



UNIVERSIDAD
**SAN IGNACIO
DE LOYOLA**

**FACULTAD DE HUMANIDADES
CARRERA DE COMUNICACIONES**

**LOS EMOJIS EN LA APLICACIÓN DE
MENSAJERÍA INSTANTÁNEA WHATSAPP
COMO FORMA DE COMUNICACIÓN EN LOS
ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD
SAN IGNACIO DE LOYOLA**

**Trabajo de investigación para optar el Grado de Bachiller
en Comunicaciones**

CAMILA BEATRIZ ORTEGA GUERREROS

Lima – Perú

2020

LOS EMOJIS EN LA APLICACIÓN DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA WHATSAPP COMO FORMA DE COMUNICACIÓN EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

Camila Beatriz Ortega Guerreros

camila.ortega@usil.pe

Resumen

Los emojis se han convertido en una herramienta comunicacional en el espacio digital, cuya popularidad y uso ha aumentado con el paso de los años y el desarrollo tecnológico. Estos son ahora una forma de comunicación presente en las interacciones sociales digitales, siendo su uso muy frecuente en la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp; la cual a su vez se ha consolidado como un medio de comunicación popular en el contexto nacional y global.

En esta investigación se buscó identificar las razones por las cuales los alumnos de la Universidad San Ignacio de Loyola usan los emojis en la comunicación interpersonal dentro de la aplicación WhatsApp y qué permite el uso de estos a nivel comunicacional. Asimismo, se buscó entender a mayor profundidad la interpretación, las condiciones y el impacto del uso que poseen los emojis, los cuales han dejado de ser solo una representación pictográfica a tener características más complejas que han cambiado la forma en cómo nos comunicamos.

Se emplearon instrumentos de investigación cualitativos; tales como Focus Group y entrevistas a profundidad realizadas a un community manager, un profesional de marketing digital y un profesional de la semiótica y cuantitativos; siendo esta una encuesta realizada a una muestra de 377 alumnos de la Universidad San Ignacio de Loyola llevada a cabo de manera digital. La información recolectada a través de estos determinó que los alumnos de la Universidad San Ignacio de Loyola utilizan emojis en sus conversaciones para que su mensaje sea entendido con mayor facilidad, para transmitir emociones y

sentimientos, fortalecer la relación entre el emisor y el receptor y evitar malinterpretaciones del mensaje.

Palabras Clave

Emoji, WhatsApp, comunicación interpersonal, herramienta comunicacional, representaciones pictográficas, desarrollo tecnológico.

Abstract

Emojis have become a communication tool in the digital space, whose popularity and use has increased over the years with technological development. These are now a form of communication present in digital social interactions, being frequently used to in the instant messaging application called WhatsApp, which has established itself as a medium of popular communication in the national and global context.

This research will seek to identify the reasons why the students of the San Ignacio de Loyola University use emojis in interpersonal communication within the WhatsApp app, the one that allows the use of these emojis on a communicational level. Likewise, we will seek to understand in greater depth the interpretation, conditions and impact of the use of emojis, which have ceased to be only a pictographic representation to have more complex characteristics that have changed the way we communicate.

Qualitative research instruments have been used, such as Focus Group and in-depth interviews conducted to a community manager, a digital marketing professional and a semiotics professional and quantitative; a survey to a sample of 377 students from the San Ignacio de Loyola University carried out digitally. The information collected through these determined that the students of the San Ignacio de Loyola University used emojis in their conversations so that their message is more easily understood, transmit emotions and feelings, strengthen the relationship between the issuer and the receiver and avoid misunderstandings of the message.

Keywords

Emoji, WhatsApp, interpersonal communication, communication tool, pictographic representations, technological development.

1. Introducción

La palabra “emoji” proviene de las palabras japonesas “e” que significa “dibujo” y “moji” que significa “carácter”. El uso de estas representaciones pictográficas se da alrededor de todo el mundo y los estudiantes de la Universidad San Ignacio de Loyola no son ajenos a este hecho.

Los emojis son usados como una herramienta comunicacional en los intercambios de mensajes existentes en la comunicación interpersonal a través de medios digitales; llegando a convertirse en una nueva de forma de comunicación en la actualidad. Comprender lo que estos representan, su impacto y características permitirán al emisor decidir si usar los emojis dentro de su mensaje comunicacional es apropiado.

