



UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO
Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

"Emojis Universitarios: la representación de las emociones del estudiante universitario"

Martín Luis Bernal | Florencia Gonella

Director: Sebastián Castro Rojas

Rosario, julio de 2020

Índice

Resumen	3
Introducción	5
¿Cómo llegamos hasta aquí?	6
Capítulo 1: sobre los que nos permitió pensar este trabajo.	9
Revisión de antecedentes.	
Síntesis	10
1.1 La escritura y la representación a través de símbolos.	11
1.2 Historia de los emojis.	14
1.3 El emoji como representación cultural: el emoji del mate y el emoji de la paella.	16
Capítulo 2: sobre las ideas que atraviesan este trabajo.	18
Revisión de conceptos.	
Síntesis	19
2.1 ¿Qué entendemos por representar? Los emojis como íconos y los emojis como símbolos. La importancia del contexto en las conversaciones digitales interactivas.	20
2.2 Los nuevos actores en el modelo de producción de saberes y sentidos en la era digital.	23
2.3 Conversaciones interactivas en la era digital. El chat, los emojis y la información contextual.	27
Capítulo 3: sobre la metodología, investigación y los datos que sustentan este trabajo.	29
Síntesis	30
3.1 Primera etapa: sobre la recolección de datos.	31
3.2 Segunda Etapa: sobre el análisis de los datos.	32
Capítulo 4: sobre el Proyecto Disciplinar “Emojis Universitarios”.	34
Síntesis	35
4.1 ETAPA 1 Diagnóstico	36
4.1.1 Actores, tareas y plazos.	36

4.1.2 Resultados	37
4.2 ETAPA 2 Diseño de dispositivo de intervención y cronograma de aplicación	48
4.2.1 Actores, tareas y plazos	48
4.3 ETAPA 3 Análisis de resultados y propuesta de emojis	50
4.3.1 Actores, tareas y plazos	50
4.4 ETAPA 4 EVALUACIÓN	51
4.4.1 Actores, tareas y plazos	51
Capítulo 5: reflexiones y aportes.	53
Bibliografía	56
Anexos	60
Resultados de las encuestas	61
Encuesta Emoticones 1	61
Encuesta Emojis	66
Encuesta Comunicoiji	70

Resumen

El siglo XX nos trajo una de las novedades más grandes de los últimos tiempos: Internet. Una de las más grandes redes de comunicación cuya introducción ha experimentado la progresión más fuerte y más rápida de la historia. Desde entonces, muchas de las conductas y de las relaciones humanas empezaron a tomar nuevas y variadas formas, gracias a la digitalización. Tal como afirman Pisani y Piotet “una de las cosas que más se modificó es lo que hacemos en y con Internet, del que somos ya protagonistas” (Pisani y Piotet, 2008: 13). Con esta consolidación, poco a poco las tecnologías fueron avanzando. Blogs, redes sociales, smartphones y aplicaciones de mensajería instantánea fueron convirtiéndose en parte constitutiva de nuestros días y de la forma en que vivimos nuestras vidas.

Así es como, desde el nacimiento de la Word Wide Web, los servicios de Internet fueron evolucionando y desde hace unos años podemos hablar de una “nueva web”, una web en donde sus actores ya no consumen pasivamente, sino que se caracterizan por proponer servicios, intercambiar información, implicarse y participar. Internet se convirtió en el lugar en donde se desarrollan y se modifican nuestras relaciones, dando lugar al surgimiento de un nuevo tipo de actor: el webactor, y un nuevo espacio social: el ciberespacio.

Gracias a esto, el acto de decir fue tomando nuevas y diferentes formas, facilitado por una posibilidad más espontánea de expresarse, gracias a los SMS (Short Message Service) y a la mensajería instantánea. Los nativos digitales comunicamos, intercambiamos, aprendemos, analizamos, evolucionamos y crecemos de manera diferente. Nuestras formas de comunicarnos ya no son las mismas y nuestra forma de escribir es diferente, tendiente sobre todo a compartir emociones. Las conversaciones que se empezaron a desarrollar en el espacio virtual se caracterizaron por una determinada ortografía, determinada forma de suplir la información no verbal, y de comunicar emociones y gestos a través de los emoticones, y desde hace unos años, del omnipresente emoji.

Este trabajo surge de la inquietud de descubrir cómo es que los nativos digitales compartimos nuestras emociones a través de la escritura mediada por dispositivos tecnológicos, y cómo el contexto en el que esas conversaciones se desarrollan y del que son parte sus protagonistas, tiene un rol fundamental en dicha conversación. Para ello, analizaremos al estudiante universitario de la Universidad Nacional de Rosario como actor principal, el uso que hace del emoji y el papel que juega en esta interacción el ser parte de esa comunidad específica, a saber, la de estudiante universitario. Así, el objetivo final de esta tesis es presentar un proyecto disciplinar que, en su ejecución, permita desarrollar el

compendio de los primeros emojis que como estudiantes universitarios nos gustaría tener y usar, un compendio de aquellos emojis que nos representen específicamente como comunidad de saberes, que sea representativo del estudiante universitario como tal y que sirva de disparador para crear nuevos emojis entre los estudiantes que continúan en ese estadio, entre los graduados y entre todos aquellos que comparten la comunidad de saberes.

Palabras claves:

Emoji - Representación - Contexto - Ciberpragmática - Comunidad Epistemológica - Webactor.

Introducción

Somos estudiantes de Comunicación Social. Este hecho, por irrelevante y efímero que pueda parecer, configuró en nosotros determinadas estructuras, determinadas formas de leer, de estudiar, de hablar, de hacer chistes; de entender el mundo y la historia, de pensar nuestras relaciones, etc.

Pero, además, somos nativos digitales. Nacimos en los inicios de toda una nueva cultura conocida como cibercultura que configuró estructuras y formas a nivel mundial. Somos hijos de la globalización: la cibercultura, Internet, el chat, la Revolución Tecnológica y los dispositivos inteligentes. Somos los famosos “millennials”. En este panorama advertimos una situación particular muy cotidiana para nosotros: al chatear utilizamos emojis. Muchos de ellos no sabemos qué significan. Muchos otros los resignificamos en cada nuevo uso particular, y muchos otros más los combinamos para decir algo, para representar algo, para lo cual no existe un emoji específico.

De este modo, nos dimos cuenta que pareciera ser que los más de 3000¹ emojis que existen no son suficientes para decir muchas cosas, no representan la totalidad de elementos del universo, y sobre todo, no representan específicamente lo que decimos o hacemos como estudiantes universitarios.

Así, nos embarcamos en una investigación en la que descubrimos la esencia de este trabajo: cada comunidad específica, cada cultura, cada grupo social o colectividad comparte entre sí determinados códigos, determinado lenguaje que es representativo de sí mismo, y que sólo pueden interpretarlo de ese modo los miembros que la constituyen. Los emojis son representaciones de una cultura particular: la japonesa. Y este es el motivo por el cual no entendemos muchos de ellos (月 嘗 申 有 ❖ ❷ ❸ WC 空 ㇰ ㇱ ㇲ), rara vez los usamos, e incluso en algunos que utilizamos habitualmente su uso no “coincide” con la significación original que su creador les otorgó(😓 <Perseverancia> 🙏 < Triunfo > 😱 < Gritando de miedo >) , si es acaso que las interpretaciones se otorgan.

Entonces, nos resulta válido pensar que como estudiantes universitarios constituimos una comunidad epistemológica específica, y podríamos, por lo tanto, tener emojis que sirvan de representación para nuestros modos de leer, de estudiar, de hablar, de hacer chistes. De entender el mundo y la historia, de pensar nuestras relaciones. Emojis que representen nuestras emociones y nuestras experiencias como estudiantes universitarios.

¹ Dato actualizado en mayo 2020. Disponible en: <https://emojipedia.org/stats/>

¿Cómo llegamos hasta aquí?

En un comienzo, allá por el año 2015 y como parte del Taller de Tesina, empezamos a pensar la hipótesis y la pregunta central que guiaría nuestro trabajo. En ese momento, nos centramos en el estudiante de comunicación social de la UNR como actor principal y protagonista. Así, la propuesta trató de buscar e indagar a través del uso de los emojis las diferentes interpretaciones y significaciones que los estudiantes de comunicación social podemos crear con ellos, dentro de nuestra comunidad epistemológica.

Esto supuso conocer los lugares de tránsito del emoji, y las funcionalidades y particularidades en torno a su utilización. Para ello elaboramos una serie de encuestas que nos permitieron descubrir que aquello que nosotros pensábamos como hipótesis inicial (que los estudiantes de Comunicación Social de la UNR constituimos una comunidad epistemológica de saberes, y por lo tanto, podemos crear emojis que nos representen como tal) era perfectamente trasladable a todos los que formamos parte de la Institución que nos agrupa, la Universidad Nacional de Rosario y que, como tal, reúne a una nueva comunidad epistemológica de saberes: la de estudiantes universitarios.

Así, entendemos que el uso que hacemos del emoji los estudiantes de Comunicación Social, es un uso que se lleva adelante sólo y gracias al contexto en el que se utilizan, un contexto que es compartido por todos los estudiantes universitarios de la UNR. De esta forma, los *Emojis Universitarios* sólo adquieren sentido y significación si los pensamos en función de nuestra comunidad epistemológica de saberes, de ese entorno cognitivo que compartimos los estudiantes universitarios, que hace que, en cada nuevo uso, los convirtamos en nuevos símbolos. De otra forma, son simplemente íconos que pueden ser dotados de múltiples y variados significados, dependiendo siempre del lugar y el contexto en el que sean utilizados.

Los *Emojis Universitarios* vienen a expandir las posibilidades expresivas propias de nuestro entorno cognitivo, y es en este sentido que sólo podemos dotarlos de significación en función de nuestra comunidad epistemológica de saberes.

¿Y por qué no hacerlo, entonces? Así llegamos hasta aquí. Movidos por la intriga de buscar aquellos emojis que nos representen como estudiantes universitarios, y jugar con las interpretaciones y las significaciones que podemos crear entre nosotros de aquellos elementos, emociones, situaciones y personajes que forman parte de nuestra vida universitaria.

La propuesta de este trabajo es investigar y descubrir cuáles son los Emojis Universitarios. Para poder abordar esta investigación, su posterior análisis y el desarrollo de estos diseños resulta necesario elaborar un Trabajo Integrador Final (en adelante TIF) en la modalidad de proyecto disciplinar que, a través de sus diferentes etapas, nos sirva como dispositivo de intervención involucrando a diferentes actores.

Este TIF en la modalidad de proyecto disciplinar tendrá como objetivo desarrollar el compendio de los primeros emojis que como estudiantes universitarios nos gustaría tener y usar, un compendio de aquellos emojis que nos representen específicamente como comunidad de saberes, que sea representativo del estudiante universitario como tal y que sirva de disparador para crear nuevos emojis entre los estudiantes que continúan en ese estadio, entre los graduados y entre todos aquellos que comparten la comunidad de saberes.

De aquí se desprenden los siguientes objetivos específicos:

- Desarrollar un relevamiento de los mensajes que produce la Universidad Nacional de Rosario a través de sus diferentes unidades académicas a fin de evaluar cuál y cómo es el uso que hacen del emoji.
- En función de los resultados de este relevamiento, planificar un dispositivo de intervención que permita descubrir, diseñar e implementar los nuevos *Emojis Universitarios*.
- Proponer procesos de evaluación que permitan repensar los emojis del universitario y su actualización.

A los fines de guiar al lector durante esta tesina, decidimos organizarla en 5 capítulos. Para dar inicio, en el *Capítulo 1: sobre los que nos permitió pensar este trabajo. Revisión de antecedentes*, abordaremos las líneas centrales que nos sirvieron como disparadores para pensar en los *Emojis Universitarios*. En este sentido, navegaremos primero por los antecedentes y la historia de la representación gráfica, la escritura pictórica, y luego por la historia del nacimiento de los emojis. Además, prestaremos especial atención a dos casos que nos permitieron pensar a los emojis como construcciones gráficas que están fuertemente ancladas a un contexto espacio temporal, y sobre todo, que son producto de la demanda popular por la representación cultural: el caso del emoji del mate en Sudamérica y de la paella en España.

Seguidamente, en el *Capítulo 2: sobre las ideas que atraviesan este trabajo. Revisión de conceptos*, nos ocuparemos de presentar aquellas referencias teóricas que enmarcan la producción de este TIF y que además, nos permitieron abordar este trabajo. Por un lado, lo haremos desde la semiótica de Peirce (1974), al referirnos a los modos de producción, significación y resignificación del uso del emoji. Por otro lado, desde las ideas propuestas por Pisani y Piotet (2008) en relación al webactor y a los usos y prácticas que hacemos en Internet. Finalmente, retomaremos la ciberpragmática propuesta por Yus (2010), al prestar especial atención al contexto en el que el emoji surge y es interpretado,

resultándonos así la teoría más adecuada para estudiar la práctica cotidiana de la comunicación a través de Internet.

En el *Capítulo 3: sobre la metodología, investigación y los datos que sustentan este trabajo* presentaremos la metodología y la recolección de los datos que hicieron posible este TIF como proyecto disciplinar. Describiremos, en primera instancia, los instrumentos de recolección de datos que empleamos durante el periodo comprendido entre los años 2016 - 2018, a través de los grupos de Facebook “Comunicadores”, “Resúmenes para Comunicadores” y “Digicom”. En segunda instancia nos ocuparemos de exponer cómo los resultados obtenidos nos permitieron ampliar los horizontes de este trabajo hacia una nueva perspectiva enriquecedora, enfocada en el estudiante universitario como tal, y ya no sólo en el estudiante de Comunicación Social.

En este punto, y luego de haber expuesto el sustento teórico y metodológico que posibilita este trabajo presentaremos, en el capítulo 4, nuestro proyecto disciplinar, al que dimos por llamar *Emojis Universitarios*. En él, describiremos el desarrollo de cada una de sus etapas, indicando respectivamente los objetivos, las acciones concretas y los actores responsables de intervenir en la ejecución. Con el fin de presentar una correcta planificación de dichas etapas, se describirá además la planificación y los resultados obtenidos de la ejecución de la etapa de diagnóstico.

Finalmente, en el capítulo 5, abordaremos algunas reflexiones generales que servirán de aportes para repensar el campo disciplinar del Comunicador Social como actor convergente de estas nuevas producciones de sentido en el seno de la comunicación digital.



Capítulo 1: sobre los que nos permitió pensar este trabajo. Revisión de antecedentes.

“Propongo la siguiente secuencia de caracteres para marcar bromas: :-) Léase de lado. En realidad, es probable que sea más económico marcar cosas que NO sean bromas, dadas las tendencias actuales. Para esto, úsese :- (“

Scott Fahlman

Síntesis

Sabemos con seguridad que los millennials no fuimos los inventores de la escritura mediante dibujos, pero ¿de dónde viene exactamente esta práctica? En este capítulo nos proponemos abordar aquellos antecedentes en la práctica de la escritura con íconos, puntualizando en algunos casos particulares que nos permitieron pensar este trabajo y nos inspiraron en dicha dirección.

Así, lo dividiremos en tres partes en las cuales desarrollaremos la historia de la escritura pictográfica, el nacimiento del emoji y dos casos particulares que nos permitieron pensar a los emojis como producto de la demanda popular por la representación cultural: el caso del emoji del mate en Sudamérica y de la paella en España.

1.1 La escritura y la representación a través de símbolos.

Según el Wikidiccionario² “escribir” tiene su origen en el latín “scribere” (y este de una raíz indoeuropea “skreib”), relacionado con la idea de “rayar”. Así, el sustantivo “scribo” significa tanto “tallar”, como “rascar”, “escribir”, “rasguño”, o incluso “esbozo”, “bosquejo” o “escrito”. Por lo tanto, escribir es representar ideas, palabras, números o sonidos mediante letras o cualquier otro signo gráfico.

A lo largo de este trabajo nos ocuparemos de investigar y desarrollar un tipo particular de signo gráfico que conocemos como *emoji*. Ya hablaremos específicamente de él un poco más adelante, pero primero nos resultó necesario remontarnos a los inicios de la escritura con símbolos.

Desde la antigüedad, el ser humano prehistórico necesitó registrar lo que le rodeaba mediante dibujos pintados en las cuevas donde habitaba. Era un impulso estético y religioso por el que estas pinturas rupestres se convirtieron en pictogramas. Pero también, los primeros símbolos de escritura, necesitados para auxiliar la memoria limitada de los humanos, se basaban en pictogramas.

