

Artículo de Investigación

Emojis en el ámbito educativo: un análisis comparativo entre plataformas digitales

Emojis in Education: a Comparative Analysis of Digital Platforms

María Pérez Hernández¹: Universidad de Sevilla, España.

marperher6@alum.us.es

Coral Ivy Hunt Gómez: Universidad de Sevilla, España.

coralhuntg@us.es

Mario Ferreras Listán: Universidad de Sevilla, España.

mferreras@us.es

Fecha de Recepción: 27/05/2024

Fecha de Aceptación: 14/11/2024

Fecha de Publicación: 26/02/2025

Cómo citar el artículo

Pérez-Hernández, M., Hunt-Gómez, C. I. y Ferreras-Listán, M. (2025). Emojis en el ámbito educativo: un análisis comparativo entre plataformas digitales [Emojis in education: a comparative analysis of digital platforms]. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 01-21. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-1858>

Resumen

Introducción: La revolución tecnológica ha suscitado la reincorporación de símbolos en la comunicación, una práctica utilizada previamente en los antiguos sistemas de escritura. Así, aunque no suponen una innovación del siglo XXI, la digitalización ha motivado el uso de emojis en la comunicación digital, adquiriendo diseños únicos y distintivos entre las plataformas, lo que puede causar múltiples interpretaciones y afectar a la eficacia comunicativa. **Metodología:** El estudio persigue realizar un análisis comparativo de las representaciones de 24 emojis en diversas plataformas del ámbito educativo, utilizando un enfoque descriptivo basado en caracterizaciones del diseño gráfico-visual. **Resultados:** El análisis de los datos mostró diferencias significativas entre las percepciones de los emojis en función de la plataforma utilizada, identificando cuatro grupos distintos en relación con el diseño gráfico-visual. **Discusión:** Los emojis más detallados y consistentes favorecen la comunicación al reducir la ambigüedad semántica y emocional. Sin embargo, la inconsistencia de algunas representaciones puede motivar malinterpretaciones y dificultar la comprensión

¹ Autor Correspondiente: María Pérez Hernández. Universidad de Sevilla (España).

de los mensajes. **Conclusiones:** Así, la variabilidad perceptiva de sus diseños gráficos-visuales en función de la plataforma empleada en el ámbito educativo cuestiona su concepción de símbolos universalizados.

Palabras clave: emojis; ámbito educativo; plataformas digitales; diseño gráfico-visual; percepciones; interpretación; escritura digital; eficacia comunicativa.

Abstract

Introduction: The technological revolution has led to the reintroduction of symbols in communication, a practice previously used in ancient writing systems. Thus, although they are not a 21st-Century innovation, digitalisation has motivated using emojis in digital communication, acquiring unique and distinctive designs across platforms, which can cause multiple interpretations and affect communicative effectiveness. **Methodology:** The study aims to carry out a comparative analysis of the representations of 24 emojis on various platforms in the educational field, using a descriptive approach based on characterisations of graphic-visual design. **Results:** The data analysis highlighted significant differences between the perceptions of emojis depending on the platform used, identifying four distinct groups concerning graphic-visual design. **Discussions:** More detailed and consistent emojis aid communication by reducing semantic and emotional ambiguity. However, the inconsistency of some representations can lead to misinterpretation and make messages difficult to understand. **Conclusions:** Thus, the perceptual variability of their graphic-visual designs depending on the platform used in the educational environment questions their conception as universalised symbols.

Keywords: emojis; educational field; digital platforms; graphic-visual design; perceptions; interpretation; digital writing; communicative effectiveness.

1. Introducción

La revolución tecnológica y el desarrollo de la telefonía móvil han impulsado la comunicación digital (Rong *et al.*, 2022), que se caracteriza por la presencia de símbolos y por alterar el patrón tradicional de escritura (Ezimako, 2021). Esta nueva comunicación digital se ha popularizado entre la Generación Z y ha suscitado inquietudes en lo que respecta a aquellos que aún se encuentran adquiriendo la norma ortográfica (Gómez-Camacho *et al.*, 2018; Hunt-Gómez *et al.*, 2020). Los emojis han transformado la comunicación escrita del siglo XXI (Bai *et al.*, 2019; Dainas y Herring, 2019), ya que influyen en la comprensión y expresión de significados (Shardlow *et al.*, 2022). De hecho, en la actualidad, se utilizan como herramientas pedagógicas en el ámbito educativo, especialmente en la enseñanza de lenguas extranjeras (Vela-Delfa, 2020; Parrado-Collantes y Estrada-Chichón, 2021).

1.1. El estudio de los signos en la comunicación

La interacción entre la semiótica y la comunicación revela un proceso dinámico y complejo de intercambio de información entre individuos (Atkin, 2022). Puesto que, la semiótica adquiere un papel esencial en la comprensión del mecanismo de construcción de significados (Shardlow *et al.*, 2022), a la vez que estudia a los signos dentro de este ámbito específico de la comunicación (Ezimako, 2021).

La semiótica define al signo como una entidad que sustituye a una realidad que representa, manteniendo una relación con ella (Morris, 1971) y siendo “reconocida e interpretada por un tercero” (Vela-Delfa, 2020, p. 157). Los signos han sido empleados en diversas situaciones en función de su finalidad, determinada por su categoría. Así, este concepto se categoriza en

indicios, iconos y símbolos (Vela-Delfa, 2020). Los indicios establecen una relación natural entre dos realidades. Los iconos muestran una semejanza con su referente, y los símbolos, son aquellos signos que muestran una relación convencional y arbitraria con la realidad que denotan (Sampietro, 2020; Vela-Delfa, 2020).

Por tanto, los emojis se engloban dentro de la categorización de los signos. Unos símbolos que han adquirido una relevante predominancia en la comunicación digital contemporánea, desempeñando un rol esencial en ella (Rong *et al.*, 2022) y que son cruciales para los ámbitos de la semiótica y la lingüística (Ezimako, 2021).

1.2. La evolución del lenguaje simbólico y su incorporación a la comunicación digital

La presencia de símbolos en la comunicación no constituye una innovación del siglo XXI, sino que su origen como medio de comunicación reside en las civilizaciones sumerias y egipcias, quienes los utilizaban en sus sistemas de escritura, como el cuneiforme y los jeroglíficos, respectivamente (Ezimako, 2021). Sin embargo, los avances experimentados en comunicación y digitalización (Hsieh y Tseng, 2017) han suscitado la aparición de símbolos propios de la comunicación del siglo XXI, la digital (Bai *et al.*, 2019; Vela-Delfa, 2020; Hand *et al.*, 2022).

El lenguaje simbólico y su presencia en la escritura ha evolucionado desde sus orígenes, debido a los cambios experimentados en las sociedades (Ezimako, 2021), y con el surgimiento de la comunicación digital, que lleva siendo objeto de estudio desde los años 80 del siglo XX (Bai *et al.*, 2019). Fue en esta década donde los primeros símbolos digitales emergieron (Miller *et al.*, 2016), con los emoticonos como pioneros en la sociedad occidental (Sampietro, 2020; Lu y Wu, 2022). Consistían en una combinación de caracteres y signos de puntuación, que simulaban expresiones faciales (Bai *et al.*, 2019; Cohn *et al.*, 2019). A su vez, surgieron otros símbolos, los *smileys*, una representación de un emoticono de expresión sonriente sobre un fondo (Vela-Delfa, 2020).

Sin embargo, en los años 90 en Japón, tuvo lugar la aparición de los emojis en el panorama de la comunicación digital (Coyle y Carmichael, 2019), conformados, según Cohn *et al.* (2019), de una combinación de imagen (*e*) y carácter (*moji*). Estos sustituyen a sus antecesores, los emoticonos, por su facilidad de uso y diversidad (Stein, 2023), al constituir un medio rápido de expresión de sentimientos, emociones y representación de realidades (Rong *et al.*, 2022). Constituyen así símbolos que permiten dotar a la comunicación digital de la oralidad que su intercambio de información carecía (Bai *et al.*, 2019; Lu y Wu, 2022) y que experimentaron su apogeo en la era digital, tras su incorporación a los teclados de los diferentes sistemas operativos de las plataformas digitales (Bai *et al.*, 2019; Vela-Delfa, 2020).

