

Emoji: procesos semióticos, comunicativos y culturales

Emoji: semiotic, communicative, and cultural processes

Fang XIE

Universidad Complutense de Madrid (UCM), Madrid, España.
fangxie@ucm.es / ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9636-7509>

Jun TAN

Autor para correspondencia, Qingdao University, Qingdao, Shandong, China
juntan@ucm.es / ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0288-2487>

Qin SHI

Liaoning University of International Business and Economics, Dalian, Liaoning, China
teresasq@foxtail.com / ORCID: <https://orcid.org/my-orcid?orcid=0009-0007-5235-2058>

Recibido: 23/01/2023

Aceptado: 23/03/2023

Resumen. El emoji es un signo de lenguaje no verbal compuesto por elementos visuales. Con el desarrollo de la sociedad de redes, el proceso de su producción y transmisión de información estaba lleno de incertidumbre y significados ambiguos, haciendo que el uso del emoji haya provocado una nueva tendencia de comunicación en las redes sociales. A la vez, su uso también refleja la identidad del grupo que los usa y la marcada tendencia cultural actual hacia lo icónico. En este trabajo, a través de revisar la trayectoria del desarrollo del emoji, investigamos el proceso de la realización de las expresiones de sus significados desde la perspectiva semiótica.

Palabras Claves. Emoji, signo, lenguaje, comunicación, cultura.

Abstract. Emoji is a non-verbal language symbol which is composed of visual elements presented. With the development of internet society, its information production and transmission process are full of ambiguous meanings and uncertain senses, which make the use of emoji has brought about a new trend of so-

cial network communication. However, its use also reflects the group identity and the current cultural trend. In this article, through reviewing the trajectory of emoji development, we investigate the process of realizing the expressions of meanings from a semiotic perspective.

Keywords. Emoji, sign, language, communication, culture.

1. INTRODUCCIÓN

En la era de información que vivimos hoy en día, las imágenes nos transmiten mensajes cada vez más numerosos y están adecuados a las nuevas situaciones. Por ello, el espacio de la comunicación en línea ya no sólo se limita a los caracteres simples, sino que unas imágenes más claras ya están en vigor en dicho ámbito. Como forma derivada de la imagen, a los emojis les espera un próspero desarrollo en esta situación que tiende a aumentar.

En este caso, cómo entender los emojis se convierte en un problema creciente. En la actualidad, los académicos lo han analizado en distintas esferas. Desde la perspectiva de la comunicación, Satomi Sugiyama (2015), académico japonés, tiene su idea de que el uso de emoji puede manejarse en el ambiente de la comunicación digital; además, indica que la utilización de los emoticonos en línea supone un proceso de construcción con un valor estético añadido. Por otro lado, Knobel y Lankshear (2007) aprovechan la Teoría Memética en los nuevos medios para investigar los memes. Además, el académico Liu Hanbo (2017), de China, advierte que la popularidad de los emojis se debe al desarrollo de la tecnología, que ha resultado en la evolución de los medios y la transformación del poder social. En el ámbito de la lingüística, también se ha propuesto que los emojis son un lenguaje visual con estructuras lingüísticas únicas (Marcel, 2016). En cuanto a la semiótica, citando las teorías de C. S. Peirce y de la Escuela de Tartu, Sara Cannizzaro (2016) confirma los procesos de semiosis de los emojis en línea. Cristina Vela Delfa (2020) también piensa que los emojis se pueden considerar como iconos. Mientras tanto, Thurlow y Jaroski (2020) utilizan la semiótica para analizar las estrategias retóricas del emoji.

En el ámbito de la investigación actual, los artículos y trabajos sobre los emojis cubren un alcance bastante amplio. No obstante, no hay tantas investigaciones que interpretan la motivación de la creación del emoji en la lingüística y el mecanismo del significado desde la perspectiva semiótica; pues, tampoco existe un posicionamiento preciso del emoji en la comunicación en línea en este campo. Al mismo tiempo, para la mayoría de las investigaciones, el proceso de la producción y la comprensión de los significados del emoji solo se considera en las formas simbólicas exteriores. Es decir, no se establece ninguna analogía con otro tipo del lenguaje, incluso no revela un giro cultural en el proceso del uso. En este sentido, este trabajo trata de explorar estas cuestiones desde una nueva perspectiva semiótica.