De igual manera, uno de los medios digitales por el cual se usan los emojis es la popular aplicación de mensajería instantánea WhatsApp, creada en 2009 y ahora perteneciente a la compañía Facebook. Al igual que los emojis, WhatsApp busca que sus usuarios puedan establecer una comunicación interpersonal entre ambas partes mediante el uso de ésta y complementar el mensaje con el uso de Emojis.

Para poder ofrecer una estandarización al uso de emojis en medios digitales como WhatsApp estos han sido codificados mediante un estándar, el cual fue establecido por el Consorcio Unicode. Este consorcio se encarga en la actualidad de la diversificación de los modelos de emojis, mientras a su vez facilita la transmisión e interpretación de los emojis de parte de los usuarios.

Los emojis convertidos en parte de la comunicación interpersonal actual, han dejando de ser simples representaciones pictográficas a poseer una naturaleza

comunicativa compleja. Estos son un elemento mediado por diversas variables que juegan un rol importante en el uso y comprensión de los emojis los cuales son enviados como parte del mensaje permitiendo establecer una comunicación adecuada y efectiva.

La frecuencia de uso de los emojis en las interacciones sociales digitales mediante plataformas como WhatsApp es motivo por el cual debe comprenderse a profundidad los factores que regulan su uso y posterior interpretación. De esta manera se podrá conocer mejor las razones por las cuales los emojis son una herramienta comunicacional tan popular en la actualidad.

Esta investigación tuvo como propósito explicar de qué manera los emojis son una forma de comunicación en la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp para estudiantes de la Universidad San Ignacio de Loyola, buscando revelar un mayor entendimiento de los elementos involucrados en el uso de emojis en conversaciones a través de WhatsApp, debido a que estos son usados casi “automáticamente” por el emisor sin profundizar mucho todo aquello que implica su uso. Este hecho permitirá también brindar información para otras áreas de estudio, las cuales podrán determinar el impacto que poseen los emojis dentro de las mismas y cómo emplearlos como una herramienta en beneficio de estas.

La base teórica que tuvo esta investigación fue la teoría de usos y gratificaciones, la cual como explica Montesinos (2005) trata de entender cómo los medios afectan a la sociedad y cuáles son las funciones del medio, permitiendo explicar el comportamiento que las personas tienen hacia los medios, haciendo más énfasis en los mismos que en los mensajes que los medios ofrecen (p.26). El paradigma metodológico en el que se encuentra inscrita la investigación recurre a autores como McQuail, Blumer, Brown, Katz, Gurevitch y Hass que explican la teoría de usos y gratificaciones. Montesinos Ramírez (2005), citando a Webner, Severin y Tankard (2001), clasifica la gratificación generada por los medios hacia la audiencia como diversión, relaciones interpersonales, identidad personal y vigilancia del entorno. Mientras que para Wolf (1987), apelando a Katz, Gurevitch y Hass (1973), reseñado por Montesinos (2005, pp. 44-45) existen cinco clases de necesidades que ciertos medios satisfacen. Siendo la primera las necesidades cognitivas, la segunda las necesidades afectivas–estéticas; como

expresa Siyang (2018) “los emojis son insertados en el texto para asistir a la información escrita, transmitir emociones pequeñas e intensificar el humor” (pp. 23-24); la tercera las “necesidades integradoras a nivel de la personalidad, la cuarta las necesidades integradoras a nivel social y la quinta las necesidades de evasión”.

Por otro lado, se presenta la variable dependiente e independiente respectivamente, siendo la primera los emojis en la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp y a la otra, una forma de comunicación de los estudiantes de la Universidad San Ignacio de Loyola.

En esta investigación se establecieron diversos objetivos e hipótesis, los cuales se buscó aceptar o rechazar. Entre los objetivos estuvo explicar cómo se usan los emojis y qué permiten su uso a nivel comunicacional; analizar el uso de emojis como una nueva forma de lenguaje en la comunicación a través de WhatsApp y explicar los significados atribuidos a los emojis más usados.

Por otro lado, se elaboraron hipótesis entre las cuales se establece que los emojis son usados entre individuos con una buena relación interpersonal permitiendo expresar sentimientos, pensamientos y emociones; el uso de emojis a través de WhatsApp es una alternativa en la expresión del lenguaje gracias a que transmiten diversos significados dependiendo del contexto en el que se lleva a cabo la comunicación interpersonal y tal como expresa Bliss-Carroll (2016), los usuarios determinan el contexto social en el que los emojis serán usados (p.64); y los emojis se tornan en una alternativa en el lenguaje mediado por la cultura, la relación entre el emisor-receptor y los significados atribuidos a los emojis por el individuo en un contexto específico.