1.3. Los emojis en la comunicación escrita

La popularidad de los emojis, ampliamente utilizados en la comunicación digital contemporánea, proviene de su simplicidad y variedad (Stein, 2023). Además, enriquecen la comunicación escrita digital al proporcionar claves no verbales similares a las de la comunicación *cara a cara* (Boutet *et al.*, 2021; Grosz *et al.*, 2023).

1.3.1. Características y funciones de los emojis en la comunicación escrita

Estos símbolos, que combinan imágenes y caracteres (Cohn *et al.*, 2019), permiten la representación de expresiones faciales, emociones y diversas realidades como objetos, personas, lugares y animales (Bai *et al.*, 2019; Pfeifer *et al.*, 2022). Los emojis, conocidos por su diseño gráfico-visual vertical, global, sintético y coloreado (Fisher y Herbert, 2021; Logi y

Zappavigna, 2023), son codificados por el Consorcio Unicode (Boutet *et al.*, 2021). Estos símbolos son empleados en interacciones multimodales que facilitan la comunicación en plataformas, redes sociales (Miller *et al.*, 2016; Lu y Wu, 2022) y mensajería instantánea (Hunt-Gómez *et al.*, 2020; Boutet *et al.*, 2021).

En todas estas aplicaciones, los emojis funcionan como herramientas de comunicación interactiva, añadiendo matices emocionales y clarificando el significado del mensaje, mejorando así la interacción y la comprensión entre los usuarios (Grosz *et al.*, 2023). Además, juegan un importante papel en el proceso de codificación de información, dada su complejidad semántica, emocional y pragmática (Logi y Zappavigna, 2023).

1.3.2. Beneficios y amenazas de los emojis en la comunicación

El predominio de la comunicación escrita digital en el siglo XXI ha convertido a los emojis en componentes esenciales de este medio, conformando un lenguaje híbrido junto a las palabras (Ezimako, 2021). Sin embargo, aunque aportan múltiples beneficios a la comunicación escrita digital (Bai *et al.*, 2019; Vela-Delfa, 2020; Ezimako, 2021; Lu y Wu, 2022; Shardlow *et al.*, 2022), también presentan riesgos significativos que pueden afectar la claridad y eficacia comunicativa (Vela-Delfa, 2020; Fisher y Herbert, 2021; Hand *et al.*, 2022; Lu y Wu, 2022; Marino, 2022; Shardlow *et al.*, 2022).

Tabla 1.

Beneficios y amenazas de los emojis en la comunicación escrita

Beneficios	Amenazas
Complementan el significado de palabras y oraciones (Vela-Delfa, 2020).	Generan malinterpretaciones por su complejidad (Hand <i>et al.</i> , 2022; Marino, 2022).
Simplifican la comunicación al sustituir palabras (Shardlow <i>et al.</i> , 2022).	Plurisignificación que afecta a la comprensión del mensaje (Fisher y Herbert, 2021).
Fortalecen el uso de figuras retóricas (Vela-Delfa, 2020).	Cambian el significado de las palabras (Lu y Wu, 2022).
Hacen los mensajes más atractivos (Bai <i>et al.</i> , 2019).	Estandarizan la representación de sentimientos (Vela-Delfa, 2020).
Facilitan la comunicación intercultural (Ezimako, 2021).	Varían en interpretación según contexto y usuario (Shardlow <i>et al.</i> , 2022).
Emiten claves no verbales y matices emocionales (Lu y Wu, 2022).	

Fuente: Elaboración propia (2024).

Los emojis son portadores de múltiples funciones (Dainas y Herring, 2019): complementan el significado de las palabras, facilitando la comprensión de mensajes complejos, como las metáforas (Vela-Delfa, 2020); pueden sustituir o acompañar a palabras u oraciones, creando mensajes multimodales (Cohn *et al.*, 2019). En plataformas digitales, redes sociales y mensajería instantánea, los emojis enriquecen el contenido escrito, haciendo los mensajes más atractivos (Bai *et al.*, 2019) y facilitando la comunicación intercultural (Ezimako, 2021). Además, permiten la emisión de claves no verbales, al incluir matices emocionales, mejorando la interacción y entendimiento entre los usuarios (Grosz *et al.*, 2023).

Sin embargo, el uso de emojis también presenta ciertos desafíos y amenazas (Vela-Delfa, 2020; Fisher y Herbert, 2021; Hand *et al.*, 2022; Lu y Wu, 2022; Marino, 2022; Shardlow *et al.*, 2022). Por un lado, estos símbolos están dotados de una complejidad semántica, emocional y pragmática que puede motivar malinterpretaciones comunicativas (Hand *et al.*, 2022; Marino, 2022). Además, la plurisignificación de los emojis, propia de la complejidad semántica, puede interferir en la comprensión del mensaje, afectando la percepción y eficacia comunicativa (Bai *et al.*, 2019; Fisher y Herbert, 2021). También, los emojis pueden alterar el significado de las palabras y, en consecuencia, el mensaje de forma global (Vela-Delfa, 2020; Lu y Wu, 2022). Además, el uso de emojis puede llevar a una estandarización de la representación de sentimientos, limitando la expresión emocional auténtica (Vela-Delfa, 2020). Por último, la interpretación de estos símbolos puede variar según el contexto y usuario, presentando desafíos en la eficacia comunicativa (Shardlow *et al.*, 2022; Logi y Zappavigna, 2023).

1.4. Retos de los emojis en su evolución hacia un lenguaje universal

La llegada de los emojis ha revolucionado la escritura digital, creando un estilo conocido como "digitalk", caracterizado por la utilización de textismos de diversa tipología (Hunt-Gómez *et al.*, 2020), es decir, por una serie de símbolos y grafemas que pueden actuar generando discrepancias en la norma ortográfica (Gómez-Camacho *et al.*, 2018). Sin embargo, los emojis no le afectan y, aunque no conforman un sistema lingüístico autónomo debido a sus limitaciones léxicas y gramaticales (Sampietro, 2020; Vela-Delfa, 2020), pragmáticas (Coyle y Carmichael, 2019; Dainas y Herring, 2019; Boutet *et al.*, 2021) y gráficas-visuales (Miller *et al.*, 2016; Rodrigues *et al.*, 2018), parecen conformar un lenguaje híbrido, fusionando símbolos y palabras (Vela-Delfa, 2020; Ezimako, 2021; Lu y Wu, 2022).

1.4.1. La escritura

Los emojis se consideran textismos no verbales en la escritura en el ámbito digital (Hunt-Gómez *et al.*, 2020), es decir, símbolos que no rompen con la relación grafema-fonema, a diferencia de los verbales (Gómez-Camacho *et al.*, 2018). Además de facilitar la expresión digital sin preocupaciones ortográficas, estos símbolos transmiten elementos de oralidad que antes se habían perdido en este ámbito (Gómez-Camacho *et al.*, 2018). Sin embargo, no conforman un sistema lingüístico independiente y completo debido a limitaciones en vocabulario y gramática (Sampietro, 2020; Vela-Delfa, 2020). Así, los emojis conforman un lenguaje híbrido (Vela-Delfa, 2020; Ezimako, 2021; Lu y Wu, 2022), aunque su complejidad semántica y pragmática plantea desafíos significativos para su interpretación y efectividad comunicativa (Miller *et al.*, 2016; Bai *et al.*, 2019; Dainas y Herring, 2019; Was y Harmick, 2021; Hand *et al.*, 2022; Logi y Zappavigna, 2023).

1.4.2. Intención comunicativa

Los emojis desempeñan un papel pragmático significativo al facilitar los actos de habla (Bai *et al.*, 2019). Pueden indicar el tono de la conversación, reflejar la relación entre los interlocutores (Cohn *et al.*, 2019; Dainas y Herring, 2019), y mostrar el registro comunicativo (Sampietro, 2020). Además, también pueden actuar como marcadores discursivos, como signos de puntuación (Logi y Zappavigna, 2023), como máscara de la personalidad del emisor (Bai *et al.*, 2019) y proporcionar retroalimentación (Dainas y Herring, 2019).