2. OBJETIVO Y METODOLOGÍA

1.1. Objetivo

Este trabajo surge como objetivo principal de hacer una investigación de los emojis en la comunicación en línea. En nuestro caso, se pretende concretamente alcanzarla mediante los objetivos concretos:

- a) Revisar el proceso de la evolución del emoji y revelar la relación entre el signo, el lenguaje y el emoji.
- b) Sobre la base del objetivo a podemos investigar los procesos de la producción de los significados y la percepción de la comprensión de los emojis.

Para ello se realizan los objetivos; en primer lugar, vamos a presentar el desarrollo y la relación lingüística bajo las teorías semióticas, e intentamos a testar la conexión entre el signo, el lenguaje y el emoji. En segundo lugar, tratamos de explicar cómo se realiza el proceso del significado del emoji en la comunicación en línea. Por último, con sus significados cada vez más amplios, llegamos a una explicación de fenómeno cultural para revelar su connotación profunda del emoji.

1.2. Metodología

a) Análisis bibliográfico

En el presente trabajo nos hemos centrado en la metodología cualitativa. De acuerdo con el objetivo propuesto, se utiliza el método del análisis bibliográfico para hacer una revisión de la investigación sobre el signo, el lenguaje y el emoji. A través de clasificar y resumir la información de la bibliografía, exploramos la investigación del emoji como un signo lingüístico y el proceso de la producción de sus significados en la comunicación en línea.

b) Análisis semiótico

La semiótica es una disciplina de la explicación de los significados, y los signos son un portador para transmitir los significados. El emoji sirve como un lenguaje simbólico.

Por lo tanto, para investigar los significados, debemos empezar a analizar los contenidos de los emojis y sobre esta base realizar una clasificación de los significados para elaborar la dirección de descodificación de los emojis. Antes de explicarlo debemos conocer sus estructuras semióticas para mostrar su esencia única del signo, especialmente en los aspectos semánticos y sintagmáticos.

3. EL DESARROLLO Y LA RELACIÓN LINGÜÍSTICA DE EMOJI

Desde su aparición hasta su uso generalizado, el emoji ha experimentado un desarrollo rápido y ha llegado a ser un instrumento significado para la comunicación digital en la sociedad actual. «No en vano, el término ‘emoji’ fue elegido por la Fundéu palabra del año 2019 y, previamente, en 2015, el emoji ‘cara con lágrimas de alegría’ había sido propuesto para tal honor por el *Oxford English Dictionary*» (Vela Delfa: 2020: 154). Este caso revela que el emoji se ha convertido en un fenómeno al que se tiene que enfrentar la comunicación contemporánea. Como nuevo modo de expresión discursiva, se dividen en muchos tipos. Para la investigación, deberíamos razonar el proceso de desarrollo.

3.1. De emoticonos a emojis

Creado en 1982 por un investigador de informática llamado Scott Fahlman, de la Universidad Carnegie Mellon, :-) se considera como el primer emoticono (Avendaño, 2012). Posteriormente, Japón inventó Shift JIS Art basado en American ASCII Art, utilizando símbolos «*» «^» «->» como ojos, «_» «.» «o», etc., como boca; entonces crean ^_^» «*_»*]» «-_b» y otros emoticonos. Por lo tanto, esta expresión creada con símbolos de teclado se volvió popular en todo el mundo, dando origen al *kaomiji* (emoticono japonés). Según Katsuno y Yano (2007), desde la década de 1980, la difusión del kaomiji es muy rápida.

