXXVII: SUBESCALA DE FANTASÍA, DEL ÍNDICE DE REACTIVIDAD INTERPERSONAL, SEGÚN RANGO DE EDAD.



Fuente: Elaboración propia.

C.4.3) Subescala de Preocupación Empática de IRI:

- Según el género.

La media para hombres, N= 52, es de 25,27 con una desviación típica de 5. Para las mujeres, N=112, cuentan con una media de 28,38 y con una desviación típica de 3,91 (Ver Gráfico XXXVIII).

GRÁFICO XXXVIII: SUBESCALA DE PREOCUPACIÓN EMPÁTICA, DEL ÍNDICE DE REACTIVIDAD INTERPERSONAL, SEGÚN GÉNERO.



Fuente: Elaboración propia.

La subescala de Preocupación empática mide los sentimientos de simpatía, compasión y preocupación por los demás. Como podemos observar los datos de nuestra muestra son más elevados que los del Test.

- Según el rango de edad.

Tal y como muestra el Gráfico XL, la puntuación media para las personas de 18 años, N=48, es de 26,54 con una desviación típica de 4,76; en cuanto a las personas de 19 a 26 años, N=79, la media es de 26,70 y la desviación típica de 4,37; para el grupo de edad de 27 a 59 años, N=24, la media es de 29,88 y una desviación típica de 3,78; para las personas de 60 años, N= 17, la media es de 28,88 y la desviación típica de 3,87.

GRÁFICO XL: SUBESCALA DE PREOCUPACIÓN EMPÁTICA, DEL ÍNDICE DE REACTIVIDAD INTERPERSONAL, SEGÚN RANGO DE EDAD.



Fuente: Elaboración propia.

C.4.4) Subescala de Malestar Personal de IRI:

- Según el género.

La media para hombres, N=52, es de 16,71 con una desviación típica de 5,05. Para las mujeres, N=109, cuentan con una media de 17,96 y con una desviación típica de 5,03 (Ver Gráfico XLI).

GRÁFICO XLI: SUBESCALA DE MALESTAR PERSONAL, SEGÚN EL ÍNDICE DE REACTIVIDAD INTERPERSONAL, SEGÚN GÉNERO.



Fuente: Elaboración propia.

Tras comparar nuestros datos con los del Test original, podemos concluir que la capacidad de medir los sentimientos personales de ansiedad y malestar que se producen al observar las experiencias negativas de los demás es más alta en nuestra muestra, siendo más acentuada en las mujeres.

- Según el rango de edad.

En cuanto a los rangos de edad, como podemos ver en el Gráfico XLII, la puntuación media para las personas de 18 años, N=46, años es de 19,28 con una desviación típica de 4,34; en cuanto a las personas de 19 a 26 años, N=77, la media es de 17,70 y la desviación típica de 4,4; para el grupo de edad de 27 a 59 años, N=24, la media es de 16,13 y una desviación típica de 7,19; para las personas de 60 años, N=18, la media es de 13,83 y la desviación típica de 3,47.

GRÁFICO XLII: SUBESCALA DE MALESTAR PERSONAL, SEGÚN EL ÍNDICE DE REACTIVIDAD INTERPERSONAL, SEGÚN RANGO DE EDAD.



Fuente: Elaboración propia.

8. DISCUSIÓN.

A continuación, analizaremos las hipótesis que fueron planteadas al comienzo de este estudio, según los resultados que hemos obtenido tras la investigación. Además, realizaremos la interpretación de la literatura revisada para este trabajo de investigación.

- Primera hipótesis:

“La función, uso e interpretación del Emoji en las interacciones sociales varía en función de la edad, observándose una brecha digital ya que a cuanta más edad tengan los usuarios menos usos le dan a los mismos”.

Después de analizar los datos obtenidos en las encuestas según los rangos de edad las variables “¿Usas emoticonos en los mensajes?”; “¿Con qué frecuencia usas emoticonos en los mensajes?”; “¿Usas de forma sarcástica los Emoticonos?”; “¿Crees mayoritariamente que lo que expresas en tus mensajes apoyado por emoji es lo mismo que lo que interpreta la persona con la que te estás comunicando?”