En la comunicación, la correcta decodificación e interpretación del mensaje por parte del receptor es crucial para la eficacia del intercambio (Miller *et al.*, 2016). Aunque el éxito de una conversación mediada por emojis depende de una comprensión y uso coherente de estos símbolos (Coyle y Carmichael, 2019; Dainas y Herring, 2019; Boutet *et al.*, 2021); estas interacciones pueden generar problemas debido a las diferencias entre los significados

transmitidos y percibidos (Bai *et al.*, 2019) y las posibles incongruencias con el texto (Boutet *et al.*, 2021; Was y Harmick, 2021). Factores como las diferencias individuales, las plataformas o el contexto cultural pueden aumentar estas incongruencias (Pfeifer *et al.*, 2022), posibilitando la aparición de malentendidos (Hand *et al.*, 2022). A esto se le suma la variabilidad en su diseño gráfico-visual entre las plataformas digitales, que incrementa su complejidad (Miller *et al.*, 2016; Fisher y Herbert, 2021) y lo que puede interrumpir el proceso de intercambio comunicativo (Bai *et al.*, 2019).

1.4.3. Plataformas digitales

Los emojis, como elementos simbólicos independientes empleados en la comunicación escrita digital de carácter paralingüístico, permiten la incorporación de capas de significado emocional, mediante su presencia en diversas plataformas digitales, sistemas operativos, servicios de mensajería y redes sociales (Rodrigues *et al.*, 2018). Esto los diferencia de los emoticonos, que constituyen símbolos estáticos invariables en su representación gráfica como caracteres del ASCII. Según Logi y Zappavigna (2023), los emojis varían en su diseño gráfico-visual en función de la plataforma utilizada y esto puede conllevar diversas interpretaciones de un mismo emoji (Miller *et al.*, 2016).

Cada plataforma digital posee su propio conjunto de emojis (Miller *et al.*, 2016) con un diseño específico y característico (Logi y Zappavigna, 2023). Las diferencias más notorias se observan entre los teclados de emojis de sistemas operativos como iOS, Android y Microsoft, siendo los de iOS preferidos por ser más atractivos, familiares, claros y significativos (Bai *et al.*, 2019).

Figura 1.

Diferencias gráfico-visuales de los emojis entre las plataformas más utilizadas

	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: Bai *et al.* (2019)

A pesar de la riqueza de los emojis como elementos paralingüísticos en el lenguaje digital, motivada por su expansión y uso globalizado en plataformas digitales (Ezimako, 2021), la diversidad gráfica-visual existente entre los emojis es un factor crucial que afecta a la comunicación, aumentando su ambigüedad interpretativa (Miller *et al.*, 2016) y pudiendo comprometer su eficacia comunicativa (Bai *et al.*, 2019) y su concepción como un medio de lenguaje universal (Ezimako, 2021).

Así pues, partiendo de la inquietud derivada de las interpretaciones de los emojis entre las plataformas de origen y destino, el presente trabajo tiene el objetivo de realizar un estudio descriptivo de las principales plataformas de la comunicación digital del contexto educativo, centrándose en los emojis más relevantes y en sus distintas representaciones visuales.

2. Metodología

El estudio sigue una metodología de carácter descriptivo con la finalidad de caracterizar y establecer una comparativa entre los emojis empleados en las diferentes plataformas digitales,

enfocándose en las más utilizadas en el ámbito educativo. A través de caracterizaciones se establecerá un análisis comparativo, mediado por el diseño gráfico-visual, de un conjunto de emojis en cada una de las plataformas seleccionadas, con el fin de identificar las similitudes y diferencias entre los mismos emojis en las diversas representaciones gráficas-visuales en cada plataforma digital.

2.1. Población y muestra

La población del estudio está compuesta por los emojis de los teclados de las plataformas digitales: Apple, Microsoft, Google y Android. La muestra utilizada (n=24) incluye seis emojis específicos de cada una de estas plataformas (Tabla 2), conformando un total de 24 emojis.

Tabla 2.

Muestra de emojis del estudio

Emojis faciales	Representación gráfica-visual			
	Apple	Android	Microsoft	Google
Cara sonriente				
Cara triste				
Cara de frustración				
Cara asustada				
Cara enfadada				
Cara asombrada				

Fuente: Adaptado de Chen *et al.* (2024).

Estos emojis fueron seleccionados por Chen *et al.* (2024) atendiendo a los criterios de inclusión y exclusión de la Tabla 3, y basándose en análisis que resaltan el índice de popularidad (medido según el tiempo de uso) de los emojis presentados por Emojipedia (2024).

Tabla 3.

Criterios de inclusión y exclusión para la muestra de emojis

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Emojis relevantes y populares en la comunicación digital con un extendido tiempo de uso	Emojis incorporados recientemente que no disponen del suficiente tiempo de uso para ser popularmente representativos
Emojis disponibles en las plataformas seleccionadas del ámbito educativo	Emojis específicos de una plataforma, sin equivalentes directos en el resto
Emojis de la categoría <i>representaciones faciales y personas</i>	Emojis pertenecientes a otras categorías (<i>objetos, símbolos, animales y naturaleza...</i>)

Fuente: Elaboración propia (2024).

2.2. Procedimiento de recogida de datos

Se utilizará como instrumento de recogida de datos una tabla de evaluación estructurada, diseñada en *Microsoft Excel*, para llevar a cabo las caracterizaciones de los emojis seleccionados en función de una serie de criterios de evaluación e indicadores relacionados con el diseño gráfico-visual. Los datos se obtuvieron mediante la observación directa de los emojis en cada plataforma, utilizando las imágenes proporcionadas por Emojipedia (2024).

2.2.1. Instrumento de investigación

Con el fin de asegurar la fiabilidad y validez del instrumento utilizado, se llevó a cabo una revisión bibliográfica de artículos relevantes sobre criterios para la caracterización de emojis, seleccionando los trabajos de Rodrigues *et al.* (2018), Bai *et al.* (2019) y Sampietro (2020). Estos estudios proporcionaron una base sólida para los diferentes criterios e indicadores utilizados. En el criterio relacionado con la *estética*, se incluyeron como indicadores al *atractivo visual* y la *imaginación* para evaluar la creatividad del diseño. Respecto a la *expresividad*, se definieron los indicadores de *expresividad* y *precisión*, lo que permite comprender la capacidad de los emojis para transmitir emociones y la exactitud con la que lo hacen. En cuanto a la *complejidad*, se consideraron tanto el *nivel de detalle gráfico* como la *paleta de colores* utilizada, permitiendo valorar la riqueza de representación. Finalmente, en lo que concierne a la *significación*, especialmente basado en Rodrigues *et al.* (2018), se elaboraron indicadores para evaluar la *claridad del significado* del emoji y su *coherencia* con el estándar Unicode.

2.1.2. Diseño del instrumento de investigación

Para el diseño de la tabla de evaluación se utilizaron los siguientes criterios e indicadores (Tabla 4). Ella contiene cuatro criterios de evaluación y nueve indicadores, siendo el primer criterio caracterizado por poseer tres indicadores y el resto de los criterios, dos. Estos indicadores serán evaluados de forma cuantitativa siguiendo una escala Likert de 3 puntos en relación con la calidad, expuesta por Rodrigues *et al.* (2018) [1: Baja; 2: Moderada; 3: Alta]. Así la tabla de evaluación quedaría diseñada de la siguiente forma en función de los criterios, indicadores y su gradación.

Tabla 4.

Criterios e indicadores de evaluación del diseño gráfico-visual de los emojis

Criterios	Indicadores	Descripción	1	2	3
Estética	Atractivo visual	Grado en que el emoji es visualmente atractivo			
	Imaginación	Nivel de creatividad e innovación en el diseño del emoji			
Expresividad	Expresividad	Capacidad del emoji para transmitir emociones de manera efectiva			
	Precisión	Exactitud con la que el emoji representa la emoción			
Complejidad	Nivel de detalle	Cantidad y precisión de detalles gráficos			
	Forma y contorno	Claridad y definición de las formas y contornos del emoji			
	Paleta de colores	Diversidad y coherencia en el uso de colores del emoji			
Significación	Claridad del significado	Facilidad para entender el significado del emoji			
	Coherencia con	Correspondencia con la descripción oficial			

Fuente: Elaboración propia (2024).

2.3. Procedimiento de análisis de datos

Para llevar a cabo el análisis de datos se utilizarán técnicas estadísticas-descriptivas, específicamente análisis de frecuencias y parámetros estadísticos, a través del programa estadístico IBM SPSS Statics v.26.0. El empleo del enfoque descriptivo permitirá identificar y describir las tendencias encontradas en los resultados para la elaboración de una comparativa, que identifique diferencias y similitudes, entre las diversas características gráfico-visuales de los emojis en las plataformas. Además, el cálculo de las medidas de tendencia central y dispersión asegurará una evaluación precisa de las propiedades gráfico-visuales de los emojis en las plataformas digitales utilizadas en el ámbito educativo.