En comparación con el emoticono original occidental, que debe girarse 90 grados en el sentido del reloj, el kaomiji va mejor con la percepción visual humana. Se puede decir que el emoticono utiliza símbolos del teclado pictográfico para sintetizar imágenes. Una vez establecida su propia imagen, tendrá el mismo significado convencional que el lenguaje, por lo que es un signo más intuitivo y vívido que el lenguaje escrito.

Sin embargo, con la llegada y la popularización de la era de las redes sociales, los usuarios ya no solo están satisfechos con las imágenes sintéticas de teclado como emo-

tico y kaomiji, porque ha comenzado una evolución de emoticones a emojis. Según Calero Vaquera (2014), los emojis

[...] son los emoticonos de segunda generación que han sido popularizados por el servicio de mensajería instantánea que aquí más nos interesa, el WhatsApp, formando parte de los teclados de sistemas operativos como iOS o Android. Al ser figurativos, son más representativos que los emoticonos de caracteres ASCII (Calero Vaquera, 2014: 104).

Generalmente, los emojis que se usan actualmente «son pequeños pictogramas en color que se añaden a los mensajes electrónicos» (Sampietro, 2019: 2). Comparado con el emoticono anterior, el emoji es más vívido y colorido, que consiste en imágenes creadas a partir de las emociones típicas en la vida diaria o de un objeto concreto en la realidad, y sirve para reemplazar el texto escrito. Por lo tanto, los emojis pueden expresar emociones de forma más directa, por lo que son muy populares en las redes sociales.

En cierto grado, desde el emoticono hasta el emoji, como vectores emocionales y físicos, los emojis han experimentado desde la síntesis abstracta del teclado hasta las imágenes figurativas. Pero siempre son identificadas como una herramienta auxiliar en el proceso de comunicación digital para transmitir información del emisor.

3.2. Emoji, signo y lenguaje

Hasta cierto punto, en la comunicación en línea, los emojis juegan un papel de lengua. A la luz del pensamiento semiótico, la investigación del emoji no puede evitar la revisión teórica. El lingüista suizo F. de Saussure dividió los signos en lingüísticos y no lingüísticos, y al mismo tiempo clasificó los signos en una estructura binaria relacional: significante y significado.

El significante puede ser perceptible. Para los emojis, su significante es una percepción de la imagen. Por lo tanto, según la forma del signo desde la perspectiva de la percepción, el emoji puede considerarse como un signo visual. Sin embargo, la interacción entre las personas está provocada por su significado. Aquí, las ideas figurativas se convierten en sus significados.

Así mismo, el semiólogo estadounidense Charles Sander Peirce clasificó los signos en «ícono», «índice» y «símbolo» por las diferentes relaciones entre los signos y los objetos a los que se refieren. Para Peirce, el ícono representa su objeto mediante la similitud, que es una representación de determinadas características que tiene el propio ob-

jeto. «Para Morris, era icónico el signo que poseía alguna de las propiedades del objeto representado, o mejor, que tenía las propiedades de sus denotados» (Eco, 2005: 341). Eco resumió los conceptos de Peirce y Morris, y dio otro por el que el signo icónico tiene que basarse en los códigos. Es decir, «los signos icónicos no condiciones de la percepción común, basándose en códigos perceptivos normales y seleccionado los estímulos» (Eco, 2005: 338). En cuanto al emoji, su forma externa y su estructura interna son similares a las del objeto al que sustituyen, lo que es una representación basada en las imágenes. Entre ello, el emoji que se investiga en este trabajo se considera una operación figurativa, y está regulado por convención, o sea, el código perceptivo.