Los pictogramas son íconos que representan un concepto y que forman parte de un



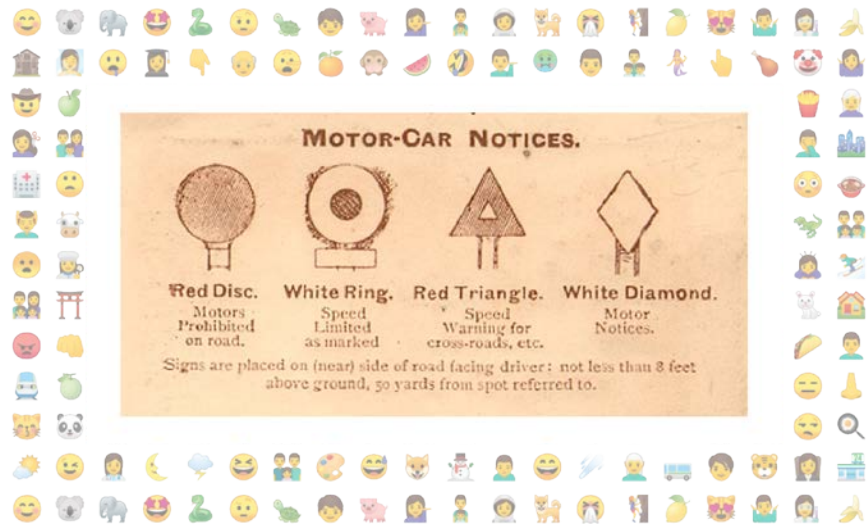
Silabario Mexica en el Alfabeto Fonético Internacional de acuerdo a Lacadena y Wichmann 2004. Recuperado en Wikipedia.

sistema. Podemos situar su “nacimiento” hace muchos años, en el neolítico. La característica fundamental del pictograma es el hecho de que sea un ícono y por lo tanto, representa a su signo en tanto se le asemeja a él. Así, el búfalo dibujado en las cavernas de los indígenas representaba un búfalo, y no otra cosa. Luego, con el paso del tiempo, los pictogramas evolucionaron dando lugar a los ideogramas, que son pictogramas pero que representan ideas y conceptos más abstractos.

A partir de este tipo de escritura, algunas civilizaciones crearon sus propios sistemas de comunicación, aquello a lo que hoy llamaríamos su propia lengua. En Oriente, los antiguos egipcios dieron paso a los jeroglíficos: el sistema más antiguo de escritura, caracterizado por el uso de signos

² Disponible en: <https://es.wiktionary.org/wiki/scribo#Lat%C3%ADn>

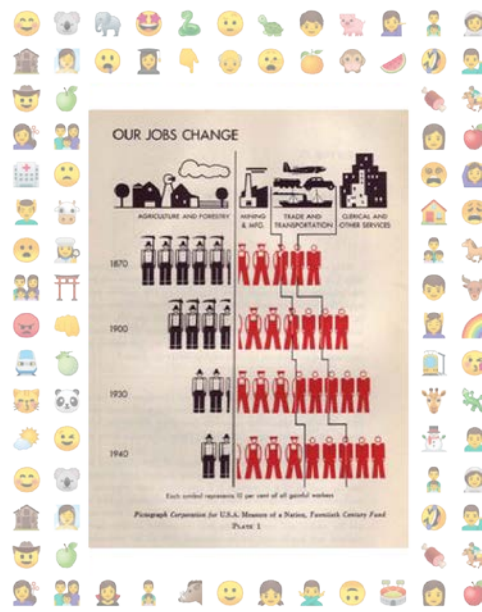
y símbolos figurativos que representaban algo tangible y a menudo fácil de reconocer. Se considera a la escritura jeroglífica como la primera en utilizar tanto pictogramas como ideogramas. Para poder diseñar la escritura jeroglífica, los egipcios se inspiraron en su entorno: objetos de la vida cotidiana, animales, plantas, partes del cuerpo, etc. Más aquí, en occidente, las culturas indígenas también utilizaban los pictogramas e ideogramas como sistema de escritura y comunicación. Un claro ejemplo de esto es la escritura mexicana, más conocida como los “Glifos Aztecas”, el sistema de escritura de la lengua náhuatl usado por la civilización mexicana y basado en pictogramas e ideogramas, durante los periodos Epiclásico y del



Ejemplo de señal de tránsito. Recuperado en Autofacil.es

Posclásico mesoamericano (Suárez Higuera, 2012). Por otro lado, en los manuscritos de la

Edad Media también se utilizaban dibujos con figuras o escenas que “traducían” gráficamente ideas del texto para que pudieran ser entendidas también por los que no sabían leer. Una de las funciones principales de los pictogramas es que sean entendidos universalmente, por lo que estas ilustraciones medievales pueden considerarse un indicio claro de ellos.



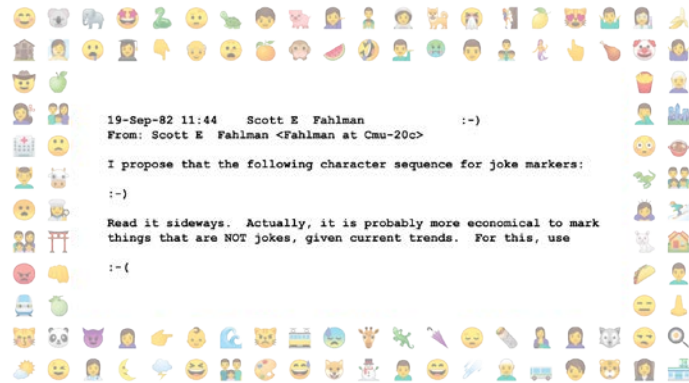
Primeras infografías de Otto Neurath, fundador de ISOTYPE. Recuperado en Google.com

Mucho tiempo después, a comienzos del siglo XX se produce un hecho decisivo en la historia de la escritura pictográfica: el diseño de la señalética. El crecimiento de la industria automotriz hizo necesario instalar señales en rutas y caminos. Debido a que cada país instalaba sus propias señales, fue necesaria la creación de una asociación internacional que impulsara la instauración de un

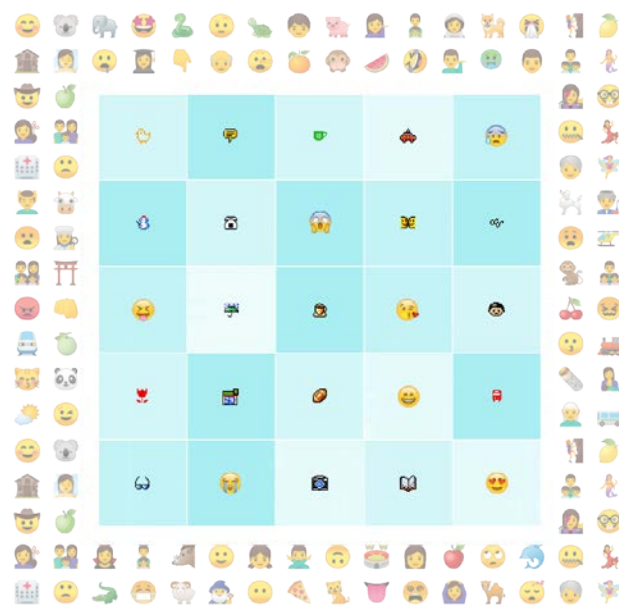
mismo sistema de señales para todos los países. Así es como dimos nacimiento al sistema de señalética de tránsito que conocemos hoy en día.

Veinte años más pasaron hasta que Otto Neurath, un economista y sociólogo austriaco, estudioso de la semiótica, se interesara por crear un idioma gráfico internacional. Este sistema, al que llamó ISOTYPE (International System of Typographic Picture Education) tenía como objetivo fundamental facilitar el entendimiento de datos complejos a todo el mundo. Neurath sostenía que las palabras dividían y las imágenes unían. El acceso al conocimiento debía realizarse a través de formas puras y sencillas. Rudolf Modley fue uno de sus colaboradores que continuó además con su ambicioso trabajo de crear un lenguaje gráfico universal. Así, puso en marcha un diccionario de símbolos gráficos y realizó miles de pictogramas que fue recopilando en distintos libros.

Muchos años después llegó a nuestra escritura el emoticón. En 1982 Scott Fahlman, un profesor y científico de cómputo de la Universidad Carnegie Mellon, pensó que la utilización de una secuencia de caracteres podría ayudar a las personas en un tablón de mensajes electrónicos a distinguir entre mensajes reales y bromas. Así, en el cuerpo de un correo electrónico propuso que se usarán :-) y :- (para



Recreación del mail enviado por Scott Fahlman. Recuperado del trabajo final de Convergencias Tecnológicas de Florencia Gonella.



Mosaico de emojis de WhatsApp. Recuperado en Blagdon, How Emoji conquer the world, 2013.

representar emociones e indicar si el comentario tenía una broma.

Así, los emoticones se fueron desarrollando, principalmente para imitar expresiones faciales y emociones, y porque sirven como abreviaturas. En este sentido, los emoticones surgen a partir de la pretensión de enriquecer icónicamente el simple y limitado código del texto electrónico de forma que exprese las emociones del emisor (y su reflejo facial) al escribirlo (Yus, 2010). Con la aparición de los teléfonos celulares, su masiva adaptación a la vida cotidiana y la llegada del formato SMS que sólo soportaba de


140 a 160 caracteres por mensaje, la necesidad de abreviar se volvió esencial: los usuarios

de los celulares nos vimos forzados a recurrir a acrónimos, abreviaturas y emoticones. Así, los emoticones nacieron como apoyo al lenguaje escrito, como ayuda para poder comunicar aquello que resulta imposible de representar para la lengua escrita: las emociones, los gestos, los sentimientos y la información contextual. Su uso empezó a hacerse popular al permitir superar las limitaciones propias de la escritura, en un contexto en dónde ahorrar tiempo y espacio resultó sumamente necesario.

A partir de la década de los noventa, la creación de nuevas plataformas y dispositivos tecnológicos transformaría a los emoticones en figuras más estilizadas. El difunto MSN (Messenger Hotmail) añadió pequeñas figuras que representaban estados de ánimo, animales y otros objetos. Le seguirían los atajos de emoticones que ahora encontramos en todos los teléfonos móviles y, así, al inicio del siglo XXI, el emoji se volvería un ser omnipresente en la sociedad occidental.

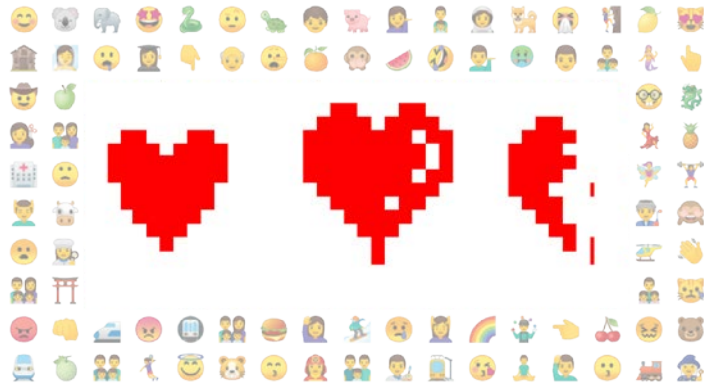
De esta forma, el pictograma se ha consolidado a lo largo de la historia de la humanidad como la forma por excelencia de “escribir con dibujos”, desde las señales de tránsito, pasando por los cuentos que leíamos de pequeños con dibujos en lugar de algunas palabras, hasta los clásicos carteles del baño que indican “caballero” o “dama”. Como podemos ver, hoy en día, los pictogramas siguen siendo una de las principales formas de escritura, ya sea para señalar o informar. Incluso son todavía utilizados como el principal medio de comunicación escrita en algunas culturas no alfabetizadas de África, América y Oceanía.

1.2 Historia de los emojis.

El término emoji proviene de una palabra japonesa compuesta que significa: **E** (imagen, 絵) **MOJI** (letra, 文字). En 1995, la empresa de telefonía japonesa NTT Docomo decidió incorporar a sus dispositivos localizadores *Pocket Bell* un símbolo de corazón , con el fin de que los jóvenes y adolescentes a lo largo de Japón pudiesen intercambiarlo a través de los millones de mensajes que se enviaban diariamente, agregándoles un nuevo nivel de sentimentalismo y emoción. Sin embargo, con las nuevas versiones del Pocket Bell, el símbolo del corazón fue abandonado por características más amigables para el negocio y así los adolescentes fueron renunciando a Docomo por su entonces reciente competidor, Tokyo Telemessage. Docomo rápidamente cayó en la cuenta que había malinterpretado la demanda de sus usuarios y empezó a pensar en una nueva forma de recuperarlos, una nueva aplicación asesina: **los emojis**.

Shigetaka Kurita era un joven experto en economía que trabajaba en Docomo. Fue parte del equipo que desarrollaba I-mode, un proyecto que sería la primera plataforma mundial de Internet móvil, combinando características como pronósticos meteorológicos, reservas de entretenimiento, noticias y correo electrónico. Sin embargo, a pesar del éxito que prometía I-mode, las especificaciones con las que contaban los dispositivos de esa época eran muy pobres, por ejemplo, no eran capaces de mostrar imágenes.

En este sentido, ofrecían noticias sobre el clima, pero cosas como *nublado* ☁ o *soleado* ☀ estaban escritas en texto.



Primer Emoji diseñado por Shigetaka Kurita. Recuperado en Blagdon, *How Emoji conquer the world*, 2013.



Emojis de WhatsApp. Recuperado en Blagdon, *How Emoji conquer the world*, 2013.

La falta de señales visuales hizo que el servicio fuera más difícil de usar de lo que debería ser, y Shigetaka Kurita reconoció que la experiencia móvil sería más beneficiosa si se incorporaban algunos personajes adicionales para mostrar información contextual: "así que ahí fue cuando pensamos, si tuviéramos algo como el emoji, probablemente podríamos hacer caras 😊. Ya teníamos la experiencia con el símbolo del corazón, así que pensamos que sería posible" (Blagdon, 2013: s/d).

Kurita tomó papel y lápiz, reunió a su equipo y, sin saber realmente qué hacía, se puso a trabajar. Su objetivo era crear un conjunto completo de 176 caracteres de 12 por 12 píxeles que pudieran cubrir toda la amplitud de la emoción humana. Al igual que los primeros pictogramas egipcios, su inspiración fueron diversos elementos de su niñez y de su cultura, como el manga (historieta japonesa) y el kanji (sinogramas utilizados en la escritura del idioma japonés). Kurita siempre pensó en los emojis como

símbolos, algo más cercano a las letras, que no se sentirían fuera de lugar si se deslizaban en una frase.

Una vez que estuvo listo el conjunto de 176 pictogramas, y luego de varias idas y venidas por el Copyright de los mismos, Unicode adoptó a los emojis bajo sus sistemas de estandarización. Esto hizo posible que los emojis se encuentren disponibles en la mayoría de los smartphones, sin requerir ser parte de un operador de telefonía japonés, y también en servicios de correo electrónico como Gmail, así como en aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp, Tango Spotbros, Telegram y Hangouts. Posteriormente, sistemas operativos como Android o servicios como Twitter, Instagram o Facebook también los soportaron.

1.3 El emoji como representación cultural: el emoji del mate y el emoji de la paella.

En el evento anual de tecnología Media Party, en su edición del año 2017 en la ciudad de Buenos Aires, un grupo de argentinos comenzó a incursionar en la idea de presentar al consorcio encargado de aprobar los emojis existentes para que luego las empresas creadoras de los sistemas operativos de smartphones los pongan en circulación, al emoji del mate 🍷.

En enero de 2018 comenzaron a circular noticias sobre este pedido. A través de la participación colectiva y por medio de la petición digital que se realiza a través del sitio web change.org, comenzó a circular el pedido de firmas para reclamar por el emoji del mate en WhatsApp. Un año más tarde, se conocieron detalles de la petición realizada por un grupo de cinco argentinos al consorcio [UNICODE](https://unicode.org). Se trata de Florencia Cohelo y Santiago Narra del diario La Nación, Martín Zaluki del diario Uno, Daniela Aguiñi de Bragado y Emiliano Panelli Terranova, quien es diseñador y tiene una agencia de marketing, en Mendoza.

Juntos presentaron la propuesta que lejos de ser exclusiva para un grupo social cerrado y pequeño, enseguida despertó interés internacional. El diario El País de España tituló “Argentina gana la lucha por el emoji del mate, el primer ícono sudamericano” (El País, 2019); el portal Perú.com hizo lo propio (Peru.com, 2019) “¿Cómo los argentinos exigieron a WhatsApp el emoji del mate?”.

En ambos casos, tanto en las notas citadas previamente como en el escrito presentado al consorcio internacional UNICODE, el fundamento por el cual se solicita la creación para su posterior utilización del emoji del mate tiene que ver con la idea de poder representar algo tan particular para la cultura de la mayoría de los países de Sudamérica; de poder presentarle al mundo la bebida infusión más representativa de esta parte del

mundo, es decir, surge de la necesidad de poder comunicar una idea que previamente en las plataformas de chat no existía, una idea que representa a los sudamericanos.

Y no sólo nos representa por ser los consumidores directos del mate: nos representa por todo lo que el acto de tomar mate significa para nosotros: la amistad, el compartir, el amor, la familia, las tardes en el parque, las charlas de confidente, etc. Es parte de la forma en que nos comunicamos, en que vivimos. Representa una parte de nuestra cultura y es un símbolo fundante de nuestra historia.

Pero este no es el único caso que encontramos. En España, unos cuantos años antes, se inició la batalla por incorporar a UNICODE el emoji de la "paella" 🍲 (La Fallera, s.f), ya que la misma es una comida típica de ese país (particularmente de una zona del mismo) y por lo tanto es representativa del ser español. Al igual que el mate para nosotros, la paella representa parte de la cultura española y es constitutiva de la historia de ese país.