2.4. Variables

El estudio considerará una serie de variables para la recogida y análisis de datos. Las variables independientes las conformarán las plataformas digitales seleccionadas (Apple, Microsoft, Android y Google). Las variables dependientes las constituirán estos indicadores: atractivo visual, imaginación, expresividad, precisión, nivel de detalle, forma y contorno, paleta de colores, claridad del significado y la coherencia con el estándar Unicode.

3. Resultados

El análisis estadístico-descriptivo de los conjuntos de emojis, conformados por diferentes representaciones de un mismo emoji en las plataformas Apple, Android, Microsoft y Google, revelan diferencias significativas en la percepción de su diseño gráfico-visual.

Evaluación del emoji de cara sonriente entre las plataformas

El análisis muestra que es el Emoji 1 (Apple) el que obtiene la media más alta ($M=2,89$) con una baja variabilidad ($DT=0,333$), lo que revela una evaluación de los criterios ciertamente positiva respecto al resto de emojis (Tabla 5). Sin embargo, es el Emoji 4, perteneciente a la plataforma Google, el que presenta la media más baja ($M=2,00$), así como la mayor desviación ($DT=0,707$), lo que indica una evaluación menos favorable y más dispersa.

Tabla 5.

Tabla de frecuencias y estadísticos descriptivos para el emoji cara sonriente en las plataformas

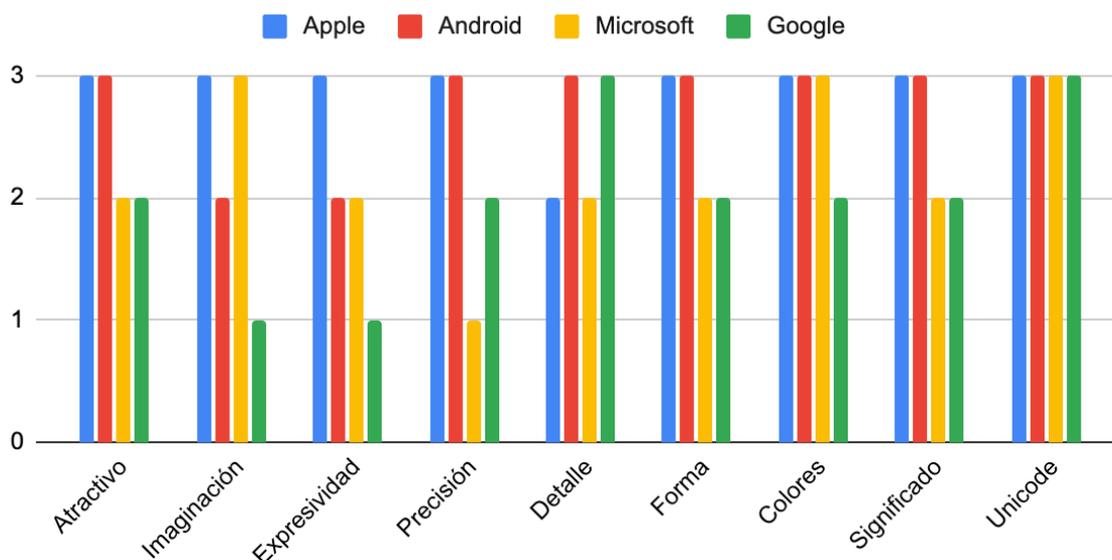
	Frecuencias							
	Emoji 1		Emoji 2		Emoji 3		Emoji 4	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Baja (1)	0	0	0	0	1	11,1	2	22,2
Moderada (2)	1	11,1	2	22,2	5	55,6	5	55,6
Alta (3)	8	88,9	7	77,8	3	33,3	2	22,2
Estadísticos descriptivos								
Media	2,89		2,78		2,22		2,00	
Desv.	0,333		0,441		0,667		0,707	

Fuente: Elaboración propia (2024).

Observadas las frecuencias de la Tabla 5, se aprecia que el Emoji 1 (Apple) no posee valoraciones de *baja calidad*, sin embargo, destaca con un 88,9% de valoraciones de *alta calidad*. El Emoji 2 (Android) también recibe la mayor parte de sus valoraciones (77,8%) en el valor de *alta calidad*, aunque presenta más valoraciones *moderadas* (22,2%) frente al de Apple. Por último, los de Microsoft (Emoji 3) y Google (Emoji 4) sobresalen por un mayor porcentaje de valoraciones *bajas* y *moderadas*, reflejando una percepción menos positiva con respecto a los anteriores (Figura 2).

Figura 2.

Gráfico de la evaluación de indicadores por plataforma para el emoji cara sonriente



Fuente: Elaboración propia (2024).

De este modo, la Figura 2, muestra que los emojis de Apple y Android presentan puntuaciones más elevadas en la mayoría de los indicadores, como en *atractivo visual*, *precisión*, *forma* y *contorno*, *paleta de colores*, *significado* y *coherencia con Unicode*. Sin embargo, son los emojis de Microsoft y Google los que destacan por poseer puntuaciones más bajas y variables, especialmente en los indicadores *expresividad*, *precisión*, *forma* y *contorno*, y *claridad de significado*.

Evaluación del emoji de cara triste entre las plataformas

El análisis muestra que es el Emoji 5 (Apple) el que posee una media más elevada (M=3,00) y sin variabilidad, indicando una evaluación positiva (Tabla 6). En cambio, el Emoji 7 (Microsoft) posee la menor media (M=2,00) y el Emoji 8 (Google), la mayor variabilidad (DT=0,707), revelando una evaluación en ambos menos favorable y más dispersa.

Tabla 6.

Tabla de frecuencias y estadísticos descriptivos para el emoji cara triste en las plataformas

	Frecuencias							
	Emoji 5		Emoji 6		Emoji 7		Emoji 8	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Baja (1)	0	0	0	0	1	11,1	1	11,1
Moderada (2)	0	0	4	44,4	7	77,8	4	44,4
Alta (3)	9	100	5	55,6	1	11,1	4	44,4

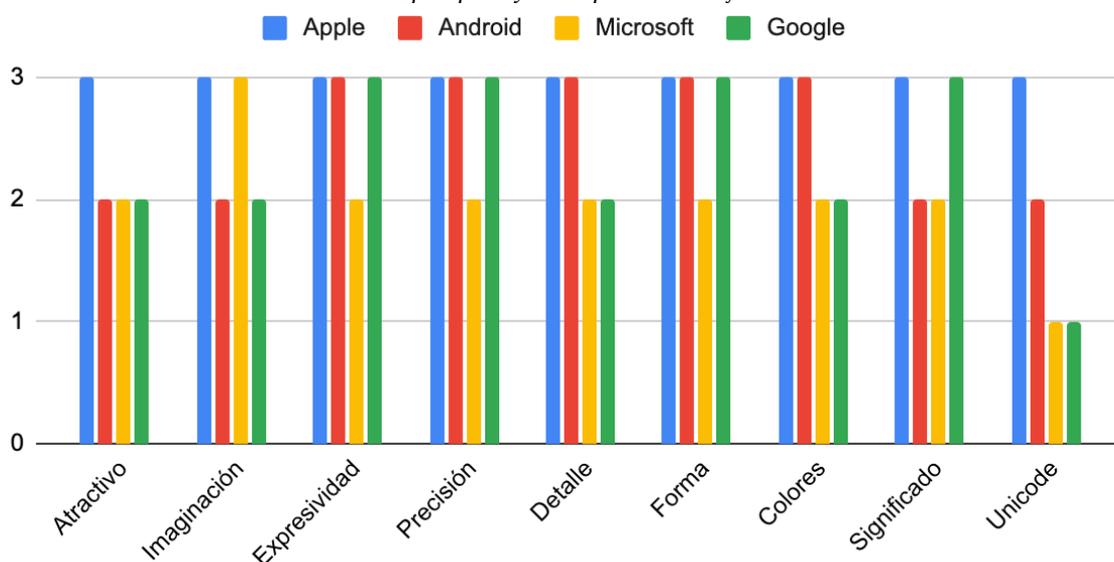
Estadísticos descriptivos				
Media	3,00	2,56	2,00	2,33
Desv.	0,000	0,527	0,500	0,707

Fuente: Elaboración propia (2024).