En relación con la primera variable, todos los grupos de edad usan mayoritariamente los emoticonos en los mensajes que mandan. Con respecto al grupo de edad de la población de 60 años vemos que son los que más han marcado la opción de “No”, con un 11% de respuestas afirmando así que son el grupo de población que menos uso da a los emoticonos. A su vez, podemos observar que el resto de población han marcado de forma similar la opción “Sí” en el uso de Emoticonos en los mensajes.

Con respecto a la segunda variable, da múltiples respuestas, dado que se debe de marcar el porcentaje de frecuencia del uso de Emoticonos desde un 0% de uso a un 100%. Tras el análisis de la misma, nos sorprende ver que hasta un 57,4% del rango de edad de 60 años utiliza los Emoticonos hasta en un 50% de los mensajes, hasta un 72% en los que comprender 27 a 59 años; un 58,8 % para el grupo de 19 a 26; y un 58% para las personas de 18 años. Con esto podemos afirmar que la población de 60 años son los que utilizan con menor frecuencia los emoticonos en sus mensajes.

A continuación, la tercera variable, observamos que el grupo de edad de 18 años dan un mayor uso a los Emoticonos de forma sarcástica con respecto a los demás. Esto se debe a que los jóvenes tienen más imaginación a la hora de interpretar los Emoticonos, mientras que los grupos de edades más avanzadas les dan un significado más literal, como, por ejemplo, en el caso del Emoticono “🔥”, los más jóvenes lo usan para expresar que alguien o algo es bonito/a, fantástico/a, sensacional; en cambio, las personas adultas, simplemente es un fuego, haciendo referencia a que “algo se está quemando”, sin darle un sentido más allá de lo observado.

Para finalizar, en cuanto con relación a la última variable, los grupos de edad de 19-26, 27-59, junto con la población de 18 años, así como los de 60 años consideran que lo que expresan en sus mensajes apoyado por Emoticonos es lo mismo que lo que interpretan las personas con las que se están comunicando. Vemos que en el grupo de edad de los de 60 años el porcentaje es más bajo (63,8% frente a 84%-75,3% y 72% del resto de grupos).

El análisis de las tres variables muestra que el grupo de edad de 60 años discrepa en cuanto al uso, frecuencia, así como comprensión de los Emoticonos. Esto se debe, como ya hemos comentado en la literatura del marco teórico, a la brecha digital generacional, que puede estar motivada, entre otras causas, por la falta de necesidad del uso de las TICs, por el miedo a lo desconocido, por la carencia de interés o por la inseguridad que produce la exposición de la privacidad en la red, así como la carencia de habilidades básicas tecnológicas.

Esto lo podemos relacionar con uno de los enfoques de la brecha digital, la “Capacitación”, esta hace referencia al uso de las tecnologías y las dificultades que pueden presentar algunas personas para usarlas de una forma correcta. Este aspecto se denomina “alfabetización digital” y afecta con una mayor proporción a las personas mayores dado que no se han criado con las TICs ya que la incorporación de estas ha sido más tardía, lo que ha supuesto que mucha población, con una edad ya avanzada, haya tenido que aprender a utilizarlas y no quedar así “marginado”. Todo esto lo podemos relacionar, según los datos de la OMS, que muestra que más del 10% de la población son personas mayores de 60 años. Pese a que es un colectivo muy heterogéneo, sigue existiendo un porcentaje muy elevado de personas que usan las nuevas tecnologías de forma casual lo que provoca cierta marginación en las mismas. Esto puede producir grandes consecuencias para los mismos, ya que la comunicación, siendo una de las actividades más importante, se ha visto afectada por las TICs, lo que puede producir que aquellas personas que no tengan la capacidad de usar la tecnología para comunicarse queden marginadas del resto de la sociedad.

En el transcurso de la recolección de datos, se nos presentó el problema para acceder a personas de 60 años, es por ello por lo que tuvimos que hacer talleres en hogares para mayores y de esta forma ayudarles a realizar la encuesta y que de esta forma pudieran participar en el estudio. Mediante estos talleres nos dimos cuenta de que hay una brecha digital generacional ya que la gran mayoría de ellos tenían grandes dificultades para el manejo de los dispositivos móviles.

Además, en la realización de cuestionarios con grupos de edad avanzadas, nos encontramos con el problema de que los Emoticonos no son inclusivos, ya que su tamaño es pequeño lo que produce que en muchas ocasiones que las personas con problemas de visión no sean capaces de reconocerlos bien por lo que no pueden darles una interpretación correcta.