Traemos estos dos casos testigos a esta tesina precisamente porque sirven para pensar la representación, en este caso de la identidad cultural, a través de los emojis. En el caso de ser nosotros (los argentinos o los sudamericanos) los que reclamamos el emoji entendemos fácilmente la necesidad de contar con uno específico para, por ejemplo, describir gráficamente la acción de tomar un mate a través de una invitación, un momento en particular o simplemente un deseo de estar haciéndolo. Posiblemente, quien no tenga acceso a esta infusión ni mucho menos la tenga incorporada como parte de su cultura, lo tendrá entre los emojis menos usados o directamente no conocerá su existencia de acuerdo al compendio de emojis para utilizar. Pero si lo observamos como espectadores, España necesitó contar con un emoji que describiese una de sus comidas típicas que, si bien puede ser similar a las nuestras, a los argentinos nos aporta un nuevo emoji acerca de un aspecto de ese país, acerca de sus tradiciones, acerca de su cultura que no puede transmitirse tan gráficamente a través del emoji propuesto por UNICODE (el de su bandera), símbolo que si bien no refleja quizás la idea primera - la de transmisión de cultura-, sí que por lo menos se le acerca.

Por lo tanto, nuevamente llegamos a la idea de un elemento gráfico que representa un estado de situación necesario de ser contado, o por lo menos, con la propuesta de representar aún más lo que se quiere comunicar. Y es que, tal como vimos hasta aquí, los pictogramas responden siempre a la cultura y al contexto de la sociedad que los enmarca, y del que son hijos.



Capítulo 2: sobre las ideas que atraviesan este trabajo. Revisión de conceptos.

“Lo que deba ser transformado, se transformará” 🤖

Proverbio latino

Síntesis

Para poder desarrollar el proyecto que nos permita presentar los Emojis Universitarios, nos apoyaremos sobre teorías y conceptos que nos permitan navegar en 3 ejes fundamentales. En primer lugar, definiremos qué entendemos por representar, qué es un signo, qué es un ícono y por qué consideramos que el emoji es un símbolo. En este punto prestaremos especial atención al contexto en el que el emoji surge y es interpretado, siendo este concepto fundamental en la elaboración de nuestra hipótesis.

Seguidamente, daremos paso a explicitar las características fundamentales de los actores protagonistas de estas representaciones y resignificaciones en el seno de las conversaciones digitales interactivas. Aquí abordaremos el concepto de webactor, y cómo las nuevas formas de participación que se dieron en el ciberespacio posibilitan nuevos sentidos, colaborativos y colectivos.

Finalmente, nos ocuparemos de abordar dichas conversaciones digitales interactivas, a través de los dos aportes fundamentales del chat: lo describiremos como la práctica en la que mayormente circulan los emojis, y por ser el espacio que nos interpela a comunicar nuestras emociones a través de los emojis.

2.1 ¿Qué entendemos por representar? Los emojis como íconos y los emojis como símbolos. La importancia del contexto en las conversaciones digitales interactivas.

Tal como dice Charles Peirce en su libro “La Ciencia de la Semiótica”, “representar es estar en relación con otro que, para ciertos propósitos, sea tratado por ciertas mentes como si se fuera ese otro” (Peirce, 1974: 43). Pensando que cada emoji está en relación con una determinada emoción o gesto, objeto, animal, símbolo y que, en ciertos contextos y situaciones, se utiliza y se trata como si fuera esa emoción, ese objeto, ese animal o ese símbolo, el emoji se constituye así como un signo, ya que está en lugar de su objeto: la emoción o gesto, objeto, animal, bandera o símbolo que representa.

Un signo o representamen es algo que para alguien, representa o se refiere a algo en algún aspecto o carácter (Peirce, 1974). Se dirige a alguien, es decir, que crea en la mente de esa persona un signo equivalente o incluso, un signo más desarrollado. Podemos decir entonces que el signo está en lugar de algo, su objeto y por tanto, lo representa. Pero además, y quizás el hecho que nos resulta más relevante aquí, es que está dirigido a alguien. Es este alguien quien dota a ese signo de determinado significado. Por lo tanto, si ese alguien se modifica, muy probablemente la interpretación de ese signo también lo haga.

Vamos a ver esto con un ejemplo:



Captura de conversación de WhatsApp. Solicitado a dos compañeros de Inglés de Martín Bernal. Agosto 2019.

En esta captura de chat, observamos que “A” formula una oración que contiene un emoji 🐱 y es rápidamente entendida por “B” (Jessy Inglés): “A” tiene un gato de mascota

y en el día de hoy está nefasteado, insoportable. Ahora bien, si esta misma conversación la tuvieran dos personas en Argentina, durante el periodo 2015 - 2019, podríamos inferir una interpretación completamente diferente: tuvimos un presidente en ese período de tiempo al que apodamos “gato” 🐱 y cuyas medidas de gobierno se volvieron insoportables para el emisor del mensaje.

Esto nos hace reflexionar entonces, en lo importante que es en un intercambio de este estilo, el contexto. Aquello a lo que Sperber y Wilson dieron por llamar *entorno cognitivo mutuo*. Estos autores sugieren el término entorno cognitivo mutuo para referirse a la parte del entorno físico o psíquico que es manifiesta para los interlocutores y que comparten entre sí en un contexto concreto (Sperber y Wilson, 1986: 41).

Así, en el uso del emoji como estrategia de compensación de la ausencia de información contextual existe un consenso explícito compartido por todos los integrantes de la comunidad, es decir, unos supuestos mutuamente manifiestos y que pertenecen al entorno cognitivo mutuo colectivo. Se trata de un uso convencionalizado que requiere una alfabetización emoticonica previa del usuario.

En el primer caso, los supuestos mutuamente manifiestos que pertenecen al entorno de “A” y “B” es que el primero tiene un gato de mascota y que su carácter tiende a ser insoportable. En el segundo caso, estos supuestos mutuamente compartidos son que al ex Presidente le decimos “gato” y que sus medidas de gobierno resultan insoportables para el emisor de ese mensaje.

Entonces, para que un usuario pueda inferir el mensaje que otro usuario envió correspondiéndose con la intención del emisor, es necesario que exista un consenso entre ellos, algo que sea manifiesto y compartido por todos. Así, como los miembros de una disciplina específica comparten determinado léxico, así también los estudiantes universitarios compartimos un código, basado en las experiencias y lugares compartidos, las prácticas cotidianas, los autores que leemos y el futuro ejercicio de una profesión. Aquello a lo que Yus (2010) llamaba comunidad epistemológica o de saberes, es decir, aquella constituida por personas unidas por valores e intereses comunes, que comparten generalmente el dominio de determinados saberes específicos, y habitualmente, una jerga particular. Las comunidades epistemológicas no son excluyentes, es decir que a lo largo de nuestras vidas formamos parte de varias comunidades epistemológicas (incluso de forma simultánea). Esto dependerá de los roles o de las funciones que desempeñemos y del grado de especialización de nuestros conocimientos (Alcaraz Varo, 1990). En este sentido, los estudiantes universitarios formamos parte de una comunidad epistemológica propia: la de estudiantes universitarios de la UNR, y gracias a esto podemos intercambiar entre nosotros

información, conocimientos y saberes especializados, que no podríamos compartir con otras personas que no formen parte de nuestra comunidad.

Así, cada comunidad epistemológica tiene un código lingüístico que le es propio. En nuestra comunidad este código está basado en, por ejemplo, los autores que leemos, las experiencias compartidas en clase, en exámenes, trabajos prácticos, reuniones de estudio, profesores compartidos, etc. Este código lingüístico se traduce en formas de decir específicas que dan lugar a una jerga particular para los estudiantes universitarios. De aquí el propósito de nuestra tesina.

Ya sabemos entonces que un signo es algo que está en lugar de otra cosa, que lo representa, y que además, se dirige a alguien que podrá interpretarlo en función del entorno cognitivo mutuo que compartan con el emisor y de la comunidad epistemológica a la que pertenezcan.

Dentro de la clasificación que Peirce (1974) propone de los signos, se encuentran tres tipos: íconos, índices y símbolos. Nosotros nos ocuparemos con especial atención de los íconos y de los símbolos.

A primera vista, podríamos pensar que los emojis son íconos. En primer lugar, porque existe una relación directa de semejanza, es decir, podríamos pensar que el emoji de un vaso es como un vaso 🍵 y, en segundo lugar, porque es usado en lugar del objeto. Así lo expresa el autor “cualquier cosa es un ícono de otra cosa, en la medida en que es como esa cosa y en que es usada como signo de ella” (Peirce, 1974: 30). Del mismo modo que los jeroglíficos egipcios en donde el dibujo de un búfalo representaba un búfalo, y no otra cosa.

Sin embargo, si bien nosotros creemos que los emojis son íconos, son mucho más que eso. Nosotros creemos que los emojis son íconos que en cada uso se convierten en nuevos símbolos, que al usarse nuevamente, volverán a resignificarse y así, sucesivamente.

El autor define al símbolo como “un signo que se refiere al objeto que denota en virtud de una ley, usualmente una asociación de ideas generales que operan de modo tal que son la causa de que el símbolo se interprete como referido a dicho objeto” (Peirce, 1974, 30). Todas las palabras, oraciones, libros y otros signos convencionales son símbolos. Por ejemplo, cuando escribimos o pronunciamos la palabra “amor”, en verdad lo que estamos escribiendo o pronunciando es una réplica, una corporización de esa palabra. Del mismo modo, cuando utilizamos el emoji del corazón ❤️, lo que hacemos es corporizar, crear una réplica del sentimiento del amor.

Sin embargo, lo interesante de los símbolos lo encontramos no sólo en su uso, sino en su etimología. Los griegos utilizaban la palabra “symballein” con frecuencia para

designar la realización de un contrato o convenio, y del mismo modo, se puede encontrar que se utiliza la palabra “symbolon” (símbolo) para significar una convención o contrato. Aristóteles se refiere al “símbolo” como un signo convencional. Así, encontramos que en griego un estandarte es un símbolo, un distintivo es un símbolo, un billete de entrada a un teatro es un símbolo. Más aún: cualquier expresión de sentimiento era llamada símbolo.

Los símbolos crecen. Nacen por desarrollo de otros signos, en especial de íconos, o de signos mixtos que comparten la naturaleza de íconos y símbolos. Una vez que un símbolo ha nacido, se difunde entre la gente. A través del uso y de la experiencia, su significado crece. Entonces podemos decir que el símbolo es un signo que pierde su carácter si no hubiera interpretante. Es tal cualquier emisión del habla que significa lo que significa sólo en virtud de poder ser entendida como poseedora de esa determinada significación.

Entonces, cada emoji se convierte así en un ícono que en cada nuevo uso particular se transforma en un símbolo, en función de la significación y de la interpretación que su interpretante haga de él. Por lo tanto, el emoji es entonces un símbolo que está conectado con el objeto al que representa por una convención, y en función de ella será entendido; convención entendida primeramente en una comunidad epistemológica de saberes con posibilidades de extenderse hacia otras comunidades epistemológicas de saberes y en función de ella, entonces, resignificarse.

Resulta necesario describir nuestra comunidad epistemológica, para descubrir, a los fines de este proyecto, el intercambio de mensajes entre los estudiantes de la Universidad Nacional de Rosario. Y es que, como dijimos al comienzo de este trabajo, somos nativos digitales: nacimos en los inicios de toda una nueva cultura que configuró estructuras y formas a nivel mundial. Somos hijos de la globalización: la cibercultura, Internet, el chat, la Revolución Tecnológica y los dispositivos inteligentes. Somos los famosos “millennials”.

2.2 Los nuevos actores en el modelo de producción de saberes y sentidos en la era digital.

Los *millennials*, también conocidos como “Generación Y”, somos las personas nacidas entre principios de la década de 1980 y mediados/fines de la década de 1990, y caracterizadas por un mayor uso y familiaridad con los medios de comunicación y las tecnologías digitales. Los millennials nacimos con la tecnología a disposición y traspasamos los avances de las mismas.

En esta generación estamos nosotros, los estudiantes universitarios de la UNR, y son estas tecnologías las que nos han atravesado en nuestro devenir como estudiantes universitarios. De acuerdo a lo expresado por Bifo:

“cuando las tecnologías alfabéticas dieron paso a las tecnologías digitales, las modalidades de aprendizaje, memorización e intercambio lingüístico se modificaron rápidamente, incluso en el marco de una sola generación. El espesor formativo de la pertenencia generacional se convirtió en decisivo. Y los mundos generacionales comenzaron a constituirse como conjuntos cerrados, inaccesibles, incommunicables, no por motivos morales, políticos o psicológicos sino por un problema de formato tecno-cognitivo, por una verdadera intraducibilidad de los sistemas de referencias interpretativos. Con el concepto de generación no identificamos ya un fenómeno biológico sino un fenómeno tecnológico y cognitivo. Una generación es un horizonte común de posibilidades cognoscitivas y experienciales. La transformación del ambiente tecno-cognitivo redefine continuamente las formas de identidad” (Bifo, 2007: 77).

Esta nueva manera de configurar las identidades en este formato técnico cognitivo, configura también la brecha generacional que se manifiesta en esta era digital. Tal como Pisani y Piotet citan en su libro “La alquimia de las multitudes” a Mark Prensky³, la principal diferencia entre los “nativos digitales” y los “inmigrantes digitales” es, según el autor, que “los nativos son los «escribas» del nuevo mundo, capaces de crear los instrumentos que utilizan con lenguajes que los otros no entienden. Y cuando no programan los instrumentos que utilizan, se sirven, a su manera, de aquellos que están en la actualidad en el mercado” (Pisani y Piotet, 2008: 39). Lo que nos distingue a los “nativos” de los “inmigrantes” es más que una cuestión biológica. No responde tanto al periodo en el que hayamos nacido, sino, al uso que hacemos en Internet y con Internet: “«A diferencia de sus padres, que solían querer mantener en secreto cualquier información que tuvieran (“el conocimiento es poder” era su divisa), a los *digital natives* les gusta compartir y difundir la información en cuanto la reciben (quizá “compartir el conocimiento es poder” podría ser su divisa implícita)” (Pisani y Piotet, 2008: 40). Y lo que principalmente compartimos en Internet son emociones.

Los medios digitales se han convertido así en nuestros lugares de identificación y posición para la formulación de ideas y contenidos que ideamos, producimos, compartimos y modificamos, para luego, volver a idear, volver a producir, volver a compartir, es decir, para significar y resignificar, continuamente. Se trata, tal como lo define Carlos Scolari de una “nueva producción, distribución y consumo de los medios”. Las antiguas audiencias pasivas de televisión se vieron fragmentadas, y el usuario actual se caracteriza por su rol activo “que salta de un medio o plataforma a otra buscando contenido específico o información”. Tal como sugiere el autor, “a muchos de los consumidores de estos nuevos

³ Consultor y autor especializado en educación y conocimiento. Autor de “*The Death of Command and Control*” y primera persona que utilizó los términos “*nativos digitales*” en contraposición a “*inmigrantes digitales*”.

medios se les considera «prosumidores», esto es, usuarios que son tanto productores como consumidores de contenido” (Scolari, 2018: 16).

Es precisamente esto lo que planteamos cuando decimos que el emoji toma nuevas significaciones de acuerdo a cada nuevo uso, en cada nuevo uso. Los nativos digitales somos productores de contenidos para compartir en medios digitales con competencias específicas que posibilitan a este nuevo tipo de consumidor, y que permiten la construcción de identidades y relaciones sociales a través de estos medios digitales.

A este nuevo actor que nació gracias a la difusión de las nuevas tecnologías y plataformas, y a la incesante evolución de la web, lo conocemos como *webactor*. Durante muchos años distintos teóricos y escritores estudiaron el comportamiento de los nativos digitales en la web, y nos bautizaron de distintas formas. Nosotros coincidimos con Pisani y Piotet, y preferimos el término *webactor* ya que pone en escena y nos permite reflexionar sobre la principal característica que nos une en la web: la participación. Así, preferimos reservar el término *webactor* para referirnos al actor activo y participativo propio de la cibercultura, en vez de *millennial*, más cercano a una distinción en función de períodos y años de nacimiento. En este sentido un *webactor* no siempre es un *millennial*, aunque generalmente se los vincule.

El traspaso de lo que conocíamos como Web 1.0, caracterizada por su unidireccionalidad y nula posibilidad de interacción por parte del usuario, a la Web 2.0, bidireccional, dinámica y participativa, empujó a una sorprendente cantidad de usuarios a convertirse en *webactores*, ya que las herramientas que utilizan (blogs, redes sociales, servicios de mensajería instantánea, etc.) son más sencillas, accesibles y transparentes. Tal como sugieren Pisani y Piotet,

“conectadas en redes, permiten crear vínculos, tejer relaciones entre datos, entre personas o entre personas y datos. La dimensión relacional de la web se ha acelerado debido al fuerte aumento del número de usuarios y de las herramientas a su disposición. Cuanto más *webactores* hay, más relaciones establecen éstos, más rico es el sistema y mejor funciona. Esto es lo que se denomina «los efectos de red»” (Pisani y Piotet, 2008: 21).