La Tabla 6 muestra que los Emojis 5 (Apple) y 6 (Android) no poseen valoraciones *bajas* en sus indicadores. El Emoji 5 destaca con un 100% de valoraciones *altas* (Figura 3) y el Emoji 6 con un 55,6% de estas valoraciones, especialmente en *expresividad, precisión, nivel de detalle, forma y contorno, y paleta de colores*. En cambio, los Emojis 7 (Microsoft) y 8 (Google) tienen mayormente valoraciones *bajas y moderadas*, destacando las bajas en *coherencia con Unicode* (Figura 3).

Figura 3.

Gráfico de la evaluación de indicadores por plataforma para el emoji cara triste



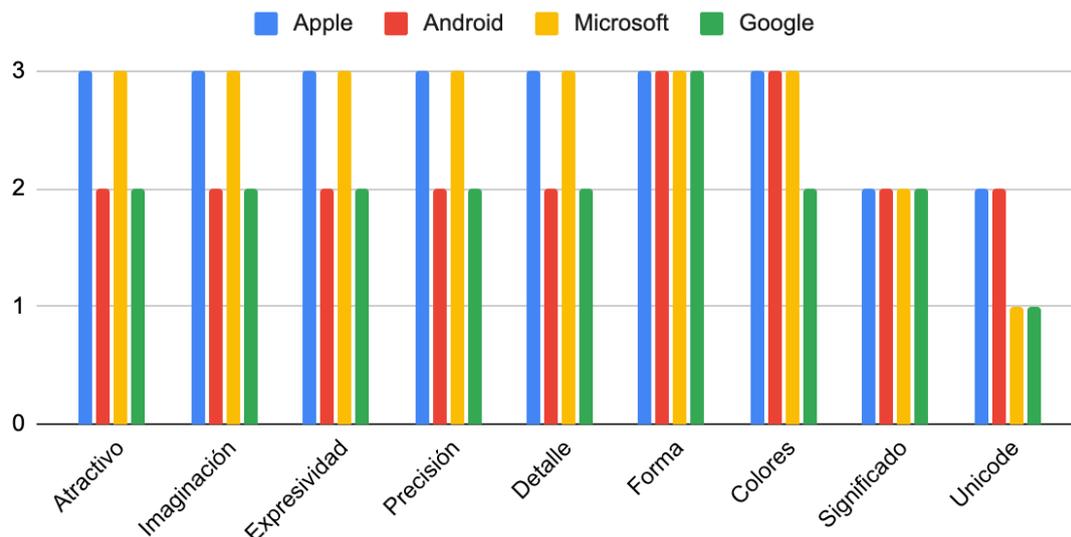
Fuente: Elaboración propia (2024).

Evaluación del emoji de cara frustración entre las plataformas

La Figura 4 muestra diferencias en la percepción del diseño gráfico-visual entre plataformas. Los emojis de Apple y Microsoft destacan por sus *altas* valoraciones en la mayoría de los indicadores, excepto en *claridad de significado y coherencia con Unicode*, donde el Emoji de Microsoft tiene valoraciones *bajas* (Figura 4). Sin embargo, los Emojis de Android y Google tienen una mayor proporción de valoraciones *moderadas y bajas*, mostrando una evaluación menos favorable de sus diseños gráficos-visuales.

Figura 4.

Gráfico de la evaluación de indicadores por plataforma para el emoji cara de frustración



Fuente: Elaboración propia (2024).

La calidad de los emojis de Android y Google es *moderada* en los indicadores de *atractivo visual*, *imaginación*, *expresividad*, *precisión*, *nivel de detalle* y *claridad de significado*. Sin embargo, el de Android destaca por sus *altas* valoraciones en *forma* y *contorno* y *paleta de colores*, mientras que el de Google tiene *baja* valoración en *coherencia con Unicode*, al igual que Microsoft (Figura 4).

Evaluación del emoji de cara asustada entre las plataformas

Son significativas las diferencias encontradas en la percepción del diseño gráfico-visual del emoji de *cara asustada* entre las plataformas. El Emoji 13 (Apple) tiene la media más alta ($M=2,89$) con baja variabilidad ($DT=0,333$), indicando una evaluación positiva en Apple. En contraste, el Emoji 16 (Google) tiene la media más baja ($M=1,78$), con una desviación ($DT=0,667$) menor que el Emoji 15 ($DT=0,707$), que presenta la segunda media más baja (Tabla 7), sugiriendo evaluaciones menos favorables y más dispersas para estos dos emojis.

Tabla 7.

Tabla de frecuencias y estadísticos descriptivos para el emoji cara asustada en las plataformas

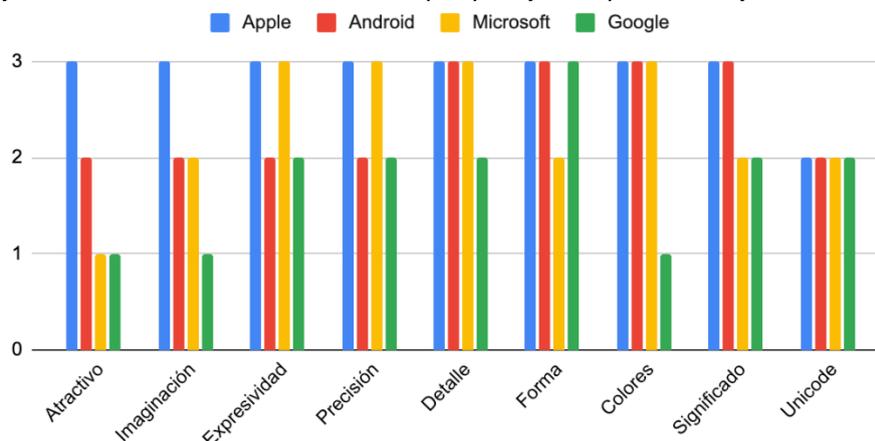
	Frecuencias							
	Emoji 13		Emoji 14		Emoji 15		Emoji 16	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Baja (1)	0	0	0	0	1	11,1	3	33,1
Moderada (2)	1	11,1	5	55,6	4	44,4	5	55,6
Alta (3)	8	88,9	4	44,4	4	44,4	1	11,1
Estadísticos descriptivos								
Media	2,89		2,44		2,33		1,78	
Desv.	0,333		0,527		0,707		0,667	

Fuente: Elaboración propia (2024).

Los Emojis 13 (Apple) y 14 (Android) no tienen valoraciones *bajas* en sus indicadores, destacándose en Apple las valoraciones *altas* (88,9%) y en Android las *moderadas* (55,6%). Apple obtiene las mayores puntuaciones en todos los indicadores, excepto en *coherencia con Unicode*, mientras que Android destaca en *nivel de detalle*, *forma* y *contorno*, *paleta de colores* y *claridad de significado* (Figura 5).

Figura 5.

Gráfico de la evaluación de indicadores por plataforma para el emoji cara asustada



Fuente: Elaboración propia (2024).

El Emoji 15 (Microsoft) tiene una igualdad de valoraciones *altas* y *moderadas* (Tabla 7) y destaca por una valoración *baja* en *atractivo visual* (Figura 5). El Emoji 16 (Google) tiene una mayor proporción de valoraciones *bajas* y *moderadas*, siendo especialmente notables las *moderadas* (55,6%) y *bajas* en menor medida (Tabla 7), para los indicadores *atractivo visual*, *imaginación* y *paleta de colores*, con una única valoración *alta* en *forma* y *contorno* (Figura 5).

Evaluación del emoji de cara enfadada entre las plataformas

El análisis muestra que el Emoji 17 (Apple) tiene la media más alta ($M=2,89$) y la menor variabilidad ($DT=0,333$), indicando una evaluación consistentemente positiva de su diseño gráfico-visual. En cambio, los Emojis 18 (Android) y 19 (Microsoft) presentan medias similares (Tabla 8) pero con considerables variaciones en sus respuestas ($DT=0,726$; $DT=0,707$, respectivamente), lo que indica evaluaciones menos favorables y más dispersas (Tabla 8).

Tabla 8.