2. Materiales y Métodos

Para obtener información y permitir aceptar o rechazar las hipótesis previamente mencionadas, esta investigación se llevó a cabo dentro del escenario de la Universidad San Ignacio de Loyola, la cual, de acuerdo al Reporte de número de estudiantes por facultades y programas de estudio emitida por la misma universidad, esta consistía de 18 242 alumnos hasta el periodo de estudio 2019

– 1. Por dicha razón, para esta investigación se determinó una muestra de 377 alumnos, quienes incluyen alumnos de las diversas facultades y carreras de las mismas, estableciendo de esta manera una investigación transversal no probabilística.

Los resultados obtenidos permitieron poder comprender en cierto grado por qué y cómo los emojis son usados en el ámbito comunicacional por dicha generación, abriendo la posibilidad a comprender de manera más precisa el impacto verdadero de los emojis como herramienta comunicacional.

Los instrumentos empleados en esta investigación son de carácter tanto cualitativo como cuantitativo, los cuales permitieron recolectar la información necesaria basada en la pregunta problema, los objetivos y las hipótesis previamente mencionadas.

Entre los instrumentos cualitativos se encuentran el Focus Group y entrevistas a profundidad; esta última consistente en tres entrevistas dirigidas a un community manager, un profesional de marketing digital y a un investigador de semiótica.

Por otro lado, el instrumento cuantitativo usado fue una encuesta, la cual fue completada exclusivamente por alumnos de la Universidad San Ignacio de Loyola y se llevó a cabo de manera digital.

Los resultados obtenidos de esta investigación fueron analizados en contraste a la información recolectada de antecedentes nacionales e internacionales, resaltando la información más importante de cada instrumento.

3. Resultados

A continuación, se presentarán los resultados obtenidos de cada uno de los instrumentos empleados para esta investigación.

En primer lugar, mediante los resultados obtenidos de la realización de la encuesta a 377 alumnos de la Universidad San Ignacio de Loyola se pudo explicar cómo se usan los emojis y qué permite el uso de los mismos a nivel comunicacional. Mediante la aplicación de dicha encuesta, la información recolectada permite determinar que 54,6% de los encuestados (206 alumnos)

emplean los emojis muy frecuentemente durante conversaciones interpersonales. Por otro lado, se determinó que los emojis son usados en su mayoría en conversaciones establecidas con amigos; tal como fue establecido por un 68,2% de los encuestados (257 alumnos); y en situaciones de tipo informal; tal como señalaron 48,3% de los encuestados (182 alumnos). Asimismo, 50,7% (191 alumnos) señalaron que a nivel comunicacional los emojis muchas veces permiten que el mensaje de uno sea entendido con mayor facilidad y también permite transmitir emociones y sentimientos con mayor facilidad; tal como 49,6% (187 alumnos) indica. Sin embargo, 34,2% (129 alumnos) señalaron que utilizarían los emojis pocas veces de tratarse un tema personal o sensible en la conversación.

De igual manera, empleando emojis correspondiente a cada categoría; siendo estas ocho en total (caras y personas, animales y naturaleza, alimentos y bebidas, actividades, viajes y lugares, objetivos, símbolos y banderas) se pudo determinar que existe un gran porcentaje de alumnos de la Universidad San Ignacio de Loyola que le atribuyen un mismo significado a ciertos emojis. Donde el emoji "🙏", es atribuido el significado de "Por favor" por el 72,4% (273 alumnos), el emoji "😱", donde 63,4% (239 alumnos) le otorgan el significado de "Sorprendido"; y el emoji "🍑", el cual 58,1% (219 alumnos) indican que significa "Trasero"; el emoji "🙊" significa "Discreción" según el 38,7% (146 alumnos); el emoji "💸" es atribuido el significado de "Perder/gastar dinero" por un 49,6% (187 alumnos); el emoji "🎤" significa "Karaoke" para 41,1% (155 alumnos); el emoji "🚨" es otorgado el significado de "Emergencia" por el 61% (230 alumnos); el emoji "🏆" significa para el 69% (260 alumnos) "Máxima puntuación"; y por el último, el emoji "🚩" es otorgado el significado de "Bandera Roja" por el 51,7% (195 alumnos).