Así, cada participación que los *webactores* realizamos conectados entre nosotros con datos e información añade algo nuevo, un valor que no estaba allí previamente. Se trata precisamente de aquello a lo que Pierre Lévy dio por llamar, hace ya muchos años, “*inteligencia colectiva*”: la *inteligencia colectiva* puede verse como una fuente alternativa de poder mediático, ya que tanto los recursos como las habilidades compartidas entre los *prosumidores* genera una red de conocimiento. Estamos aprendiendo a usar ese poder mediante nuestras interacciones cotidianas en el seno de la cultura de la convergencia. Así,

la naturaleza del saber cambia y deja entrever la posibilidad de sacar partido de formas emergentes de inteligencia colectiva, y los emojis no son la excepción.

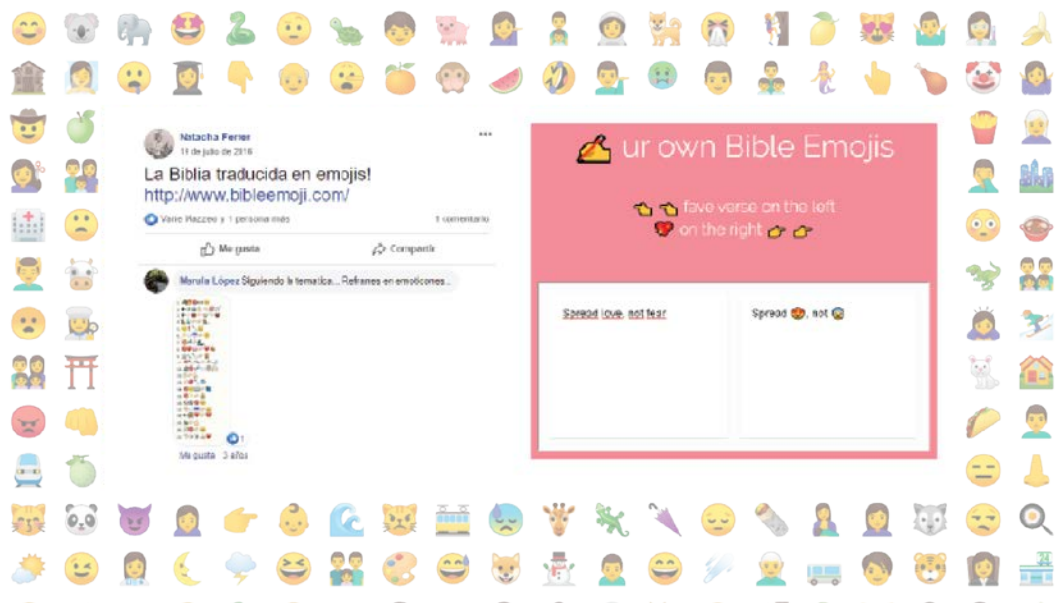
Es en este sentido donde los emojis también toman relevancia. Desde su nacimiento, y continuamente, aparecen una multiplicidad de juegos, memes y cadenas de WhatsApp que nos invitaban a escribir con emojis, es decir, a interactuar con estos nuevos elementos presentes ahora en la escritura y otorgadores de nuevos sentidos. Se trata de producir con los emojis existentes oraciones o frases, que, en conjunto, permitan representar una idea, a través de la sumatoria de

los mismos. Por ejemplo, se nos invita a adivinar a qué conocido refrán pertenece la oración de emojis, o cómo escribir el título de una película utilizando sólo estos pictogramas. La evidencia de su uso se evidencia también en la creación de herramientas perdurables y sostenibles en el tiempo. A modo de referencia, en <https://www.pictotraductor.com/> podemos escribir cualquier frase y obtener su resultado sólo en pictogramas. Dentro de nuestra facultad, en la cátedra de Digicom y durante el 2016 los estudiantes que la cursaron, realizaron distintas actividades que trabajaron con el uso del emoji, e incluso con esta premisa. Tal como podemos ver, los alumnos compartieron en el grupo de Facebook de la cátedra una *Biblia del Emoji*, que funciona como un traductor. A la izquierda, la frase escrita con palabras. A la derecha, su traducción en lenguaje emoji.

Una vez más, las formas en la que los webactores nos apropiamos de las herramientas y aplicaciones que nos ofrece Internet, posibilita y produce nuevas formas de comunicarnos: de hablar, de escribir, de relacionarnos entre nosotros. Y cuando esto sucede en el seno de nuestra comunidad epistemológica, con experiencias y saberes compartidos, es cuando se posibilitan nuevos intercambios en la comunicación, más específicos y más representativos, es decir, es cuando se sientan las bases para crear los emojis del universitario.



Ejemplo de juego para adivinar películas escritas en lenguaje emoji. Recuperado en Google.com



A la izquierda, captura de publicación hecha por una alumna de Digicom, julio 2016. Recuperado del grupo de Facebook de la cátedra. A la derecha, captura de la Biblia del Emojis.

2.3 Conversaciones interactivas en la era digital. El chat, los emojis y la información contextual.

Producto del advenimiento del ciberespacio, el acto de decir fue tomando nuevas y diferentes formas, facilitado por una posibilidad más espontánea de expresarse, gracias a los SMS (Short Message Service) y a la mensajería instantánea. Las conversaciones que tradicionalmente circulaban sólo en el espacio del “cara a cara” empezaron a hacerlo también a través del chat, representando así la *conversación de la era digital*. Como vimos anteriormente, los webactores comunicamos, intercambiamos, aprendemos, analizamos, evolucionamos y crecemos de manera diferente. Y nuestras formas de escribir también se modificaron, caracterizándose principalmente por compartir emociones. Así, las conversaciones que comenzamos a producir en el espacio virtual se caracterizaron por una determinada ortografía, una determinada forma de suplir la información no verbal, y una determinada forma de comunicar emociones y gestos a través de los emojis.

El chat se basa en el intercambio masivo de mensajes en forma de texto, pero con una clara vocación oral. Esta oralización del texto hace referencia a la sensación de que los usuarios escriben lo que les gustaría estar diciendo y leen lo que les gustaría estar escuchando. Dicha cualidad oral del chat responde al intento de comunicar matices esenciales de la comunicación oral, como por ejemplo, la actitud proposicional del emisor, y la información contextual que excede a la escritura textual. De este modo, el chat se nos

presenta como una actividad y un producto generado por un nuevo sistema de comunicación, que tiene sus propias reglas y sus propios códigos de funcionamiento.

Como señala Yus (2001), en las conversaciones cara a cara se comunica toda una serie de información contextual como entonación, gestos, ademanes y posturas que acompañan al habla y que finalmente hacen manifiesto un determinado enunciado. En el chat, muchas de estas pistas contextuales no verbales de índole vocal y visual están ausentes debido a la cualidad textual de las conversaciones que se llevan a cabo en ellos. Así, a primera vista pareciera que una de las principales características del chat es su importante reducción de información contextual en los intercambios conversacionales y la ausencia de indicadores de la intención en la comunicación, como por ejemplo la emoción. Sin embargo, los usuarios hemos desarrollado diferentes estrategias de compensación contextual, que nos permiten paliar estas deficiencias de la conversación virtual. Así, y en palabras del autor, “esta compensación se explicaría como los intentos de los usuarios para crear las condiciones contextuales que permitan a los demás usuarios extraer la misma interpretación que la que ellos pretenden comunicar” (Yus, 2001: 56).

Una de estas estrategias es el uso del emoji, que atendiendo a las razones de su creación, nacieron como apoyo al lenguaje escrito, como ayuda para poder comunicar aquello que resulta imposible de representar para la lengua escrita: las emociones, los gestos, los sentimientos y la información contextual.

Así es como llegamos al corazón de nuestra tesina: la necesidad de comunicar las emociones y la información contextual propia de nuestra comunidad epistemológica, a saber, la de estudiantes universitarios a través de los emojis, nos habilitó a pensar en la creación de aquellos que sean representativos de las emociones, los gestos, las prácticas y los contextos propios de nuestra comunidad.



Capítulo 3: sobre la metodología, investigación y los datos que sustentan este trabajo.

Síntesis

En el siguiente capítulo desarrollaremos la recolección y análisis de los datos de este trabajo. Los presentaremos en dos etapas, siendo la primera una aproximación de tipo exploratoria, y la segunda un desarrollo de los datos obtenidos que nos permitieron pensar y diseñar el proyecto disciplinar que acompaña este TIF.

A continuación, el lector se encontrará con el término *emotición* en lugar de emoji, ya que al momento de la confección de los cuestionarios el segundo término no había reemplazado aún al primero, es decir, no contábamos con una distinción tan precisa entre *emotición* y *emoji*. Con el avance de la investigación redefinimos el término, al mismo tiempo que socialmente fue ganando relevancia por sobre *emotición*.

3.1 Primera etapa: sobre la recolección de datos.

Para poder conocer, en esta primera etapa de relevamiento de datos a modo exploratorio, el estado de situación sobre el uso de los emojis por parte de los estudiantes de Comunicación Social de la UNR, optamos por utilizar una metodología de tipo cuantitativa, que nos permita transformar en estadísticas las opiniones de los integrantes de nuestra comunidad epistemológica respecto de nuestra hipótesis y de nuestro punto de partida. Así, se realizaron 3 (tres) encuestas llevadas a cabo durante los años 2016 y 2018, y dirigidas al estudiante de Comunicación Social de la UNR. El objetivo de estos cuestionarios fue recabar información sobre el uso del emoticón primero y luego del emoji, la función que le otorgaban a su uso, y los emojis que consideraban que les hacían falta.

La primera encuesta giró en torno al uso que el participante hace del emoticón en sus conversaciones digitales. Se llevó a cabo en junio del 2016 y fue publicada en dos grupos de Facebook relativos a la carrera de Comunicación Social compartidos por los estudiantes: *Comunicadores y Resúmenes para Comunicadores*. Se obtuvieron 110 respuestas que pueden consultarse en Anexo *Encuesta Emoticones 1*.

Con los resultados de esta primera encuesta descubrimos que los estudiantes de Comunicación Social eligen utilizar el emoticón en la mayoría de sus chats, generalmente para complementar una idea; que prefieren los smiles a otros emoticones, es decir, **aquellos que representan una emoción**; y que se sienten conformes con los emoticones que existen para comunicarse. En este punto nos encontramos con la inquietud de rever la hipótesis y preguntarnos qué es lo que legitimaba nuestra creación de un compendio de emojis específicos para la carrera de Comunicación Social.

La segunda encuesta insistió en la búsqueda de los emojis inexistentes. En ese sentido, en agosto de 2016, elaboramos un segundo cuestionario orientado a indagar sobre el uso en particular que le daban los estudiantes de Comunicación Social al emoji. Esta encuesta también fue publicada en los mismos grupos de Facebook obteniendo menor cantidad de respuestas que en la primera encuesta, solo 46. Las mismas pueden consultarse en Anexo *Encuesta Emojis*.

Nos fue imposible relevar los emojis inexistentes ya que estábamos haciendo las preguntas equivocadas, lo cual determinó nuevamente reorientar nuestro trabajo y convertir nuestra hipótesis, ya que analizando los resultados desde la hipótesis actual y desde el marco teórico de esta investigación entendemos que las preguntas que oportunamente se hicieron se orientaban más a encontrar los emojis inexistentes para el estudiante de Comunicación Social de la UNR y necesarios para poder comunicarnos, que aquellos que representen nuestras emociones como estudiantes universitarios. Este hecho marcó un punto de inflexión para nuestro trabajo al permitirnos descubrir el verdadero objetivo de esta

tesina: ***dar luz sobre aquellas emociones que nos representan como estudiantes universitarios y que pueden ser comunicadas a través de emojis específicos.***

Finalmente, una vez que obtuvimos los datos sobre el uso del emoji en particular que hacían los estudiantes de Comunicación Social, realizamos una tercera encuesta en la que buscábamos recoger información más precisa, sobre cómo se imaginaban los emojis. Esta encuesta se realizó el 2 de agosto de 2017 y se publicó en los mismos grupos de Facebook. Las respuestas pueden consultarse en Anexo *Encuesta Comunicoiji*.

3.2 Segunda Etapa: sobre el análisis de los datos.

Como resultado del trabajo de las encuestas presentadas en el apartado anterior observamos que los resultados obtenidos en la primera etapa exploratoria si bien no representan al universo de estudiantes de Comunicación Social sí nos posibilitaron disponer de elementos e información para realizar el actual TIF de los *Emojis Universitarios*.

De esta forma, dimos inicio a la segunda etapa en el relevamiento y análisis de nuestros datos, orientada a repensar los resultados obtenidos en función de nuestra hipótesis y los objetivos de este trabajo. Esto nos permitió, además, extraer de las encuestas realizadas los insumos y la información necesaria para llevar adelante nuestro TIF de proyecto disciplinar. En este sentido, el desafío fue enlazar aquellos puntos de encuentro entre las respuestas que obtuvimos de parte de los estudiantes de Comunicación Social de la UNR, y el estudiante universitario en general como actor protagonista de nuestra comunidad epistemológica. Los resultados obtenidos en la primera etapa de nuestro análisis tienden en todos los casos a buscar la ***representación de distintas situaciones con una carga emocional a través de los emojis***. Así, el 95,4% del total de los encuestados en el primer cuestionario manifestó utilizar mayoritariamente smiles por sobre el resto de las categorías de emojis existentes, es decir, aquellos que representan emociones y estados de ánimo; en la segunda encuesta, el 43,5% del total de los encuestados manifestó utilizar emojis en frases que describen emociones, y en la última de las instancias exploratorias, al solicitarles a los participantes que formulen una frase que describa un momento de previa de examen todos propusieron situaciones ancladas a una emoción, generalmente asociadas a nervios, desesperación, ansiedad, colapso.

Es así como pudimos descubrir que encontrar los emojis que representen al estudiante universitario en general desde el punto de vista de las emociones y las experiencias propias de nuestra comunidad epistemológica, es lo que nos permitirá expandir las posibilidades expresivas de nuestro entorno cognitivo.

A continuación desarrollamos el *Proyecto Disciplinar Emojis Universitarios*, con el cual buscamos presentar el compendio de los primeros emojis que como estudiantes

universitarios nos gustaría tener y usar, un compendio de aquellos emojis que nos representen específicamente como comunidad de saberes, que sea representativo del estudiante universitario como tal y que sirva de disparador para crear nuevos emojis entre los estudiantes que continúan en ese estadio, entre los graduados y entre todos aquellos que comparten la comunidad de saberes.



Capítulo 4: sobre el Proyecto Disciplinar “Emojis Universitarios”.

Síntesis

Como expusimos anteriormente, este TIF en la modalidad de proyecto disciplinar tiene como objetivo desarrollar el compendio de los primeros emojis que como estudiantes universitarios nos gustaría tener y usar, un compendio de aquellos emojis que nos representen específicamente como comunidad de saberes, que sea representativo del estudiante universitario como tal y que sirva de disparador para crear nuevos emojis entre los estudiantes que continúan en ese estadio, entre los graduados y entre todos aquellos que comparten la comunidad de saberes.

Para ello, presentaremos el proyecto disciplinar “*Los Emojis Universitarios*” a través de sus 4 (cuatro) etapas, desarrollando en cada una de ellas quienes serán los actores que intervendrán en el mismo, cuáles serán las tareas a desarrollar y cuáles serán los plazos de ejecución.

Con el fin de presentar una correcta planificación de dichas etapas, expondremos además el proceso de planificación, desarrollo y resultados obtenidos de la ejecución de la etapa de diagnóstico, que llevamos adelante durante el mes de junio de 2020.

4.1 ETAPA 1 | Diagnóstico

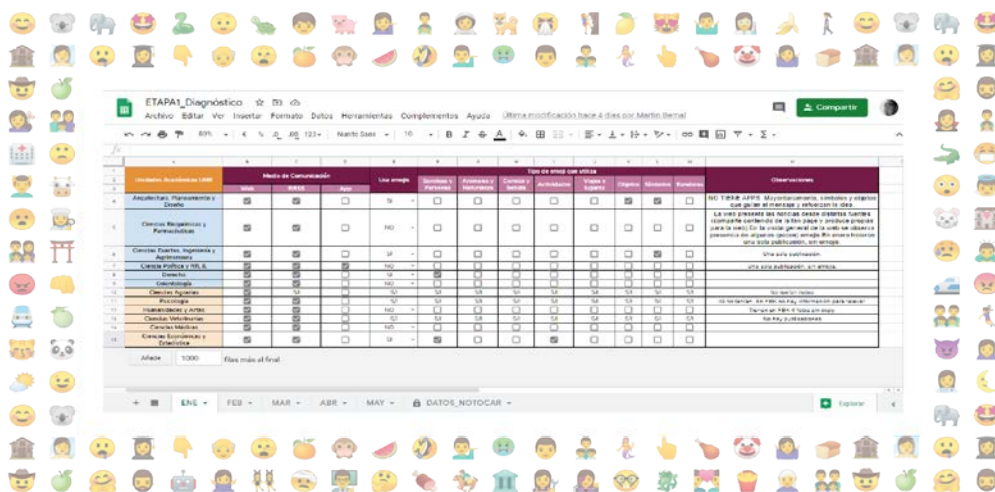
El objetivo de esta primera etapa fue conocer cómo es la comunicación entre las unidades académicas de la UNR y sus estudiantes. En particular, resultó necesario saber cómo utilizan los emojis, qué hacen con ellos, qué sentidos les otorgan, con qué frecuencia los usan, y qué tipo de uso hacen de sus canales digitales de comunicación.