Por lo tanto, los datos mostrados, afirman la hipótesis planteada, dado que hay una disminución en el uso de los Emoticonos cuanto mayor es la edad de la población.

- **Segunda hipótesis:**

“La función, uso e interpretación del Emoji en las interacciones sociales varía en función del sexo, siendo las mujeres las que los utilizan con más frecuencia.”

En relación con el número de personas que han participado según género, obtenemos los siguientes datos, hemos observado que en todos los grupos de edad se da una mayor participación por parte de las mujeres, para alguno de los grupos siendo más del doble.

Después de analizar los datos obtenidos en las encuestas según el género en las siguientes variables: *“¿Usas emoticonos en los mensajes?”*; *“¿Con qué frecuencia usas emoticonos en los mensajes?”*; *“¿Crees mayoritariamente que lo que expresas en tus mensajes apoyado por emoji es lo mismo que lo que interpreta la persona con la que te estás comunicando?”*.

Con relación a la primera variable, podemos concluir que las mujeres dan mayor uso a los Emoticonos en sus mensajes que los hombres, un 96,4 % frente a un 92,1%, respectivamente.

En cuanto a la segunda variable, observamos que hasta un 46% de los hombres utilizan Emoticonos en un 50% de sus mensajes, mientras que las mujeres son un 67,9%.

Y respecto a la última variable, nos muestra porcentajes muy similares en cuanto a la interpretación de los mensajes de la persona con la que te estás comunicando. Las mujeres muestran un 72,9% y los hombres un 74,6%.

Después de analizar las tres variables, podemos ver que el uso de los Emojis es más habitual en las mujeres, así como la frecuencia, esto se puede deber a que estas los perciben de una manera más positiva y familiar que los hombres.

Además, pensamos que esta diferencia puede deberse también a que los Emojis pueden facilitar la expresión de emociones y, mientras que las mujeres las expresan con más frecuencia verbalmente y a través del rostro (similitud con los Emojis), los hombres se expresan más a través del comportamiento, según afirman Fernando Gordillo-León et al, 2021, en su estudio *“Diferencias de género en la valoración de la intensidad emocional de las expresiones faciales de alegría y tristeza”*.

Las escalas analizadas anteriormente guardan relación con esta hipótesis, ya que en general miden comportamientos, mostrando las diferencias según el género.

Para comenzar, la subescala de Toma de perspectiva del IRI, nos muestra que la media para las mujeres es más elevada por lo que estas tienen una mayor capacidad de adoptar las perspectivas de otras y ver las cosas desde su punto de vista.

Además, siguiendo con el IRI, tenemos la subescala de Preocupación empática, la cual mide sentimientos de simpatía, compasión y preocupación por los demás. En este caso la media de las mujeres también es más alta que la de los hombres.

Para finalizar con el IRI, contamos con la subescala de Malestar personal, la cual mide los sentimientos personales de ansiedad y malestar que se producen al observar las experiencias negativas de los demás. Nuevamente la media para las mujeres es más elevada con respecto al género opuesto.

Todo lo anterior, lo podemos relacionar de forma directa con el uso de los Emoticonos, dado que teniendo una mayor capacidad empática las mujeres van a tener un mayor conocimiento sobre cuándo y qué Emoticonos usar según la conversación que esté llevando con la otra persona.

Como hemos mencionado anteriormente, nos encontramos con un mayor número de mujeres que han participado en la encuesta, aspecto que es explicado según los resultados obtenidos, al haber un mayor número de mujeres que dan uso a los Emoticonos nos encontramos con un mayor número de mujeres que han participado en la encuesta.

Por lo tanto, nuestra hipótesis se corrobora al comprobar que, efectivamente, las mujeres utilizan los Emoticonos con más frecuencia y de una forma más empática y cercana con respecto a los hombres. Además, las mujeres les dan un uso más sarcástico con respecto a los hombres.

- **Tercera hipótesis:**

“La función, uso e interpretación del Emoji en las interacciones sociales varía en función del nivel de estudios, siendo las personas con mayor nivel de estudios las que utilizan y entienden mejor el papel de los Emoji.”

En cuanto a esta última hipótesis, no podemos discutir sobre ella dado que, finalmente, el estudio no ha estado enfocado sobre la variable estudios de los usuarios que participaron en las encuestas.