Tabla de frecuencias y estadísticos descriptivos para el emoji cara enfadada en las plataformas

	Frecuencias							
	Emoji 17		Emoji 18		Emoji 19		Emoji 20	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Baja (1)	0	0	1	11,1	1	11,1	1	11,1
Moderada (2)	1	11,1	3	33,3	4	44,4	7	77,8
Alta (3)	8	88,9	5	55,6	4	44,4	1	11,1
Estadísticos descriptivos								
Media	2,89		2,44		2,33		2,00	
Desv.	0,333		0,726		0,707		0,500	

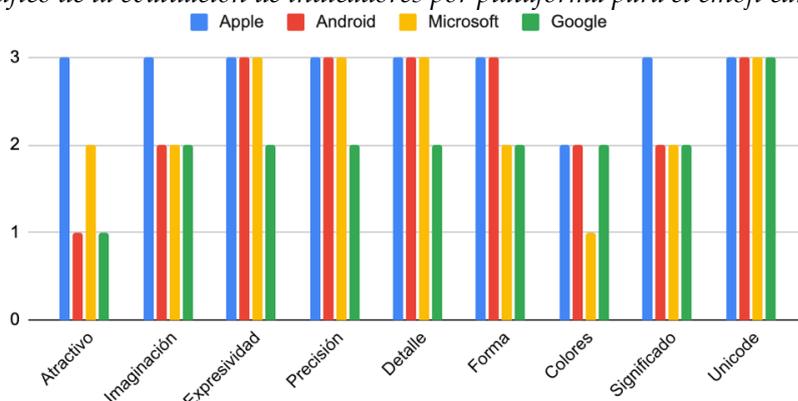
Fuente: Elaboración propia (2024).

El Emoji 17 (Apple) no tiene valoraciones *bajas* en sus indicadores, con un 88,9% de valoraciones *altas*, destacando en todos los indicadores excepto en *paleta de colores* (Figura 6). En Android, las valoraciones *altas* son del 55,6%, destacando en *expresividad*, *precisión*, *nivel de detalle* y *coherencia con Unicode*. El Emoji 19 (Microsoft) tiene igual proporción de valoraciones *altas* y *moderadas*, pero destaca por una valoración *baja* en *paleta de colores* (Figura 6). El Emoji

20 (Google) tiene principalmente valoraciones *moderadas* (77,8%), excepto en *atractivo visual*, que es *baja*, y en *coherencia con Unicode*, que es *alta* (Figura 6).

Figura 6.

Gráfico de la evaluación de indicadores por plataforma para el emoji cara enfadada



Fuente: Elaboración propia (2024).

Evaluación del emoji de cara asombrada entre las plataformas

Los datos muestran que el Emoji 21 (Apple) es el que obtiene la media más elevada ($M=3,00$) sin variabilidad, indicando una evaluación positiva (Tabla 9). Sin embargo, es el Emoji 24, perteneciente a la plataforma Google, el que presenta la media más baja ($M=1,67$), así como la mayor desviación ($DT=0,707$), lo que indica una evaluación menos favorable y más dispersa.

Tabla 9.

Tabla de frecuencias y estadísticos descriptivos para el emoji cara asombrada en las plataformas

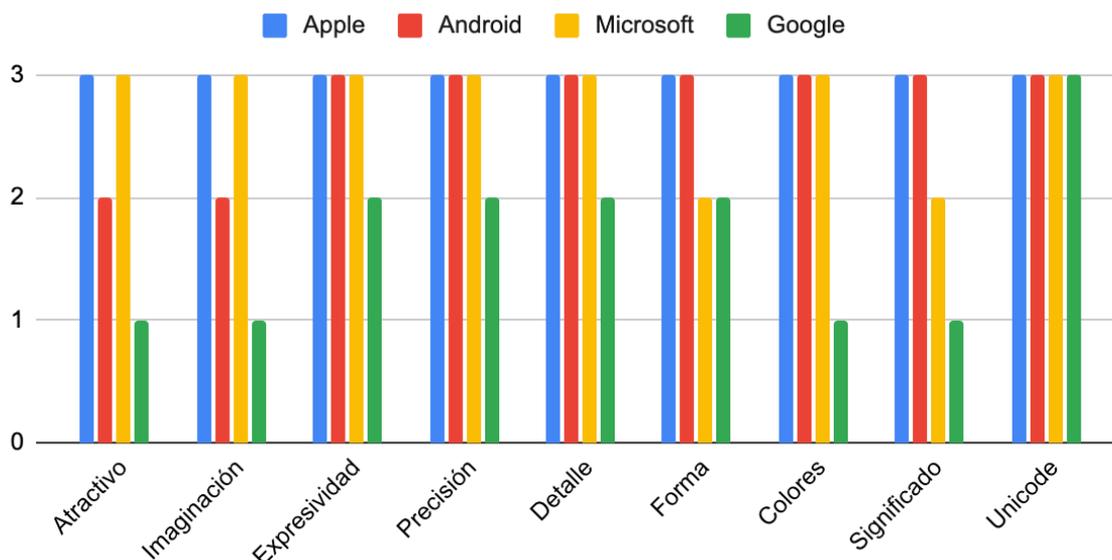
	Frecuencias							
	Emoji 21		Emoji 22		Emoji 23		Emoji 24	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Baja (1)	0	0	0	0	0	0	4	44,4
Moderada (2)	0	0	2	22,2	2	22,2	4	44,4
Alta (3)	9	100	7	77,8	7	77,8	1	11,1
Estadísticos descriptivos								
Media	3,00		2,78		2,78		1,67	
Desv.	0,000		0,441		0,441		0,707	

Fuente: Elaboración propia (2024).

Según la Tabla 9, los Emojis 21 (Apple), 22 (Android) y 23 (Microsoft) no tienen valoraciones de *baja* calidad. Apple destaca con el 100% de sus valoraciones en *alta* calidad. Tanto Android como Microsoft reciben el 77,8% de sus valoraciones en *alta* calidad y el 22,2% en calidad *moderada*. Por último, el Emoji de Google muestra proporciones iguales de valoraciones *bajas* y *moderadas*, con solo una valoración *alta*, reflejando una percepción menos positiva comparada con los demás emojis.

Figura 7.

Gráfico de la evaluación de indicadores por plataforma para el emoji cara asombrada



Fuente: Elaboración propia (2024).

De este modo, la Figura 7 muestra que el emoji Apple presenta las puntuaciones más elevadas en todos los indicadores y que los emojis de Android y Microsoft presentan puntuaciones más altas en la mayoría de los indicadores, como en los relativos al *expresividad*, *precisión*, *nivel de detalle*, *paleta de colores* y *coherencia con Unicode*. Sin embargo, es el emoji de Google el que desataca por poseer puntuaciones más bajas y variables, especialmente en los indicadores *atractivo visual*, *imaginación*, *paleta de colores* y *claridad en el significado*.

4. Discusión

Los resultados muestran la existencia de diferencias significativas en la percepción de los emojis en función de la plataforma utilizada, en línea con trabajos anteriores (Miller *et al.*, 2016; Rodrigues *et al.*, 2018; Bai *et al.*, 2019; Logi y Zappavigna, 2023; Chen *et al.*, 2024). Esto evidencia la importancia de considerar el diseño gráfico-visual en la evaluación de estos símbolos para el ámbito educativo debido a su reciente y creciente uso (Parrado-Collantes y Estrada-Chichón, 2021).

En cuanto a la variabilidad de los emojis según la plataforma, son los de Apple los que poseen medias más elevadas en los diferentes criterios e indicadores evaluados, coincidiendo con los hallazgos de Miller *et al.* (2016) y, tal y como se evidencia en los emojis de caras *sonriente*, *triste*, *frustrada*, *asustada*, *enfadada* y *asombrada*. Así, existe una consistencia en su diseño gráfico-visual y preferencia por los emojis de esta plataforma, de acuerdo con Bai *et al.* (2019), por su elevado *nivel de detalle*, *atractivo visual* y *coherencia con Unicode*, siendo considerados, tal y como expone Rodrigues *et al.* (2018), por ser superiormente atractivos, familiares, claros y significativos frente a los de Android. Así, esta percepción uniformemente positiva del diseño gráfico-visual de los emojis de iOS (Bai *et al.*, 2019), puede contribuir a una comunicación más efectiva (Mazarella *et al.*, 2018) al sugerir una menor ambigüedad semántica y emocional en sus interpretaciones (Miller *et al.*, 2016; Bai *et al.*, 2019; Boutet *et al.*, 2021; Wu *et al.*, 2022).