La ejecución de esta etapa fue de vital importancia para el desarrollo del proyecto, ya que a partir del análisis de los resultados obtenidos pudimos diseñar las etapas siguientes, es decir, planificar cómo harán las unidades académicas de la UNR para descubrir, diseñar y presentar los emojis del universitario.

4.1.1 Actores, tareas y plazos.

Esta etapa fue llevada adelante por nosotros, analizando el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de mayo del corriente año. Se eligió relevar la información de este periodo ya que corresponde al ciclo lectivo vigente. Además, la recolección se realizó durante el mes de junio, de tal forma que los resultados obtenidos corresponden hasta el último mes inmediatamente anterior al inicio del análisis. El diagnóstico consistió en relevar la información y los mensajes publicados en las páginas web y en las redes sociales de cada una de las facultades de la UNR y se limitó a estos medios y canales por ser los disponibles a nuestro acceso, de acuerdo a la situación de aislamiento social, preventivo y obligatorio.

Para dicho relevamiento nos fue necesario diseñar una planilla de recolección de datos que posibilitó el registro de la información en relación a los canales de comunicación digital que utilizan las unidades académicas de la UNR, y a qué uso del emoji hicieron a través de los mensajes que publicaron.



The image shows a screenshot of a Google Sheets spreadsheet titled "ETAPA1_Diagnostico". The spreadsheet is surrounded by a decorative border of various emojis. The main content is a table with columns for "Unidades Académicas UNR", "Mensajes de Comunicación", "Lugar", "Fecha", "Tipo de canal", "Tipo de mensaje", "Uso del emoji", and "Observaciones". The table lists several faculties and their communication channels, with checkboxes for tracking the use of emojis. The "Observaciones" column contains notes about the data collection process and the use of emojis.

Unidades Académicas UNR	Mensajes de Comunicación	Lugar	Fecha	Tipo de canal	Tipo de mensaje	Uso del emoji	Observaciones
Arquitectura, Planificación y Diseño	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI	-	<input type="checkbox"/>	
Ciencias Biológicas y Farmaciales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	NO	-	<input type="checkbox"/>	
Ciencias Exactas, Ingeniería y Agrimensura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI	-	<input type="checkbox"/>	
Facultad de Medicina	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI	-	<input type="checkbox"/>	
Facultad de Ciencias Exactas y Naturales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI	-	<input type="checkbox"/>	
Facultad de Ingeniería	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI	-	<input type="checkbox"/>	
Facultad de Ciencias Sociales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI	-	<input type="checkbox"/>	
Facultad de Ciencias de la Salud	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI	-	<input type="checkbox"/>	
Facultad de Ciencias Económicas y Estadística	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI	-	<input type="checkbox"/>	

Captura de la planilla de recolección de datos diseñada para la Etapa Diagnóstico.

Esta planilla consta de una fila por unidad académica, y una pestaña por mes a analizar (enero - mayo). En cada una de ellas se arrojó la información obtenida del análisis de:

- Página Web: se tildó en cada caso si dicha unidad académica posee página web.
- Redes Sociales: se tildó en cada caso si dicha unidad académica posee redes sociales.
- App: se tildó en cada caso si dicha unidad académica posee app móvil propia.
- Usa emojis: se seleccionó “SI/NO” en cada caso, considerando si dicha unidad académica hace uso de emojis en sus mensajes.
- Tipos de emoji que utilizan: se tildó en cada caso los tipos de emojis que cada unidad académica utiliza en sus mensajes.

En los casos en los que no se contó con información disponible para el análisis, utilizamos “S/I” (sin información).

Finalmente, se dispuso una columna de Observaciones para dejar comentarios en los casos en los que fuera necesario.

4.1.2 Resultados

En cuanto a los resultados obtenidos de la recolección de datos pudimos observar que el 100% de las unidades académicas posee página web y el 100% utiliza redes sociales como un canal oficial de comunicación. Se observó que, en el caso de Ciencias Agrarias, las mismas existen desde el 30 de marzo, por lo que la información relevada comprende a partir de esa fecha.

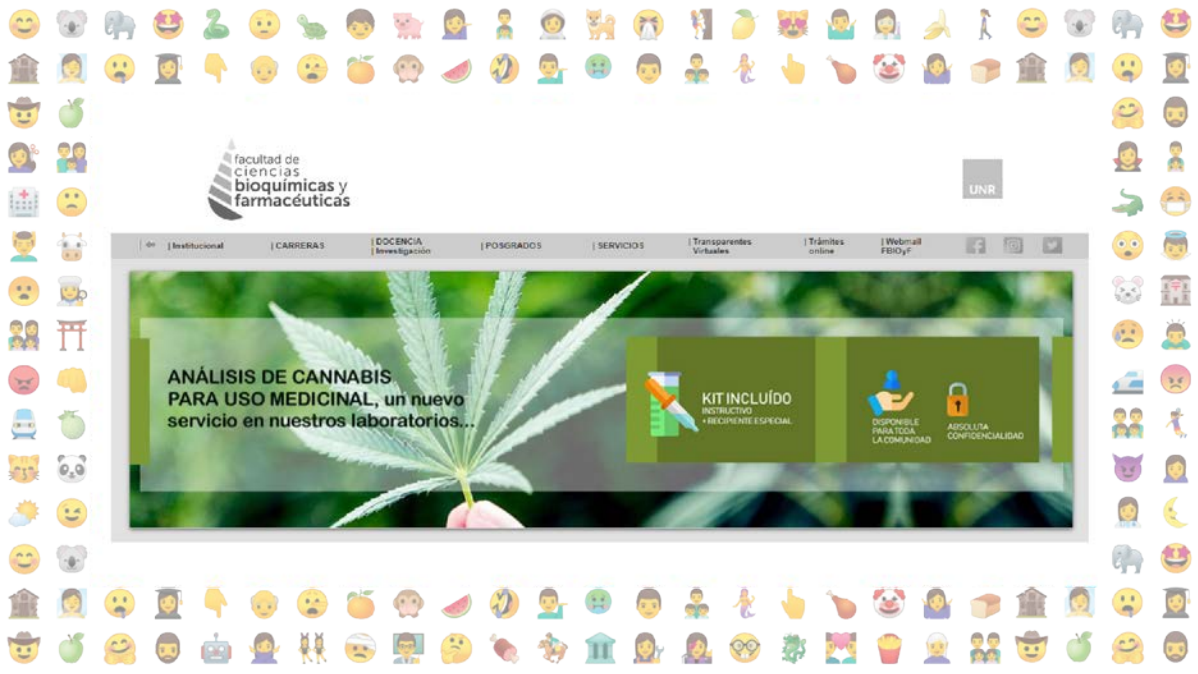
Sólo la facultad de Ciencia Política y RRH posee app móvil propia, representando así el 8,3% del total. En cuanto a esto, nos parece interesante resaltar que dicha app funciona más bien como un embudo que redirecciona al usuario a la página web, en función de lo que esté buscando. En este sentido, no posee información o funciones específicas y diferentes de las que podemos realizar en la página web.

El 25% de las unidades académicas (Odontología, Ciencias Veterinarias y Ciencias Médicas) no utiliza emojis en sus mensajes, siendo el 75% las que sí. El uso del emoji por parte de estas unidades académicas será desarrollado en detalle en las próximas páginas.



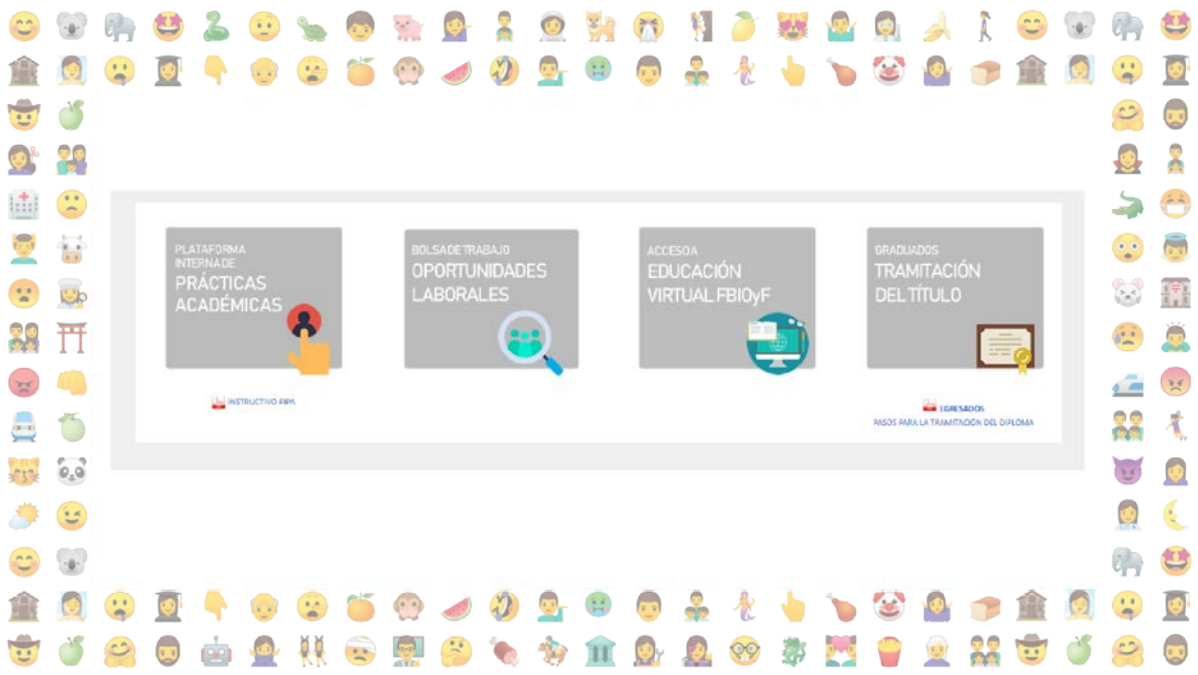
Gráfico de resultados que muestra el porcentaje de facultades de la UNR que utiliza emojis y el porcentaje que no lo hace.

En cuanto al uso del emoji en las **páginas web** observamos, en líneas generales, el uso de íconos referidos a redes sociales e indicativos, como por ejemplo, 📞 teléfono, 📍 ubicación, ✉️ email, etc. No registramos un uso explícito de emojis per se, a excepción de las páginas de Ciencias Bioquímicas y Farmacéuticas, y Humanidades y Artes. En el primer caso, pudimos observar el uso de pictogramas y emojis con mayor frecuencia que en segundo.



Captura de la página web de la Facultad de Ciencias Bioquímicas y Farmacéuticas de la UNR.

A su vez, la Facultad de Ciencias Bioquímicas y Farmacéuticas presenta las noticias que expone en su portada, también con emojis. En este caso, es el ingreso a un video, que posteriormente redirigirá a otra sección dentro de la misma página.



Captura de la página web de la Facultad de Ciencias Bioquímicas y Farmacéuticas de la UNR.



Capturas de la página web de la Facultad de Humanidades y Artes de la UNR.

En cuanto a las **redes sociales**, todas las unidades académicas utilizan Facebook e Instagram. En algunos casos también cuentan con Twitter o YouTube, pero el contenido publicado, en general, siempre es el mismo en todas las redes, o en tal caso el uso del emoji no difiere entre ellas.

En cuanto a las **categorías de emojis**, presentamos a continuación las más utilizadas en todo el período analizado:

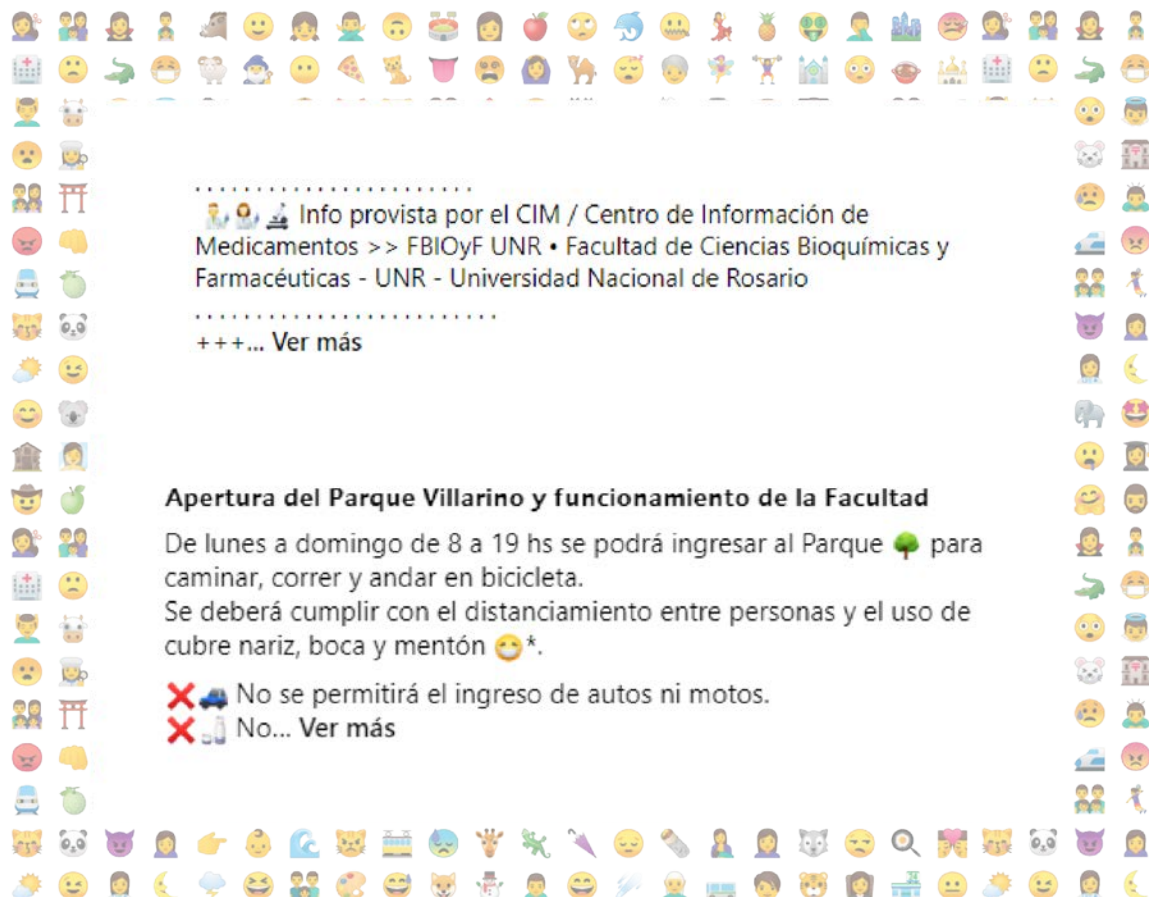
- **Sonrisas y personas, con el 58,33%.**
- Símbolos, con el 56,66%.
- Objetos, con el 53,33%.
- Banderas y Actividades, con el 15% cada una.
- Animales y Naturaleza, y Viajes, con el 6,66% cada una.
- Comidas y Bebidas, con el 5%.

De acuerdo a la función que cada unidad académica hace del emoji en sus publicaciones en redes sociales se destacó la presencia del mismo para graficar una idea. Por ejemplo, las publicaciones que referenciaron los canales de comunicación con cada unidad académica privilegiaron emojis que representan gráficamente dichos canales. Es decir, **Objetos**.



Captura de una publicación de Facebook de la Facultad de Ciencias Bioquímicas y Farmacéuticas de la UNR.

De la misma manera, se observó la presencia de emojis representativos a temáticas específicas de cada unidad académica. Por ejemplo, en la Facultad de Ciencias Agrarias, predomina el uso de emojis de la categoría **Animales y Naturaleza** que grafican su temática en las publicaciones. La Facultad de Ciencias Bioquímicas y Farmacéuticas hace lo propio con la categoría **Actividades**.



Arriba, captura de una publicación de Facebook de la Facultad de Ciencias Bioquímicas y Farmacéuticas de la UNR. Abajo, captura de una publicación de Facebook de la Facultad de Ciencias Agrarias de la UNR.

Para la categoría **Banderas**, se observó que todas las unidades académicas que la utilizaron lo hicieron para referenciar fechas patrias. Sin embargo, la Facultad de Ciencia Política y RRII añade un uso particular para cada vez que publica actividades que involucran a otros países.



Arriba, captura de una publicación de Facebook de la Facultad de Humanidades y Artes de la UNR. Abajo, captura de una publicación de Facebook de la Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales de la UNR.

En cuanto a la categoría de **Símbolos**, se utilizan mayormente para guiar la lectura. Predominan los emojis que representan flechas , dedos direccionados que apuntan a , y que representan ítems .

Categoría Sonrisas y Personas

Le dedicaremos un especial apartado a esta categoría, ya que representa y condensa todo lo que venimos trabajando en este TIF. Según el sitio emojipedia.org esta categoría se compone de sonrisas, personas, familias, gesticulaciones a través de las manos, ropa y accesorios. Es, por lo tanto, la categoría que representa **emociones**, o en tal caso, se utilizan sus diseños para describirlas.