En segundo lugar, mediante la realización del Focus Group la información previamente mencionada fue reafirmada por los participantes de dicho focus; el cual contó con la participación de 4 hombres y 2 mujeres, todos alumnos de la Universidad San Ignacio de Loyola. Asimismo, estos añadieron que el uso de los emojis en una conversación permite que esta sea más dinámica y su mensaje más comprensible, fortaleciendo a su vez la relación que el emisor posee con el

receptor creando confianza, complicidad y cierto grado de accesibilidad entre ellos; evitando también la presencia de malentendidos dentro de la comunicación. De igual manera, se pudo determinar que los emojis más usados son aquellos que poseen expresiones faciales y gestos corporales, explicando así los significados atribuidos a los emojis más usados y adicionalmente, comprender la razón del uso frecuente de los mismos. Esto es debido a que el uso de estos emojis permite reducir la posibilidad de malinterpretación de estos, ya que son identificados visualmente con mayor facilidad. Asimismo, los participantes reconocieron la existencia de emojis a los que se les atribuye un significado sexual y que son usados con mucha frecuencia en las conversaciones; tales como “💦”; “🍑”; “😏”, entre otros. Este caso también pudo evidenciarse en la encuesta previamente mencionada donde 58,1% (219 alumnos) le atribuyen al emoji “🍑” el significado de “Trasero”.

Por otro lado, los participantes del Focus Group resaltaron que la presencia de una barrera generacional como una de las razones por las cuales emplean los emojis mayormente con amigos, ya que esta ocasiona malinterpretaciones del mensaje con otras personas. Asimismo, indican que el uso de los emojis es práctico, permitiéndoles ahorrar tiempo y mantener el ritmo de una conversación. Sin embargo, se indicó que el uso de emojis pueden ser perjudicial en una conversación seria donde uno busca dar su punto de vista o tratar un tema de conversación más personal, ya que esto ocasiona que la conversación ‘pierda el tono’ y ocasione que el receptor atribuya el uso de emojis como una falta de interés del emisor; generando la posibilidad de que se de una discusión entre ambos.

En tercer lugar, el profesional de la semiótica José Cabrejo también señala que una característica principal de los emojis es el “tiempo” o velocidad con la que uno se comunica; la cual nace de una necesidad de comunicación rápida. De igual manera, indica que los emojis poseen tanto brevedad como dramatismo, al igual que un carácter lúdico y creativo por el cual los emojis puedan ser empleados en una conversación y son tan populares en la actualidad. Por otro lado, señala que al ser un signo los emojis pueden poseer gran variedad de significados y al poseer un poder icónico tienen una esencia comunicacional inherente a ellos. Asimismo, indica que puede desarrollarse una sintaxis

mediante el uso de emojis en un texto y con la mezcla de estos; a veces reemplazando completamente el texto del mensaje por emojis.

En cuarto lugar, la entrevista realizada al community manager Hernán Galvez, que al igual que los participantes del focus group, señala que el uso de emojis permite expresar sentimientos, darse a entender mejor y darle una forma a la comunicación, ya que estos representan ciertas reacciones que un individuo podría tener en la comunicación, logrando “pintar las emociones” detrás del mensaje. De igual manera, indica que una relación de confianza entre el emisor y receptor es necesaria para emplear emojis en una conversación, debido a que estos poseen un grado de interpretación no fiable y que los emojis permiten profundizar positivamente en el mensaje. Asimismo, señala que para usar los emojis es necesario tener un contexto y un código en la comunicación, ya que esto permite que el emisor y el receptor puedan interpretar los emojis dentro de un mensaje. Por otro lado, indica que los emojis son una representación de la comunicación verbal en un contexto digital y el uso de los emojis puede tanto apoyar al mensaje como distorsionarlo; aspectos que permiten analizar el uso de emojis como una nueva forma de lenguaje en la comunicación a través de WhatsApp.

Finalmente, la entrevista realizada al profesional marketing digital Jhonnattan Arriola, señala que el carácter comunicacional de los emojis han transformado la comunicación interpersonal y la interpretación de estos; y aspectos como el contexto social, religioso, cultural, entre otros deben ser considerados para poder usar los emojis en la comunicación. Por otro lado, el profesional en marketing digital señala que los emojis permiten “humanizar” la conversación, transformando la comunicación interpersonal debido a que permite no solo representar gestos sino adicionalmente ambientes comunicativos. De igual manera indica que los emojis son herramientas simbólicas que permiten transmitir un sentimiento para conectar con una marca, volviendo a la misma en parte de la comunicación.