Por otro lado, los emojis de Google destacan por medias más bajas y mayor variabilidad de valoraciones, lo que indica que su diseño gráfico-visual es percibido más inconsistentemente y de forma menos favorable, especialmente reflejado en los indicadores *expresividad*, *precisión* y *atractivo visual* para los emojis de cara *sonriente*, *triste*, *frustrada*, *asombrada* y *asustada*. Ello sustenta lo expuesto por Miller *et al.* (2016), quien resalta que las diferentes percepciones de los emojis, motivadas por sus variados diseños gráfico-visuales, pueden originar interferencias

comunicativas en la interpretación de los mensajes (Boutet *et al.*, 2021).

En relación con los emojis de Android y Microsoft, sus valoraciones suelen situarse en niveles intermedios, con puntuaciones altas, aunque no tanto como en Apple (Bai *et al.*, 2019). En Android, los emojis de cara *triste* y *asustada* obtienen puntuaciones elevadas en los criterios de *complejidad* y *significación*, difiriendo de Miller *et al.* (2016). Sin embargo, en el resto de los indicadores, las valoraciones son *moderadas*, lo que sugiere que, aunque su diseño gráfico es percibido positivamente, no alcanza la excelencia de Apple (Bai *et al.*, 2019). Además, según Logi y Zappavigna (2023), los emojis adquieren un aspecto distintivo dependiendo del sistema operativo y plataforma, lo que lleva a diversas interpretaciones (Miller *et al.*, 2016; Boutet *et al.*, 2021). Esto es especialmente evidente en los emojis de Microsoft, que tienden a recibir valoraciones *moderadas* y *bajas*, destacando particularmente en el indicador de *paleta de colores*, lo que sugiere la necesidad de mejora en este aspecto.

Los emojis son utilizados en el ámbito educativo como herramientas de comunicación y expresión de emociones (Parrado-Collantes y Estrada-Chichón, 2021; Wu *et al.*, 2022). Sin embargo, sus variados diseños afectan a la eficacia comunicativa e interpretación de mensajes (Miller *et al.*, 2016; Mazarella *et al.*, 2018; Boutet *et al.*, 2021). Los emojis de Apple, gracias a su consistente diseño, facilitan la comunicación (Bai *et al.*, 2019), mientras que los de Google pueden generar confusión. Sin embargo, la familiaridad con la plataforma será determinante para la precisión de la percepción de los emojis (Chen *et al.*, 2024).

Finalmente, este estudio se ve limitado por el enfoque en un conjunto específico de emojis, lo que podría no representar la totalidad de los emojis utilizados en la comunicación digital. Además, debido a restricciones temporales, únicamente se analizan cuatro plataformas, sin considerar otras que también podrían influir en la percepción de los emojis. En tercer lugar, el estudio no consideró el grado de familiaridad con cada plataforma, lo que podría afectar la interpretación de los emojis.

5. Conclusiones

Los emojis son símbolos predominantes en la comunicación digital y se utilizan tanto en los intercambios diarios entre los usuarios como en el ámbito educativo, especialmente en la enseñanza de lenguas extranjeras. Sin embargo, su eficacia comunicativa se ve limitada por diversos factores, como por las variadas representaciones gráficas en distintas plataformas, lo que puede dificultar la comprensión y transmisión de significados en el ámbito educativo.

Los resultados obtenidos resaltan diferencias significativas en las percepciones de los emojis en función de la plataforma de origen, destacando cuatro grupos diferenciados en términos del diseño gráfico-visual.

Por un lado, los emojis de la plataforma Apple son los que puntuaciones más elevadas han obtenido en los indicadores *atractivo visual*, *precisión*, *nivel de detalle* y *coherencia con Unicode*, destacando así por su alta calidad y consistencia. Por otro lado, los conjuntos de emojis de Android y Microsoft no alcanzan los valores tan superiores como Apple en sus indicadores, ya que, aunque poseen valoraciones positivas, no obtuvieron la excelencia de Apple en ellas, predominando las puntuaciones en valores intermedios. Finalmente, los emojis de Google fueron percibidos menos favorablemente, al obtener las medias más bajas en sus puntuaciones, así como una mayor variabilidad, y siendo especialmente destacada en los indicadores *expresividad*, *precisión* y *atractivo visual*.

De este modo, los resultados obtenidos permitieron distinguir cuatro grupos distintos, cada

uno con diferentes niveles de diseño gráfico-visual de los emojis, lo que podría afectar tanto a su interpretación semántica como emocional. Además, estas diferencias tienen impacto en el ámbito educativo, donde estas plataformas se utilizan y en el que la precisión interpretativa es crucial para la construcción de significados. Los emojis con mayor grado de detalle y consistencia, como los de Apple, promueven una comunicación más efectiva, aliviando la ambigüedad en los planos semánticos y emocionales (Bai *et al.*, 2019). Sin embargo, la variabilidad de las representaciones de los emojis en plataformas como Google, puede motivar la aparición de malentendidos comunicativos y dificultar la interpretación de mensajes (Miller *et al.*, 2016).

Finalmente, los hallazgos encontrados resaltan la necesidad de atender a los diferentes diseños gráficos-visuales de los emojis en las plataformas de la comunicación digital, planteando cuestiones relevantes sobre su naturaleza ambigua y heterogeneidad perceptiva. Todo ello motiva la necesidad, para las áreas de la comunicación, lingüística y educación, de profundizar en el impacto de estas variadas representaciones en las interpretaciones semánticas y emocionales de los estudiantes, así como en indagar en la influencia de las culturas en su interpretación.

6. Referencias

- Ariel, M. (2016). Revisiting the typology of pragmatic interpretations. *Intercultural Pragmatics*, 13(1), 1-35. <https://doi.org/10.1515/ip-2016-0001>
- Atkin, A. (4 de agosto de 2022). *Peirce's Theory of Signs*. Stanford Encyclopedia of Philosophy: Peirce theory of sign. <https://plato.stanford.edu/entries/peirce-semiotics/>
- Bai, Q., Dan, Q., Mu, Z. y Yang, M. (2019). A Systematic Review of Emoji: Current Research and Future Perspectives. *Frontiers in Psychology*, 10(2221), 1-16. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02221>
- Boutet, I., LeBlanc, M., Chamberland, J. A. y Collin, C. A. (2021). Emojis influence emotional communication, social attributions, and information processing. *Computer in Human Behavior*, 119(106722), 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106722>
- Cohn, C., Engelen, J. y Schilperoord, J. (2019). The grammar of emoji? Constraints on communicative pictorial sequencing. *Cognitive Research: Principle and Implications*, 4(22), 1-18. <https://doi.org/10.1186/s41235-019-0177-0>
- Coyle, M. A. y Carmichael, C. L. (2019). Perceived responsiveness in text messaging: The role of emoji use. *Computers in Human Behavior*, 99, 181-189. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.05.023>
- Dainas, A. R. y Herring, S. C. (2019). Interpreting Emoji Pragmatics. En C. Xie, F. Yus, y H. Haberland (Eds.), *Approaches to Internet Pragmatics: Theory and practice* (pp. 107-144). John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/pbns.318>
- Emojipedia. (2024). *Emojipedia*. <https://emojipedia.org/es>
- Ezimako, E. (2021). New Media Semiotics and the Rise of Universal Symbolic Language: Digital Natives' Perspective Amidst Covid-19. *Journal of Higher Education Theory and Practice*, 21(1), 190-206. <https://doi.org/10.33423/jhetp.v21i1.4048>