9. CONCLUSIONES.

Una vez finalizada la investigación y habiendo analizado los resultados mediante una discusión, podemos exponer la siguiente conclusión:

La comunicación ha evolucionado haciendo que haya un uso masificado de los Emoticonos, predominando el uso en las mujeres frente a los hombres dado que tienen una capacidad más empática, así como sarcástica. Además, el uso también es mayoritario entre los jóvenes que en la población de edades más avanzadas.

10. BIBLIOGRAFÍA.

Álvarez Pérez, Raúl., 2022. Trabajo Social y Servicios Sociales Gerontológicos.

Bai, Q., Dan, Q., Mu. Z. y Yang, M., (2019). *Una revisión sistemática de emoji: investigación actual y perspectivas futuras*. Recuperado de 10.3389/fpsyg.2019.02221

Bertolotti, P. (2014). Conceptos básicos comunicación digital. Recuperado de: <http://argos.fhycs.unam.edu.ar/bitstream/handle/123456789/152/Conceptos%20Comunicacion%20digital.pdf?sequen>

Díaz, D. J. M. (2018). *Características del uso de emojis en la comunicación por el chat de WhatsApp*. Hamut' ay, 5(1), 36-51. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6801121>

«Digital Report España 2022: Nueve de cada diez españoles usan las redes sociales y pasan casi dos horas al día en ellas». *We Are Social Spain*, 9 de febrero de 2022, Recuperado de: <https://wearesocial.com/es/blog/2022/02/digital-report-espana-2022-nueve-de-cada-diez-espanoles-usan-las-redes-sociales-y-pasan-cerca-de-dos-horas-al-dia-en-ellas/>

Gordillo-León, Fernando, Mestas-Hernández, Lilia, Pérez-Nieto, Miguel A, & Arana-Martínez, José M. (2021). Diferencias de género en la valoración de la intensidad emocional de las expresiones faciales de alegría y tristeza. *Escritos de Psicología (Internet)*, 14(1), 1-10. Epub 20 de septiembre de 2021. Recuperado de: <https://dx.doi.org/10.24310/espsiescpsi.v14i1.12675>

Márquez-López, J. O., Cedeño-Rengifo, R. L., & Mejía-Ruperti, L. M. (2016). Particularidades sobre la comunicación. *Domino de las Ciencias*, 2(2), 216-228. Recuperado de: <https://doi.org/10.23857/dc.v2i2.162>

Martin-Mora Parra, Guadalupe (2017). *Caracterización de los usos y funciones de los emojis en la comunicación mediada electrónicamente*. Universidad de Extremadura. Recuperado de <https://www.educacion.gob.es/teseo/mostrarRef.do?ref=1453959>

Montenegro, D. & Hermenegildo, E. (2018) Características del uso de emojis en la comunicación por el chat de WhatsApp. Hamut' ay, 5 (1), 36-52. <http://dx.doi.org/10.21503/hamu.v5i1.1519>

Pérez, S. P., & Santiago, M. A. (2002). El concepto de adolescencia. *Manual de prácticas clínicas para la atención integral a la salud en la adolescencia*, 2(3), 15-23. Recuperado de: <https://ccp.ucr.ac.cr/bvp/pdf/adolescencia/Capitulo%20I.pdf>

Romero, A. M. M. (2020). La brecha digital generacional. *Temas laborales: Revista andaluza de trabajo y bienestar social*, (151), 77-93. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7464144>

Rovira Zambrana, V. (2022). Ventajas e inconvenientes del uso de emojis en el aula de ELE. Recuperado de: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/124734/1/Ventajas_e_inconvenientes_del_uso_de_emojis_en_el_aul_Rovira_Zambrana_Victor.pdf

«Unicode». *Wikipedia, la enciclopedia libre*, 10 de noviembre de 2022. *Wikipedia*, <https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Unicode&oldid=147231255>.

Sampietro, A. (2016). Emoticonos y emojis: análisis de su historia, difusión y uso en la comunicación digital actual. Recuperado de: https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/53873/SAMPIETRO_TESIS%20OK_2016.pdf?seq

Sampietro, A. (2019). Cómo hacer palabras con emojis: sustitución y enfatización visual de vocablos en WhatsApp. *REDD: Revista de estudios del discurso digital*, (2), 1-33. Recuperado de: <https://doi.org/10.24197/redd.2.2019.1-33>

Vela Delfa, Cristina (2020). Una aproximación semiótica al estudio de los emojis, *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 84, 153-165. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.5209/CLAC.69723>