A través del diagnóstico realizado, pudimos observar que los emojis pertenecientes a esta categoría son los más utilizados por todas las unidades académicas, representando el 58,33%.

En la mayoría de los casos, al hacer uso de emojis de personas/actividades/profesiones y de smiles, tienden a utilizar aquellos relativos a la vida universitaria: 🤖 - 🧑🎓 - 🧑🎓 (Cs Bioquímicas y Farmacéuticas) - 🧑🌾 (Cs Agrarias) - 🗣️ (al promocionar charlas, seminarios, etc) - 📅🧑💻 (Cs Políticas y RRII “#Exámenes Virtuales”) - 🏠🧑🏠♂️🧑🏠♀️ (Cs Políticas y RRII “Presupuesto Participativo”) - 📖 (Cs Políticas y RRII).

En cuanto al uso de los emojis que representan gestualidades con las manos, notamos dos tipos de usos diferentes pero complementarios entre sí. Por un lado, el emoji se utiliza como un complemento, como un refuerzo de aquello que se escribe en el mensaje. En este tipo de casos, podríamos prescindir de alguna palabra escrita y poner un emoji en su lugar, sin que la oración ni el mensaje pierdan sentido. Por ejemplo, en la fan page de la Facultad de Cs Bioquímicas y Farmacéuticas encontramos: “👏 *Un aplauso a los equipos de las secretarías de Posgrado, Académica, Estudiantil y escuela universitaria de Biotecnología de nuestra @fbioyfunr por hacerlo posible en plena pandemia!!!*”. En este ejemplo podríamos quitar la palabra aplauso y reemplazarla por el emoji, sin modificar el significado de la misma. Y sin embargo, el mismo emoji, utilizado en otra publicación de la misma facultad adquiere una función completamente diferente: “👏 *Estamos orgullosos de los investigadores, docentes y no docentes que se forman en la Universidad Pública y hoy más que nunca están trabajando por la salud de los Santafesinos*”. En este caso, el uso del emoji no sólo invita a aplaudir a los investigadores, docentes y no docentes, sino que expresa un estado de ánimo cargado de ciertas emociones: orgullo, felicidad, reconocimiento, alegría, agradecimiento.

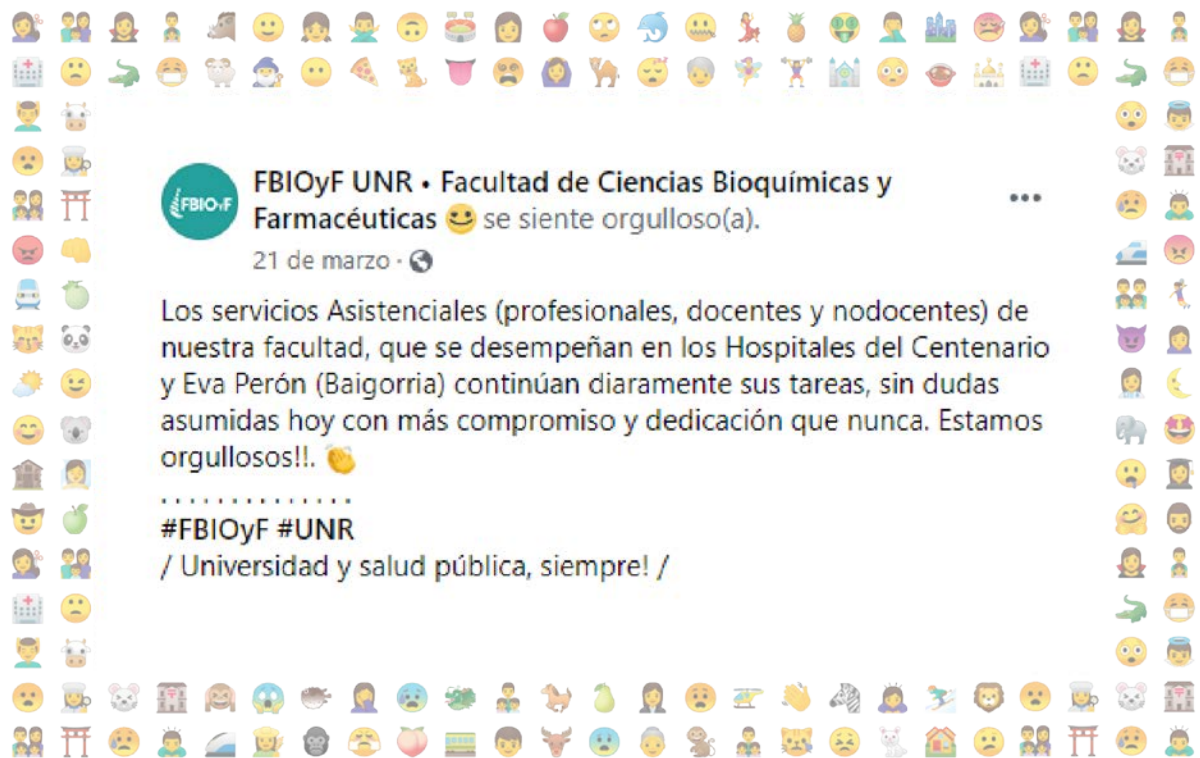
De la misma forma, estos emojis son utilizados para suavizar un mensaje y, como se detalla a continuación, quitarle formalidad y dureza a aquello que se expresa a través de la escritura: “😊 *Agradeceríamos que quienes tengan la posibilidad se comuniquen con los docentes de las cátedras en las que se inscribieron anteriormente para informarles la modificación*” - “Y... lo pedís lo tenés 😊 *Ya está el VIDEO online!!!*” - “Bienestar Docente 😊 *Esta semana estaremos entregando guardapolvos al plantel docente de esta FBIOyF, de lunes a viernes de 12 a 14hs*”.

Así, en todos los casos observamos que el uso del emoji al intencionar el mensaje predispone al usuario apelando a ciertas emociones, y otorgándoles determinados significados. Difícilmente el 👏 provoque una emoción negativa en el usuario, en lugar de las descritas anteriormente (orgullo, felicidad, reconocimiento, alegría, agradecimiento). Una vez más, destacamos la importancia del uso de los emojis en la representación de emociones a través de conversaciones digitales. En este sentido, observamos que a través

del uso de la herramienta “Sentimiento/Actividad” provista por Facebook, por ejemplo la Facultad de Cs Bioquímicas y Farmacéuticas comparte su estado emocional “Se siente orgulloso(a)”, el cual está a su vez representado con un emoji: 🌈.

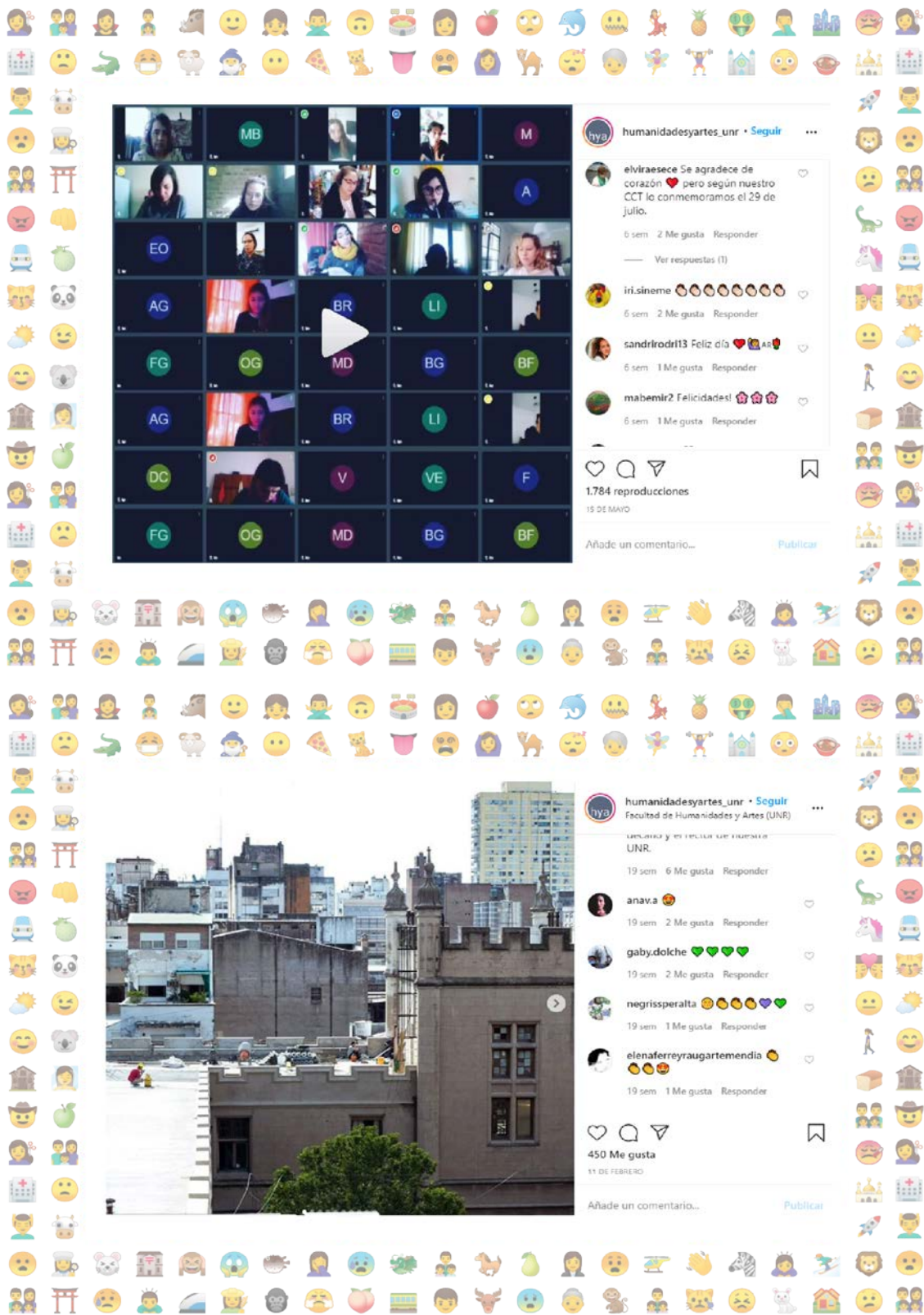


Capturas de publicaciones de Facebook de la Facultad de Ciencias Bioquímicas y Farmacéuticas de la UNR.



Captura de una publicación de Facebook de la Facultad de Ciencias Bioquímicas y Farmacéuticas de la UNR.

Finalmente, nos parece importante resaltar la conducta de los usuarios en las redes sociales de las unidades académicas analizadas. Tal como venimos describiendo en este trabajo, la participación activa de los usuarios se presenta también en la intención de compartir y comunicar sus sentimientos, estados de ánimos, impresiones, etc. Así, esta participación activa no es otra cosa que una interacción.



Capturas de los comentarios de publicaciones de Instagram de la Facultad de Humanidades y Artes de la UNR.

De este modo, notamos que en los casos en los que el mensaje oficial por parte de la unidad académica no representa explícitamente una emoción, los usuarios responden comentando con emojis que sí lo hacen. Así es como, a través del uso de estos emojis podemos agregar la información contextual que nos permite comunicar todo aquello que no podemos expresar a través de la palabra escrita, y que se encuentra en todos los casos en el orden de los sentimientos y las emociones.

Por este motivo, nos parece necesario seguir explorando, a través de las próximas etapas de este proyecto, la búsqueda de la representación de las emociones del estudiante universitario, a través de nuestros propios emojis.

4.2 ETAPA 2 | Diseño de dispositivo de intervención y cronograma de aplicación

El objetivo de esta etapa es presentar un dispositivo de intervención que, aplicado, nos permita acercarnos a las emociones que se manifiestan en la vida universitaria. Esta primera aproximación, será exploratoria y contará de 3 (tres) juegos que permitan a los estudiantes universitarios explorar de modo consciente estados de ánimo y sentimientos. A partir de aquí será posible extraer aquellas emociones que se convertirán en los primeros *Emojis del Universitario*.

4.2.1 Actores, tareas y plazos

Para llevar adelante el dispositivo de intervención se formará una comisión de profesionales de las siguientes carreras: Comunicación Social, Psicología, Antropología y Filosofía. Nos parece necesario conformar este equipo interdisciplinar de trabajo, en primer lugar, por ser disciplinas pertinentes al objeto de estudio y, en segundo lugar, porque la conjunción de las diferentes miradas profesionales es lo que enriquecerá el resultado del proyecto. Asimismo, este proyecto será llevado adelante, liderado y coordinado por la Secretaría de Comunicación de la UNR.

Esta etapa del proyecto está pensada para realizarse una vez que la UNR retome su habitual funcionamiento, es decir, cuando sea posible reanudar las clases y las reuniones presenciales tal cual sucedía previamente a la situación de pandemia mundial, o en su defecto, cuando nos hayamos acostumbrado a una nueva normalidad. Esto es así ya que es importante para los resultados del proyecto, poder evaluar y realizar las actividades dentro del contexto habitual del estudiante universitario, ya que será la única forma de poder observar sus comportamientos, sus vínculos, y su relación con la universidad.

Este dispositivo contará de tres instancias. En cada una de ellas se intervendrá a los participantes mediante un juego. El mismo se aplicará en cada una de las unidades académicas durante una jornada. De este modo, al cabo de 3 (tres) meses contaremos con

todas las unidades académicas relevadas. Cada grupo de estudio deberá conformarse por 2 personas de cada carrera que posea dicha unidad académica, es decir, una facultad que tenga 4 (cuatro) carreras será intervenida con 8 (ocho) participantes.

JUEGO 1 | El juego de los emojis

El objetivo de esta actividad es conocer cuáles son las emociones y los sentimientos con los que los estudiantes universitarios se encuentran en determinados momentos de su vida universitaria. Para ello se propondrán una serie de smiles impresas, de las cuales cada participante tendrá que elegir cuál de ellas representa la forma en la que se siente en ese momento.

Para ello, se necesitarán las tarjetas con los siguientes emojis: Feliz 😊 - Triste 😞 - Enfadado 😡 - Cansado 😫 - Amor 😍 - Miedo 😱 - Sorpresa 😲 - Resignación 😞 - Ansiedad 😰 - Entusiasmo 😄.

Cada uno de los participantes deberá, al inicio de la actividad, seleccionar la tarjeta (emoción) con la que se siente más identificado en ese momento en relación a la consigna “Mayormente en la facultad me encuentro...”. La siguiente instancia de este juego será representar a partir de gestos y mímicas el sentimiento expresado en el emoji elegido.

Con este juego buscamos explorar con qué herramientas y recursos cuentan los participantes para expresar sus sentimientos y emociones con relación a la facultad, sin la posibilidad de utilizar la palabra hablada. Los observadores de la actividad deberán poder escribir aquello que los participantes no pueden decir a través del habla, pero sí a través de los gestos y las expresiones.

JUEGO 2 | El teatro de los emojis

Para este juego los participantes tendrán a disposición la totalidad de emojis que ofrece cualquier aplicación de chat. Serán divididos en grupos, de tal forma que se puedan conformar como mínimo 2 (dos) grupos de 2 (dos) personas cada uno, y de no más de 4 (cuatro) personas.

A continuación, cada grupo deberá elegir 4 (cuatro) emojis al azar. El juego consiste en que cada grupo piense rápidamente en una historia o situación de la vida universitaria cotidiana en la que se vean reflejados los estados presentados en los emojis elegidos y, a continuación, representarla delante de la clase sin hablar y sólo con mímicas y gestos. El resto de los participantes deberá adivinar a qué situación hace referencia la dramatización.

El objetivo de este juego es poder encontrar la identificación de los grupos con sus pares, en relación a los sentimientos y las emociones que afloran en distintas situaciones cotidianas del estudiante universitario. Cuánto mayor coincidencia exista en la adivinanza,

mayor será entonces el grado de identificación del ser universitario. Asimismo, se deberá observar si los emojis elegidos por los diferentes grupos se repiten, y de esa forma comprender cuáles son los sentimientos y emociones que afloran más fácilmente.

Finalmente, si existiese el caso en el que un grupo elija más smiles que otro tipo de emojis, prestar especial atención para estudiar estas combinaciones.

JUEGO 3 | Hola soy la alegría, hola soy la tristeza

En esta última actividad, cada grupo recibirá una tarjeta con una de las emociones utilizadas en el Juego 1. Cada equipo deberá debatir al interior del grupo, y comunicar al resto de la clase en qué situaciones de la vida universitaria se presenta esa emoción, y cómo se manifiesta. Por ejemplo, *“Soy la frustración. Aparezco cuando no puedo resolver trámites en alumnado y bedelía, y me manifiesto queriendo irme a mi casa y abandonar el trámite”*. *“Soy el fastidio. Aparezco en semanas donde hay elecciones y me manifiesto con ganas de insultar”*.

El objetivo de este juego es explorar cuáles son las situaciones cotidianas de la vida universitaria que despiertan determinadas emociones en el estudiante para evaluar posteriormente si, por ejemplo, son más situaciones negativas que positivas; si pertenecen a áreas administrativas de cada unidad académica; si pertenecen a situaciones de contacto con otros estudiantes o sólo representa la individualidad; si se dan dentro de cada unidad académica o por fuera de la facultad; si ocurren en clase, en exámenes, etc. Finalmente, se diseñarán categorías de situaciones que luego se convertirán en posibles categorías de emojis.