4. Discusión

Tal como se ha mencionado previamente, el uso de los emojis responden a la necesidad de las personas de comunicarse de manera clara y rápida. Sin

embargo, el uso de los emojis y la interpretación atribuida a los mismos se encuentra ligada a la relación que poseen las partes que interactúan dentro de la comunicación. El emisor del mensaje cuyo contenido posee un emoji espera una respuesta donde se encuentre presente también un emoji, estableciendo una relación amical entre ambos; satisfaciendo así una necesidad integradora a nivel social; y eliminando las tensiones entre ambos, cubriendo además una necesidad de evasión, tal como estipula Montesinos (2005), apelando a los conceptos de Katz, Gurevitch y Hass, citados por Wolf (1987, p.80), quienes establecen que los medios satisfacen diversas necesidades. Sin embargo, no siempre este es el caso y el uso de emojis ocasiona las reacciones contrarias entre ambas partes. El no recibir de vuelta un emoji como parte de la respuesta ocasiona que el emisor cambie la forma en que este se comunica con el receptor; ocasionando que la necesidad de evasión no sea satisfecha al reducir la tensión, sino que por el contrario la tensión sea creada como resultado de la ausencia de un emoji como respuesta. Es decir, no siempre el uso de emojis dentro de una conversación ocasiona que la relación entre el emisor y el receptor sea fortalecida, sino que puede ser un factor de creación de tensión entre ambas partes.

Por otro lado, así como existen categorías de emojis usadas con más frecuencia (gestos faciales y corporales) se dan también categorías de emojis que son usadas con menos frecuencia debido a que generan una malinterpretación del mensaje. Esto es debido a que el aspecto de los emojis pertenecientes a dichas categorías son visualmente menos identificables y son usados con poca frecuencia (o nunca) por los alumnos de la Universidad San Ignacio de Loyola.

Asimismo, la existencia de diversos significados atribuidos a los emojis, los cuales se encuentran determinados por cada individuo basado en su contexto, experiencias propias o código comunicacional, ocasiona que no exista un significado 100% fijo para los emojis empleados en las conversaciones interpersonales en el ámbito digital y tal como establece Dürscheid y Siever (2017, p.8) los emisores son quienes usan los emojis de acuerdo con su apariencia y el significado que cada emisor le otorga. Este hecho genera que exista la posibilidad de malinterpretación del mensaje dentro de la comunicación y en aquellos casos que esta malinterpretación no se da es debido a que tanto

el emisor como receptor comparten el mismo significado de estos elementos; permitiendo que interpreten un mismo emoji de manera similar.

De igual manera, los alumnos de la Universidad San Ignacio de Loyola destacan la importancia que los emojis tienen para la comunicación interpersonal en el ámbito digital, señalando también como estos son un elemento clave por el cual la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp tenga éxito y sea aún la preferida para establecer una conversación entre individuos; permitiendo una comunicación rápida y dinámica. Esto también puede verse expresado en la investigación llevada a cabo por Rubio-Romero y Perlado (2015), quienes señalan que los estudiantes universitarios también “resaltan la importancia que tiene WhatsApp en su tipo de vida actual”.

5. Conclusiones

La investigación realizada y la información recolectada a través de ésta permite conocer en mayor profundidad cómo son empleados los emojis por los alumnos de la Universidad San Ignacio de Loyola y cómo estos afectan a la comunicación interpersonal.

Los instrumentos de investigación permitieron determinar que los emojis son principalmente empleados por los alumnos de la Universidad San Ignacio de Loyola en situaciones informales, principalmente entre amigos y para temas no tan personales; debido a que estos permiten que puedan expresar emociones, sentimientos y pensamientos de manera que estos puedan ser entendidos con facilidad. De igual manera, su brevedad como dramatismo, al igual que su carácter lúdico y creativo son algunas de las razones por las cuales los alumnos utilizan emojis en la comunicación interpersonal.

Por otro lado, los emojis poseen un carácter comunicacional inherente, su aspecto icónico y simbólico, el contexto comunicacional, el código entre individuos y la relación entre el emisor y el receptor son los que brindan diversos significados a los emojis. Estos elementos, junto al factor generacional, son razones por las cuales puede llevar a una malinterpretación de los emojis en el mensaje.

Los emojis se han convertido en una herramienta comunicacional en el ámbito digital, utilizando la comunicación no verbal dentro de la misma, logrando así “humanizar” a la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp y establecer una comunicación lo más cercana posible a las conversaciones cara a cara en cuanto a expresividad.