- Fischer, B. y Herbert, C. (2021). Emoji as Affective Symbols: Affective Judgments of Emoji, Emoticons, and Human Faces Varying in Emotional Content. *Frontiers in Psychology*, 12(645173), 1-15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.645173>
- Gómez-Camacho, A., Hunt-Gómez, C. I. y Valverde-Macías, A. (2018). Textisms, texting, and spelling in Spanish. *Lingua*, 201, 92-101. <http://dx.doi.org/10.1016/j.lingua.2017.09.004>
- Grosz, P. G., Greenberg, G. y Kaiser, E. (2023). A semantics of face emoji in discourse. *Linguist and Philos*, 46, 905-957. <https://doi.org/10.1007/s10988-022-09369-8>
- Hand, C. J., Burd, K., Oliver, A. y Robus, C. M. (2022). Interaction between text content and emoji types determine perceptions of both messages and senders. *Computers in Human Behavior Reports*, 8(100242), 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2022.100242>
- Hsieh, S. H. y Tseng, T. H. (2017). Playfulness in mobile instant messaging: Examining the influence of emoticons and text messaging on social interaction. *Computers in Human Behavior*, 69, 405-414. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.12.052>
- Hunt-Gómez, C. I., Núñez-Román, F. y Gómez-Camacho, A. (2020). Textismos y ortografía. Percepción de los profesores en formación de la Generación Z. *Formación Universitaria*, 13(2), 143 - 152. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062020000200143>
- Logi, L. y Zappavigna, M. (2023). A social semiotic perspective on emoji: How emoji and language interact to make meaning in digital messages. *New media & Society*, 25(12), 3222-3246. <https://doi.org/10.1177/14614448211032965>
- Lu, Y. y Wu, J. (2022). An Empirical Study on the Use of Emojis by College Students from the Perspective of Symbolic Interactionism. *Theory and Practice in Language Studies*, 12(4), 707-714. <https://doi.org/10.17507/tpls.1204.11>
- Marino, G. (2022). Colon 1 Hyphen 1 Right Paren: At the Origins of Face Semiotics from Smileys to Memes. *Signs and Society*, 10(1), 106-125. <https://doi.org/10.1086/717560>
- Miller, H., Thebault-Spieker, J., Chang, S., Johnson, I., Terveen, L. y Hecht, B. (2016). "Blissfully Happy" or "Ready toFight": Varying Interpretations of Emoji. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 10(1), 259-268. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v10i1.14757>
- Morris, C. (1971). *Fundamentos de la teoría de los signos*. Ediciones Paidós.
- Parrado-Collantes, M. y Estrada-Chichón, J. L. (2021). Emoji y expresión escrita: posibilidades de aplicación y desarrollo en lengua materna y extranjera. *Educação & Formação*, 6(1), 1-19. <https://doi.org/10.25053/redufor.v6i1.3528>
- Peirce, C. S. (1974). *La Ciencia de la Semiótica*. Nueva Visión.
- Pfeifer, V. A., Armstrong, E. L. y Lai, V. T. (2022). Do all facial emojis communicate emotion? The impact of facial emojis on perceived sender emotion and text processing. *Computers in Human Behavior*, 126(107016), 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107016>

- Rodrigues, D., Prada, M., Gaspar, R., Garrido, M. V. y Lopes, D. (2018). Lisbon Emoji and Emoticon Database (LEED): Norms for emojis and emoticons in seven evaluative dimensions. *Behavior Research Methods*, 50, 392-405. <https://doi.org/10.3758/s13428-017-0878-6>
- Rong, S., Wang, W., Mannan, U. A., de Almeida, E. S., Zhou, S. y Ahmed, I. (2022) An empirical study of emoji use in software development communication. *Information and Software Technology*, 148(106912), 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.infsof.2022.106912>
- Sampietro, A. (2020). Use and Interpretation of Emoji in Electronic-Mediated Communication: A Survey. *Visual Communication Quarterly*, 27(1), 27-39. <https://doi.org/10.1080/15551393.2019.1707>
- Shardlow, M., Gerber, L. y Nawaz, R. (2022). One emoji, many meanings: A corpus for the prediction and disambiguation of emoji sense. *Expert Systems with Applications*, 198(116862), 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2022.116862>
- Stein, J. P. (2023). Smile Back at Me, But Only Once: Social Norms of Appropriate Nonverbal Intensity and Reciprocity Apply to Emoji Use. *Journal of Nonverbal Behaviour*, 47, 245-266. <https://doi.org/10.1007/s10919-023-00424-x>
- Vela-Delfa, C. (2020). Una aproximación semiótica al estudio de los emojis. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 84, 153-165. <https://doi.org/10.5209/clac.69723>
- Was, C. A. y Harmick, P. (2021). What Did They Mean by That? Young Adults' Interpretations of 105 Common Emojis. *Frontiers in Psychology*, 12(665297), 1-7. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.655297>

CONTRIBUCIONES DE AUTORES/AS, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Contribuciones de los/as autores/as:

Conceptualización: Pérez Hernández, María; Hunt Gómez, Coral Ivy; Ferreras Listán, Mario; **Software:** Pérez Hernández, María; Ferreras Listán, Mario; **Validación:** Hunt Gómez, Coral Ivy; **Análisis formal:** Pérez Hernández, María; **Curación de datos:** Pérez Hernández, María; Hunt Gómez, Coral Ivy; **Redacción-Preparación del borrador original:** Pérez Hernández, María; Hunt Gómez, Coral Ivy; **Redacción-Re-visión y Edición:** Pérez Hernández, María; Ferreras Listán, Mario; Hunt Gómez, Coral Ivy **Visualización:** Pérez Hernández, María; Hunt Gómez, Coral Ivy; Ferreras Listán, Mario; **Supervisión:** Hunt Gómez, Coral Ivy; Ferreras Listán, Mario; **Administración de proyectos:** Hunt Gómez, Coral Ivy; **Todos los/as autores/as han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito:** Pérez Hernández, María; Hunt Gómez, Coral Ivy; Ferreras Listán, Mario

Financiación: Esta investigación no recibió financiamiento externo.

Agradecimientos: Este texto se enmarca en la línea del proyecto de la Universidad de Sevilla (US-1380916) "La escritura digital del alumnado adolescente en Andalucía. La mensajería instantánea y sus implicaciones educativas", cofinanciado por el Programa Operativo FEDER 2014-2020 de la Unión Europea y por la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades de la Junta de Andalucía.

Conflicto de intereses: No

AUTOR/ES:

María Pérez Hernández

Universidad de Sevilla, España.

Profesora de Educación Primaria con especialidad en Lengua Inglesa y graduada en Enseñanzas Profesionales de Piano, con Máster en Investigación e Innovación Educativa en las Áreas del Currículo. Alumna Interna del Departamento de Didáctica de la Lengua de la Universidad de Sevilla y premiada con un Accésit al Mejor Trabajo de Fin de Estudio relacionado con el ámbito de investigación de la alfabetización digital y la enseñanza de lenguas extranjeras.

marperher6@alum.us.es

Orcid ID: <https://orcid.org/0009-0002-9901-0278>

Coral Ivy Hunt Gómez

Universidad de Sevilla, España.

Profesora Titular del Departamento de Didáctica de la Lengua de la Universidad de Sevilla. Sus líneas de investigación incluyen la alfabetización digital, la formación de futuros docentes y la enseñanza de segundas lenguas o lenguas extranjeras. Cuenta con numerosas publicaciones y ha participado en diversos proyectos de investigación de diverso alcance relacionados con la comunicación digital y su influencia en la educación.

coralhuntg@us.es

Índice H: 10

Orcid ID: [0000-0001-6261-927X](https://orcid.org/0000-0001-6261-927X)

Scopus ID: [35766435200](https://scopus.com/authorid/35766435200)

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=nxRX2k8AAAAJ&hl=es>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Coral-Hunt-Gomez>

Academia.edu: <https://us.academia.edu/CoralIvyHuntG%C3%B3mez>

Mario Ferreras Listán

Universidad de Sevilla, España.

Doctor en Didáctica de las Ciencias Experimentales, Sociales y Matemáticas, licenciado en Psicopedagogía, graduado en Educación Primaria, con Másteres en Didáctica de las Ciencias, y en Patrimonio Natural y Cultural actualmente es Profesor del Titular de la Universidad de Sevilla, en el área de Didáctica de las Ciencias Sociales. Pertenece al grupo de investigación DESYM (HUM-168) cuyo fin es contribuir a la mejora en la formación inicial y permanente del profesorado de Ciencias. Sus líneas de investigación principales se enmarcan en la educación patrimonial, la educación para la ciudadanía, la formación del profesorado de Ciencias Sociales,

los materiales y recursos educativos y la educación desde la perspectiva de género. Miembro de redes científicas como Red 14, Innovagoría, RedGen, etc.

mferreras@us.es

Índice H: 12

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-9430-8310>

Scopus ID: <https://orcid.org/0000-0001-9430-8310>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=p6YEzg8AAAAJ>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Mario-Ferreras-Listan>