4.3 ETAPA 3 | Análisis de resultados y propuesta de emojis

Esta etapa tendrá como objetivo analizar y evaluar la implementación del dispositivo, y los resultados que del mismo se extrajeron. La comisión interdisciplinar tendrá como tarea evaluar dichos resultados en función de los siguientes ejes:

- Identificación de emociones y situaciones de la vida universitaria.
- Identificación de los estudiantes con sus pares, las emociones que afloran y la combinación de las mismas.
- Situaciones que representan determinadas emociones, a fin de categorizarlas.

4.3.1 Actores, tareas y plazos

En función de los resultados obtenidos en cada uno de los juegos, la comisión interdisciplinar deberá extraer el listado de los primeros emojis del universitario. Se realizará

al menos un emoji por categoría encontrada, y los mismos serán diseñados y materializados, conjuntamente, por las cátedras que trabajen con Comunicación Visual en las distintas carreras que conforman la oferta académica de toda la UNR: Comunicación Social, Arquitectura, Diseño Industrial, Bellas Artes. Para esta etapa de diseño, se incorporará también a la Licenciatura en ciencias de la Computación, a los fines de que pueda, a través de sus aportes profesionales, resolver las inquietudes técnicas de la creación de los emojis para lograr su correcta aplicación y funcionamiento en los canales en los que se utilicen posteriormente.

El análisis de los juegos con su respectiva evaluación, la presentación de las categorías de emojis y su posterior diseño se realizará en un plazo de 3 (tres) meses, inmediatamente posterior a la finalización de la Etapa 2. Esto resulta muy importante para el proyecto, al permitirnos no perder vigencia en los resultados.

Finalmente, una vez diseñados los primeros emojis del universitario, los mismos serán presentados al cuerpo estudiantil de la UNR a través de sus canales oficiales de comunicación.

4.4 ETAPA 4 | EVALUACIÓN

En esta última etapa del proyecto disciplinar *Los Emojis Universitarios* tendremos por objetivo evaluar las acciones llevadas a cabo hasta aquí, en vistas de poder chequear la implementación del proyecto, el cumplimiento de sus objetivos y los resultados.

4.4.1 Actores, tareas y plazos

En primer lugar, se evaluará el diagnóstico. En segundo lugar, se evaluará cada intervención realizada a través de los dispositivos, la información recabada en cada una, la manera de hacerlo, si existe la posibilidad de extraer otros indicadores no observados, etc. La idea es ver qué podemos agregar en cada una de las etapas y cómo podemos ampliar el proyecto a futuro con la creación de nuevos dispositivos.

A tal fin y al cabo de un mes de presentados los emojis, se realizará, en primer lugar, una encuesta a través de una campaña de mailing a todos los estudiantes de la UNR, con la finalidad de conocer si los mismos usarían o no dichos emojis, si se sienten identificados con los mismos, y si les gustaría poder utilizarlos en sus aplicaciones de chat. En segundo lugar, se realizará una campaña de sondeo a través de las historias de Instagram de la UNR, utilizando los emojis creados y los stickers de Encuestas, Cuestionarios y Preguntas.

Estas tareas serán llevadas adelante por la Secretaría de Comunicación de la UNR y a través de sus canales oficiales, a saber, mailing e Instagram.

Asimismo, nos parece importante destacar que todo el proyecto, desde la Etapa 2 en adelante, se comunicará a través de una campaña en las redes sociales (Facebook,

Instagram y Twitter) oficiales de la UNR, a medida que se desarrolla. De este modo, no sólo se comunica oficialmente la ejecución del mismo, sino que también se hace partícipe a la comunidad universitaria del proceso de diseño y creación de los Emojis del Universitario. Además, al finalizar el mismo, las interacciones y las respuestas de los usuarios recolectadas a lo largo de toda la campaña nos servirán también como indicadores fundamentales para su correcta evaluación.




Capítulo 5: reflexiones y aportes.

Habiendo llegado hasta aquí, y luego del camino recorrido a través de la historia de la escritura pictórica, el nacimiento del emoji y los usos y conductas del webactor en la era digital, es que consideramos necesario hacer algunas reflexiones finales.

En primer lugar, nos gustaría que este trabajo aporte a la reflexión sobre el lugar que ocupamos los webactores en los modos de producción de mensajes, y de resignificación de los mismos, a través de las redes, herramientas y plataformas colaborativas y participativas en las que nos vemos inmersos hoy en día. En este sentido, consideramos relevante comprender el modo en que actualmente los mensajes se producen, se modifican, se interpretan y se convierten en nuevos sentidos, para poder dar un salto que nos permita enriquecerlo, quitándole el carácter de informalidad y tomando de él aquello que aporta a los nuevos modos de comunicarnos. En sociedades marcadas por las pantallas, con los avances de la web y las posibilidades de interacción, generación y colaboración de los usuarios, los avances en inteligencia artificial y los bots, todavía dudamos de utilizar este tipo de lenguaje expresivo cuando escribimos y nos comunicamos en espacios considerados tradicionalmente *formales*, a saber, el trabajo, las esferas educativas, estatales, etc. Comprender que los usos del lenguaje no son estáticos, que se modifican y se actualizan en función de los cambios sociales, políticos y tecnológicos nos posibilitará comunicarnos de una forma más espontánea, sincera, honesta y coherente con la realidad en la que vivimos 😊.

En segundo lugar, con la creación de este proyecto esperamos aportar al rol del comunicador en el análisis de este tipo de piezas gráficas y su intervención en la resignificación de los sentidos. Nos parece importante que desde la carrera de Comunicación Social se pueda crear un espacio de análisis de este tipo de visualidades, un **Observatorio de Piezas Gráficas** que permita estudiar las nuevas intervenciones en las formas de comunicarnos, sus significaciones, sus resignificaciones, su permanencia en el tiempo, su adaptación a nuevos lenguajes, etc. Un Observatorio que redoble la apuesta de este proyecto, y se interese no sólo por lo emojis, sino por otro tipo de elementos como los stickers, los memes, los gifs, y demás piezas que aún no conocemos, y las eleve formalmente a Unicode, con la mira puesta en materializar efectivamente aquello que nos movilizó a realizar este trabajo 🙏.

En tercer lugar, y a modo de cierre, esperamos que este trabajo nos invite y nos interpele como usuarios y comunicadores a *poner en dibujo* todo aquello que la palabra escrita habitualmente deja afuera en las conversaciones digitales: nuestras emociones. Así, esperamos liberar(nos) del miedo, la vergüenza y los temores de expresar nuestros sentimientos y emociones. Esperamos además contagiar a otras comunidades

epistemológicas de modo que cada una pueda expandir las posibilidades expresivas de su entorno cognitivo, y así expandir las posibilidades expresivas del lenguaje .



Bibliografía

🌐 ¿Hemos llegado a la cima del lenguaje emoji o nos queda bailarina flamenca para rato?, marzo 2016, en Xataka, último acceso diciembre 2016, disponible en: <http://www.xataka.com/n/hemos-llegado-a-la-cima-del-lenguaje-emoji-o-nos-queda-bailarina-flamenca-para-rato>

🌐 ANDRADE, Sara, El emoji en la ciber-cultura y una aproximación a su sintaxis en mensajes de texto, 2014, en Blogosferasemiotica, último acceso diciembre 2016, disponible en: <http://blogosferasemiotica.blogspot.com.ar/2014/11/sara-andrade-el-emoji-en-la-ciber.html>

🌐 BARRIOS, M. José. Pictogramas, 2013. Recuperado en junio 2020. Disponible en: <https://es.slideshare.net/MariaJoseBarrios/pictogramas-25253927>

📖 BIFO, Franco Berardi, Generación Post-Alfa: patologías e imaginarios en el semiocapitalismo, 2007, Tinta Limón, Buenos Aires


🌐 BLAGDON, Jeff. How emoji conquer the world, marzo de 2013, en The Verge, último acceso diciembre 2016, disponible en: <http://www.theverge.com/2013/3/4/3966140/how-emoji-conquered-the-world>

🌐 BLANCO RODRÍGUEZ, María J. (2002) El chat: la conversación escrita en Pastor Cesteros, S. y Salazar García, V., Estudios de Lingüística General, Alicante, Espagrafic, disponible en: http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/6201/1/EL_16_02.pdf


🌐 DUTOUR, Pedro. El lenguaje universal de los emojis, julio de 2016, en Cromo, último acceso diciembre 2016, disponible en: <http://www.cromo.com.uy/el-lenguaje-universal-los-emojis-n935176>


🌐 EL PAÍS, 2019, “Argentina gana la lucha por el emoji del mate, el primer ícono sudamericano”. Recuperado en: https://verne.elpais.com/verne/2019/07/12/mexico/1562944754_939569.html


- 🌐 EMOJI, (s.f). En Wikipedia. Recuperado en diciembre de 2016, disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Emoji>
- 🌐 EMOJIS Y DRAMATIZACIÓN (s.f). Recuperado en junio 2020. Disponible en: <https://teatroeningles.com/juegos-dramatizacion-emojis/>
- 🌐 ESCRIBIR (s.f). En Etimologías de Chile. Recuperado en mayo de 2020. Disponible en: <http://etimologias.dechile.net/?escribir>
- 🌐 ESCRITURA (s.f). En Wikipedia. Recuperado en mayo de 2020. Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Escritura>
- 🌐 ESCRITURA PICTOGRÁFICA (s.f). Recuperado en mayo 2020. Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Escritura_pictogr%C3%A1fica
- 🌐 EYERS, Ryan, ¿Hablas emoji?, en Babbel, último acceso diciembre 2016, disponible en: <https://es.babbel.com/es/magazine/hablas-emoji>
- 🌐 JEROGLÍFICOS (s.f). En Wikipedia. Recuperado en mayo de 2020. Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Jerogl%C3%ADfico>
- 🌐 La Fallera, s.f, “OPERACIÓN #PAELLAEMOJI”. Recuperado en: <https://www.lafallera.es/operacion-paellaemoji/>
- 📖 PEIRCE, Sanders Charles. La ciencia de la semiótica, Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires, 1974.
- 🌐 PERU.COM, 2019, “¿Cómo los argentinos exigieron a WhatsApp el emoji del mate?”. Recuperado en: <https://peru.com/epic/epic-mobile/como-argentinos-exigieron-whatsapp-emoji-mate-fotos-noticia-596201>
- 🌐 PICTOGRAMA (s.f). En Smile and Learn. Recuperado en mayo 2020. Disponible en: <https://smileandlearn.com/pictogramas-en-la-educacion-especial/>


 PICTOGRAMA (s.f). En Wikipedia. Recuperado en mayo de 2020. Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Pictograma>


 PICTOGRAMAS (s.f). En Rupestre Web. Recuperado en mayo 2020. Disponible en: <http://www.rupestreweb.info/pictogramas.html>


 PICTOGRAMAS (s.f). Recuperado en mayo 2020. Disponible en: https://projectes1gasparcamps.files.wordpress.com/2015/11/historia_pictogramas.pdf


 PISANI F. y PIOTET D. (2009) La Alquimia de las multitudes. Como la web está cambiando el mundo. Barcelona, Paidós Comunicación.

 SCRIBO (s.f). En Wiki Diccionario. Recuperado en mayo de 2020. Disponible en: <https://es.wiktionary.org/wiki/scribo#Lat%C3%ADn>

 SPERBER, D. y WILSON, D. La relevancia. Comunicación y procesos cognitivos, Madrid, Visor, 1986.

 SUCH, Marina, Los emojis y el futuro del lenguaje, junio 2015, en Xataka, último acceso diciembre 2016, disponible en: <http://www.xataka.com/moviles/los-emojis-y-el-futuro-del-lenguaje>

 YUS RAMOS, Francisco. Ciberpragmática 2.0. Nuevos usos del lenguaje en Internet, Ariel, Barcelona, 2010.

 YUS RAMOS, Francisco. Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet, Ariel, Barcelona, 2001.



Anexos

Resultados de las encuestas.

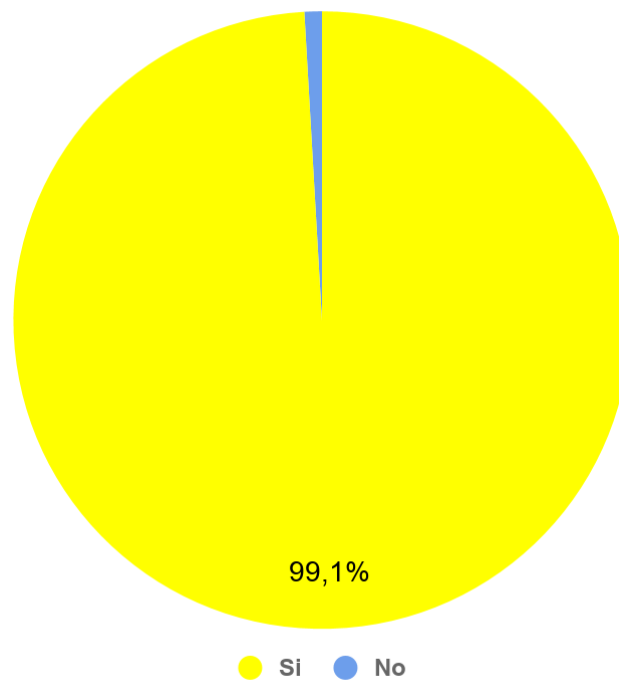
Encuesta Emoticones 1

Publicada en los grupos de Facebook “Comunicadores” y “Resúmenes para comunicadores” - Junio 2016.

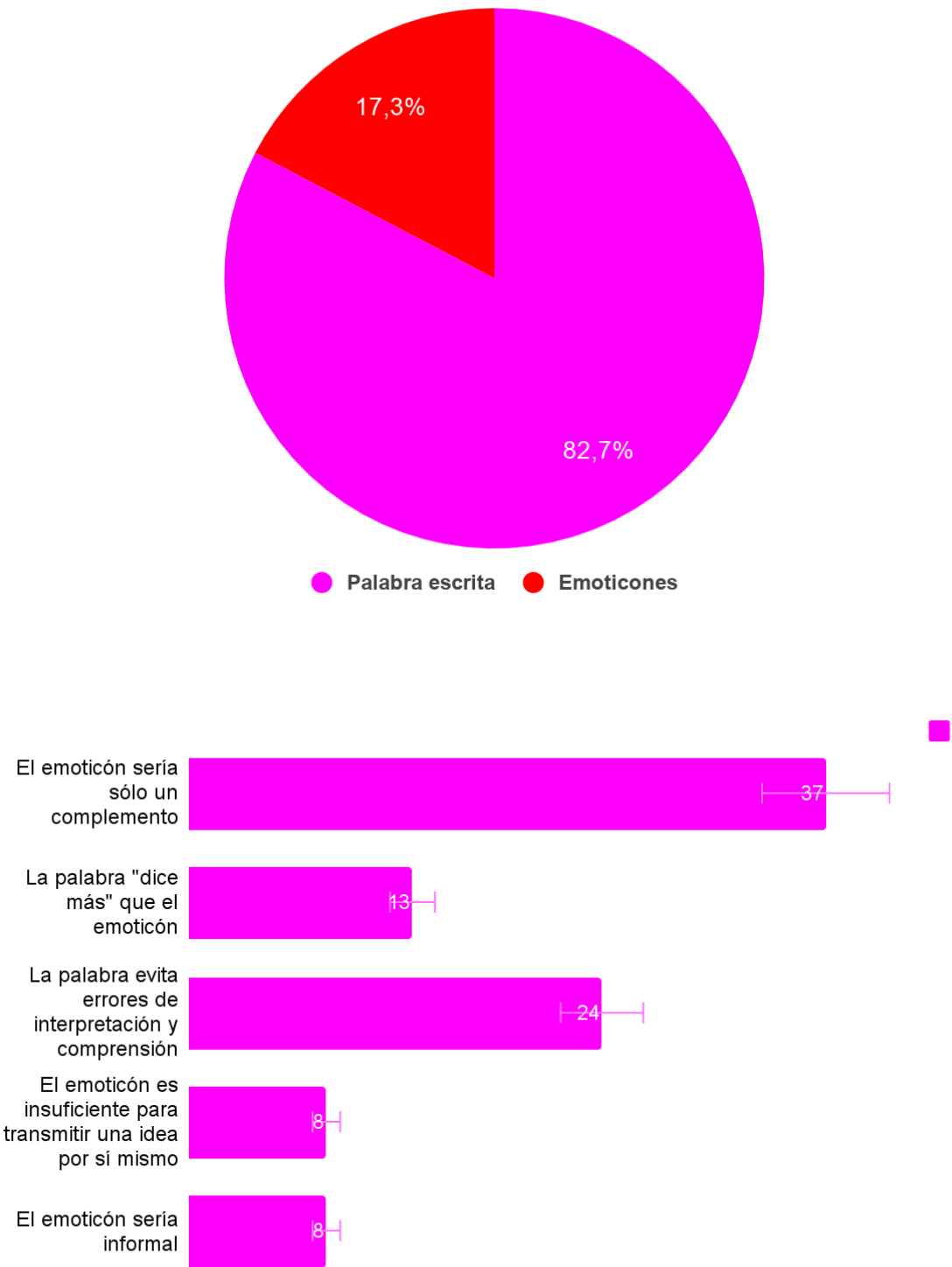
1. ¿Usas emoticones en tus chats?