La información recolectada mediante estos instrumentos de investigación permite brindar una mayor perspectiva de por qué los emojis son una herramienta comunicacional tan popular en la actualidad.

Al ser una herramienta popularizada con la creación de la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp, los emojis poseen un carácter comunicativo dentro de la comunicación digital. Los emojis permiten brindar información extra para que los mensajes puedan ser interpretados con mayor facilidad, haciendo la comunicación exitosa y estableciendo una buena relación entre el emisor y el receptor. Asimismo, la información recolectada permite aprobar una de las hipótesis establecidas en esta investigación, la cual estipula que los emojis son usados entre individuos con una buena relación interpersonal; permitiendo expresar sentimientos, pensamientos y emociones.

Por otro lado, al ser un icono, los emojis pueden poseer diversos significados atribuidos a estos, lo cual permite aprobar otra de las hipótesis de esta investigación, la cual establecía que el uso de emojis a través de WhatsApp es una alternativa en la expresión del lenguaje gracias a que transmiten diversos significados dependiendo del usuario y contexto en el que se lleva a cabo la comunicación interpersonal. Sin embargo, cabe resaltar que estos pueden también generar la malinterpretación de un Emoji en un mensaje sino se maneja el mismo código.

De igual manera, la información recolectada permite aprobar la última hipótesis de esta investigación, la cual establecía que los emojis se tornan una alternativa en el lenguaje mediado por la cultura, la relación entre el emisor-receptor y los significados atribuidos a los emojis por el individuo en un contexto específico. Tal como señalaron los participantes del focus group y de las encuestas, los emojis son empleados en su mayoría entre amigos y el uso de estos depende de la

confianza que uno posea con el individuo y del contexto en el que se lleve a cabo la comunicación.

Toda la información recolectada y presentada en esta investigación permite entender a profundidad las diversas razones por las cuales el uso de los emojis en la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp ha adquirido gran popularidad con el paso de los años, llegando a ser usados por muchos individuos alrededor del mundo; entre los cuales se encuentran los estudiantes de la Universidad San Ignacio de Loyola; y convirtiéndose en una parte importante del vocabulario los mismos. Asimismo, comprender a mayor profundidad los diversos factores que intervienen y el impacto que posee el uso de emojis permite brindar información útil para diversas áreas de estudio y aprovechar los emojis como una herramienta comunicacional.

VI. Referencias Bibliograficas

- Bliss-Carroll, N. (2016). *The Nature, Function, and Value of Emojis as Contemporary Tools of Digital Interpersonal Communication*. Department of English Language and Literature. Gardner-Webb University. Recuperado el 15 de Septiembre, 2019 de: https://digitalcommons.gardner-webb.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1011&context=english_etd
- Dürscheid, C. y Siever, C. (2017). *Beyond the Alphabet – Communication with Emojis*. University of Zurich. Recuperado el 15 de Septiembre, 2019 de: https://www.researchgate.net/publication/315674101_Beyond_the_Alphabet_-_Communication_with_Emojis
- Montesinos Ramírez, M. (2005, 12). *La televisión como escuela paralela a la institución educativa: usos y gratificaciones que los niños en edad escolar obtienen actualmente de los contenidos de ambas instituciones*. Capítulo 1: Teoría de Usos y Gratificaciones. Recuperado el 29 de

octubre, 2019 de:
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/montesinos_r_m/capitulo1.pdf

- Universidad San Ignacio de Loyola. (2019). *Número de estudiantes por facultades y programas de estudio*. Recuperado el 31 de octubre, 2019 de: <https://www.usil.edu.pe/sites/default/files/estudiantes-y-egresados-de-pregrado-y-epg-2019-01.pdf>
- Siyang, L. (2018). *The Golden Era of Emoji. An Exploration of Emoji and Emoji System*. Politecnico di Milano, Italia. Recuperado 16 de Septiembre, 2019 de:
<https://www.politesi.polimi.it/bitstream/10589/142189/3/The%20Golden%20Era%20Of%20Emoji.pdf>
- Rubio-Romero, J. y Perlado Lamo de Espinosa, M. (2015). El fenómeno WhatsApp en el contexto de la comunicación personal: una aproximación a través de los jóvenes universitarios. *Icono 14*, volumen (13), pp. 73-94. doi: 10.7195/ri14.v13i2.818