Si

No

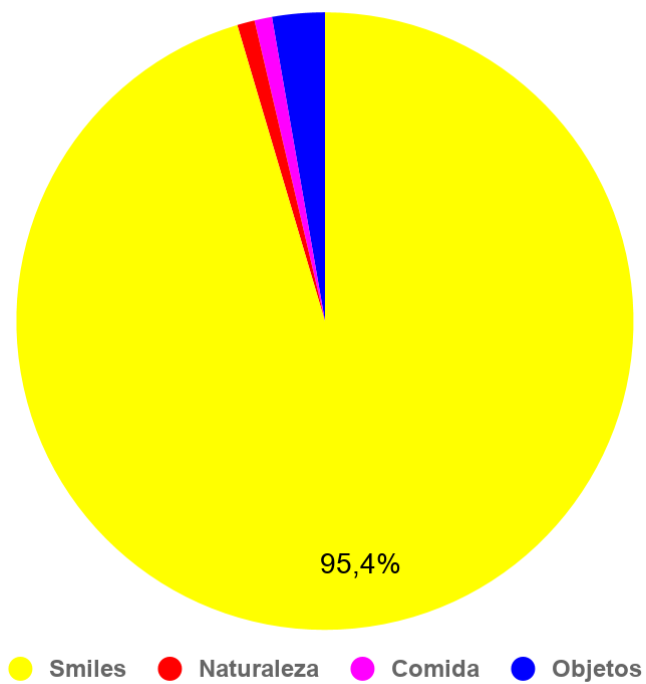


2. En tus conversaciones de chats, ¿usas mayor cantidad de emoticones o mayor cantidad de palabra escrita? ¿Por qué?



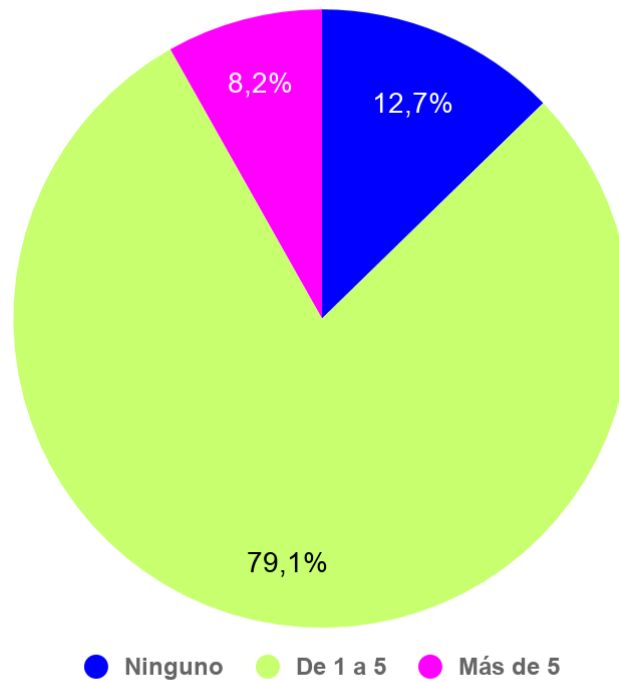
3. ¿Cuál de todas las categorías de emoticones usas más?

- Smiles
- Naturaleza
- Comida
- Objetos
- Medios de transporte
- Deportes
- Símbolos
- Banderas



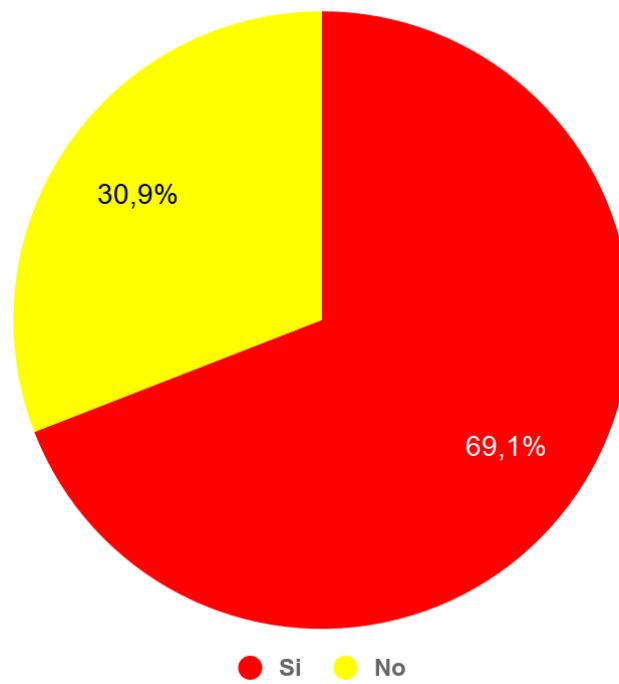
4. ¿En cuántos grupos de WhatsApp de la facultad estas?

- Ninguno
- De 1 a 5
- Más de 5



5. ¿Te parece que los emoticones que existen satisfacen el modo en que te expresas?

- Si
- No

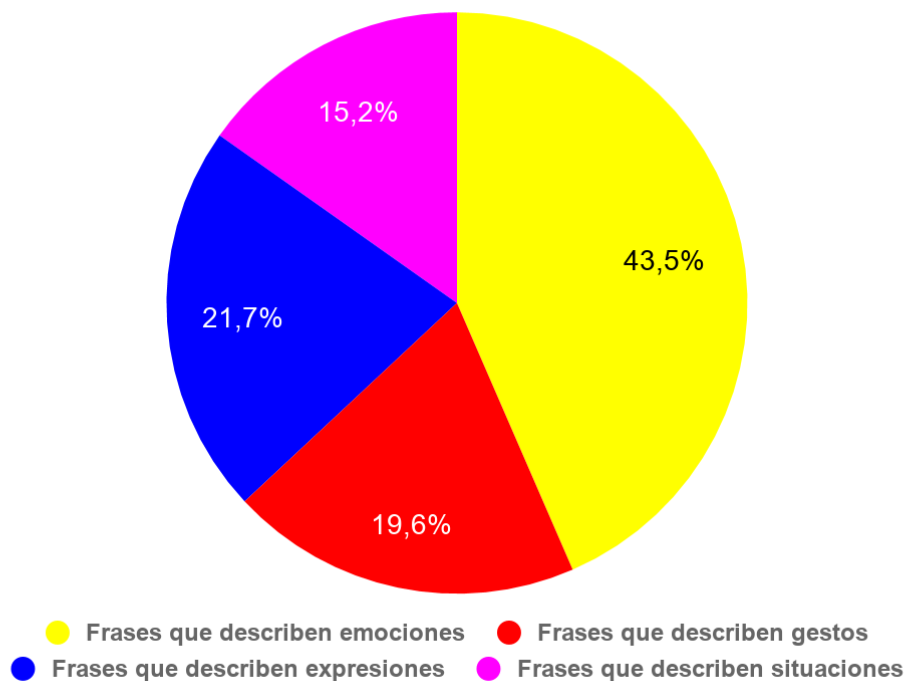


Encuesta Emojis

Publicada en los grupos de Facebook “Comunicadores” y “Resúmenes para comunicadores” - Agosto 2016

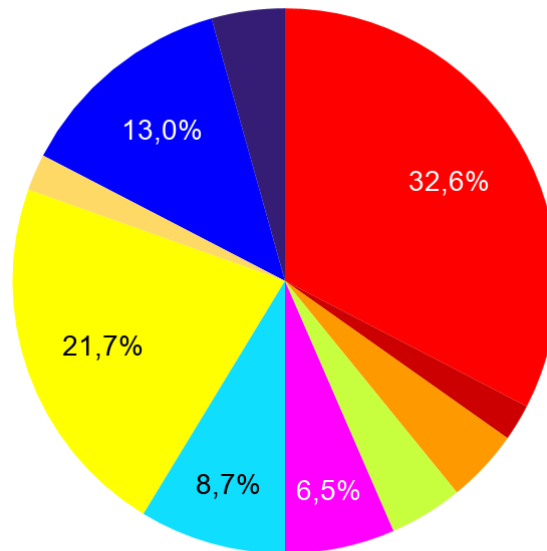
1. Cuando chateas con tus compañeros de la facultad sobre temas relativos a la misma (materias, exámenes, cursadas, gente en común, problemas académicos/universitarios, etc) ¿en qué tipo de frases usas emojis?

- Frases que describen emociones
- Frases que describen gestos
- Frases que describen expresiones
- Frases que describen situaciones



2. ¿Para cuáles de estos momentos te gustaría que existan emojis específicos?

- Previa de examen (día anterior)
- Recreos/Baches
- Elecciones
- Juntadas de tp/ preparación de exámenes
- Clase/cursada
- El momento del examen
- De profes
- De lugares
- De materias específicas
- Otra



3. ¿Para qué materia/s de la carrera te gustaría que existan emojis específicos? ¿Por qué?

- Para las de marxismo, sería divertido ver emojis comunistas
- Epistemología o método, PORQUE ESTAN EN TODOS LADOS 😊
- Comunicación
- Epistemología
- Metodología, por lo menos haría más divertida a la materia.
- Metodología de la Investigación - Pensamiento 2 -
- Pensamiento 2: de Acquarone
- Para Pensamiento II, Metodología, Seminarios en general, Digicom y Tesina, porque las considero las materias para comentadas de la carrera.
- No quisiera materias, sino profes: biselli, acquarone, la cátedra completa de Digicom, y solero
- Gráfica, porque es una materia más bien artística y me parece interesante que tenga un emoji representativo
- Institución y sociedad. Porque la materia es funcional a la vida misma.
- para las de primer año para integrar más a los ingresantes
- Digicom
- Pensamiento sociopolítico. Porque Acquarone es lo más gracioso del mundo.
- de todas, porque completa el mensaje y porque confirma ciertas expresiones
- Comunicación Social
- Para pensamiento sociopolítico. Emojis de los pensadores.
- Procesos de modernización.
- Digicom! Por el trabajo en redes que hacemos.
- Pensamiento Sociopolítico II
- Para metodología. Porque es un parto, horrible (inserte emoji aquí
- redacción. muchos tps
- Cultura y subjetividad sería una materia copada, porque suelo citar cosas que di(?)
inserte emoji nerd
- Pensamiento sociopolítico. Me imagino como en el chat del facebook, donde hay grupos de emojis donde el personaje está en muchas escenas. Los emojis marxistas, los weberianos, los existencialistas etc. Sería gracioso, y novedoso.
- Epistemología
- Pensamiento socio político

- Pensamiento sociopolítico I / II
- para Audiovisual. Para representar el lenguaje audiovisual y sus técnicas
- Que? Epis. Que?
- Pensamiento Sociopolítico 2
- Institución y sociedad

Encuesta Comunicoiji

Publicada en los grupos de Facebook “Comunicadores” y “Resúmenes para comunicadores” - Agosto 2017.

1. ¿Para cuáles de estos conceptos te gustaría tener emojis? Podes elegir mas de uno.

- Plusvalía
- Estructura - Superestructura
- Modo de producción
- Teoría Hipodérmica
- Industria Cultural
- El aura
- Vigilancia Epistemológica
- Ruptura Epistemológica
- Marco Teórico
- Líneas de fuga
- Metamorfosis
- Monada
- Desterritorialización
- Potencia
- Lucha de clases
- Trabajo alienado
- Anomia
- El suicidio
- Ideología
- Mass Communication Research
- Reproductibilidad técnica
- Iluminismo
- Frame
- Construcción del objeto
- Manga de posmodernos
- Triangulación
- Fetichismo de la mercancía
- Todo lo sólido se desvanece en el aire

- La comunicación como transmutación de los cuerpos
- Máquina de guerra
- El medio es el mensaje
- Rizoma
- El Leviatán y la bomba de vacío
- Cuerpo canceroso
- La campaña electoral ha terminado
- Que puede un cuerpo?
- Devenir
- Fuerza reactiva
- El hombre post orgánico
- El medio pelo
- Fuerzas activas
- El telégrafo y la orquesta
- Dios ha muerto

Los conceptos se presentan de forma descendente según la cantidad de votos:

Manga de posmodernos	67,6%	23 personas
Lucha de clases	50%	17 personas
El medio es el mensaje	41,2%	14 personas
Rizoma	38,2%	13 personas
Marco teórico	38,2%	13 personas
El aura	35,3%	12 personas
Líneas de fuga	26,5%	9 personas
Trabajo alienado	26,5%	9 personas
Devenir	23,5%	8 personas
Todo lo sólido se desvanece en el aire	23,5%	8 personas
Dios ha muerto	23,5%	8 personas

Industria cultural	20,6%	7 personas
Desterritorialización	20,6%	7 personas
El suicidio	20,6%	7 personas
Ideología	20,6%	7 personas
Mass Communication Research	20,6%	7 personas
Teoría Hipodérmica	17,6%	6 personas
Plusvalía	14,7%	5 personas
Ruptura epistemológica	14,7%	5 personas

2. Elegí uno o varios docente/s que se merecen su propio emoji (Si quieres un docente que no está en la lista podés proponerlo).

- Biselli
- Marengo
- Chino
- Solero
- Valentino
- Tavella
- Valdettaro
- Maestri
- Diviani
- Olga Corna
- Acquarone
- Caleri
- Lo Re
- Nene Molina
- Lucio Garcia
- Frutos
- Glenda Muller
- Alberdi

- Alicia Gallegos
- Anibal Rossi
- Marcelo De la Torre
- Jorge Yunes
- Otro

Los resultados se presentan de forma descendente según la cantidad de votos:

Acquarone	90,9%	30 personas
Nene Molina	63,6%	21 personas
Solero	60,6%	20 personas
Valdettaro	54,5%	18 personas
Olga Corna	36,4%	12 personas
Biselli	30,3%	10 personas
Lo Re	27,3%	9 personas
Marcelo De la Torre	27,3%	9 personas
Lucio Garcia	24,2%	8 personas
Frutos	24,2%	8 personas
Glenda Muller	18,2%	6 personas
Anibal Rossi	15,2%	5 personas
Mirta Marengo	12,1%	4 personas
Ricardo Diviani	12,1%	4 personas
Caleri	12,1%	4 personas

3. Nombra al menos una característica que definiría al emoji del o los docente/s seleccionados.

Respuestas:

- “personajes”
- “Luchadores”
- “Frutos: cuernitos. Garcia: negro. Molina: pelos alborotados. Lo Ré: pelado”
- “Ironía”
- “Caricaturezco”
- “Suicidio”
- “Valdettaro: pelo rubio al hombro. Aquarone: lentes. Molina: barba. Dutto: Vaso con cerveza”
- “Boca abierta. Siempre hablando”
- “gracioso”
- “Personalidad”
- “Gritos”
- “locura y bondad”
- ““Copados” y legendarios”
- “Cómicos”
- “característicos con su personalidad”
- “Locura”
- “Locura, posmodernidad (Aquarone)”
- “sus caras”
- “Sus aspectos físicos y su manera de hablar”
- “Distintos”
- “Imponente”
- “Originalidad”
- “Sus ojos, forma de vestirse”
- “Todos son académicos de gran prestigio, es difícil nombrar una sola para todos”
- “Ruidosos”
- “Solero:anarquismo / Aquarone:intespestiva / Molina:hierquinecia / Yunes: inteligencia”
- “Son caricaturizables”
- “Manga de posmodernos!”

4. Formular a partir de frases o conceptos momentos o situaciones previos al examen.
Por ejemplo, "estoy al horno".

Respuestas:

- “Por qué carajo mi apellido empieza con T”
- “quiero morir”
- “Más actitud que conocimientos”
- “”No llego" "Ya fue" "Cómo andas con el estudio?" "Mañana me pongo"
- Esto entraba?”
- “Acá muero”
- “”Son seres pensantes, pueden resolverlo", dijo Valdetaro, en un segundo parcial de Epistemología de la Comunicación. Año 2016.”
- “No se nada”
- “No aguanto mas”
- “No se un pedo”
- “Ansiedad, solo se que no se nada”
- “Lpm qué carajo hago acá. Por qué no estudié maestro jardinero”
- “Con más huevos que conocimiento”
- “Comunicación es todo”
- “¡¡¡Quién me mandó!!!”
- “estar temblando de tanto tomar mate, preguntarle a los que salen del aula cómo les fue y qué les preguntaron sin darles un segundo para respirar”
- “Con más huevo que conocimiento”
- “Estoy jugado”
- “”Ésta es la vencida””
- “Hoy vine a transpirar la camiseta”
- “Voy a aprobar mother of dragon´s style!”
- “Respira, tragame tierra y escupime aprobada, basta de esto, necesito aprobar para ser libre, extraño a mis amigas, extraño la luz solar, me van a romper el ort*, tanto necesitaba ver esa serie que desaproveche horas de estudio ? La próxima me pongo las pilas, para que me va a servir en la vida saber que es la labor para Anna Arendt”
- “Que nerviossss”
- “Q bolu”
- “Me quiero morir”