Tanto en la dicotomía de Saussure como en la tricotomía de Peirce, la esencia del emoji siempre es el signo visual. Por lo tanto, el proceso de transmisión de sentido debe recurrir al código visual. En esta situación, hay un caso más representativo, y es que existe un interesante fenómeno entre el emoji y el carácter chino. En esencia, todos los caracteres chinos son jeroglíficos, ya que su mejor característica trata de que se basa en la similitud entre el carácter y el objeto, para transmitir las informaciones, y su aparición es una muestra de un tipo de escritura que siempre está vinculada con una situación personal o social. Es decir, el carácter chino es un tipo de signo icónico cuyo significado tiene que ser transmitido bajo la ayuda del código perceptivo. Este tipo de código proviene de la conciencia tradicional china que ha desarrollado a través de la acumulación de la cultura china. En este sentido, el carácter chino, como el signo de lenguaje, tiene su connotación que está siempre ligada a su forma, el saber y su denotación; y la razón de su riqueza de significado proviene de su estructura única de pictograma. Diferente al fonograma, que los caracteres asocian las formas con sonidos, el carácter chino utiliza imágenes que se vinculan con las ideas. Entonces, el carácter chino no sólo trata de un signo lingüístico, lo más importante es que es considerado como un signo ideograma. Aquí tomamos el carácter chino «人» (*ren*) como un ejemplo con su significado de la persona (FIGURA 1). Para distinguirlo de otros animales, los antiguos antepasados destacaron deliberadamente los cuatro miembros del cuerpo humano, utilizando los brazos y las piernas claramente definidos para representar la esencia del ser humano. Mientras, la forma de lado puede describir la prisa de la gente, que trata de un rasgo típico para distinguir al ser humano de otros animales. A pesar de los miles de años de evolución que han sufrido los caracteres chinos, todavía podemos ver que el carácter chino mantiene las características de pictograma, lo que pueden servir para entender la relación entre el significado de los caracteres chinos y el objeto.

FIGURA 1
El desarrollo del carácter chino, *ren*



Fuente: <https://kknews.cc/zh-sg/culture/95mgvzq.html>

Respecto al emoji, su origen es representar las expresiones faciales humanas que se basan en la imitación de expresiones faciales y movimientos corporales para transmitir las informaciones precisas. Con el desarrollo del tiempo, la imitación de emoji no solo se limita al ámbito facial, sino que también empieza a representar más objetos. Por lo tanto, se puede decir que el emoji también utiliza esta estructura lingüística de jeroglífico de la similitud para reemplazar la información. El significado del emoji proviene de la similitud. Sin embargo, dentro de este proceso, la transmisión de las informaciones del emoji tiene que recurrir al código perceptivo, es decir, una convención social.

Desde esta perspectiva, el emoji sigue las características inherentes al signo ideograma representado por los caracteres chinos, que la expresión del significado de este tipo de lenguaje no recurre al sonido, sino al concepto gráfico. En otras palabras, la manera de presentar los significados del emoji corresponde a las características de la iconicidad de este modo del lenguaje. «En pocas palabras, la iconicidad afirma la idea de que la forma o estructura lingüística viene motivada o de algún modo refleja el significado que codifica» (Orlova, 2015: 173).

Generalmente, la raíz del emoji no es emoción, sino el objeto. Sin embargo, bajo el efecto de la iconicidad, paulatinamente, se comienza a combinar el emoji con los sentimientos. A través de revisar el proceso de la expresión del significado de emoji, se puede decir que es la materialización del sistema de signo visual. Al mismo tiempo, este proceso tiene el mismo mecanismo de funcionamiento que el proceso ideográfico de los caracteres chinos. Por esta razón podemos decir que el emoji es un signo de lenguaje especial, o sea, signo ideograma con algunas cualidades lingüísticas internas.

4. LA COMUNICACIÓN Y EL PROCESO DE DECODIFICACIÓN

Sobre la base que hemos analizado anteriormente debemos considerar la capacidad de la comunicación del emoji. El lenguaje es la herramienta más básica para lograr la comunicación. Dado que el emoji es un tipo especial del lenguaje, entender el proceso de su producción y de expresión se convierte en una forma de que los usuarios adquieran sus significados comunicativos. En otras palabras, es un proceso de comprender la codificación y decodificación del emoji.

A diferencia de la comunicación presente, el modo del uso de emoji se realiza a través de la forma en la que las dos partes no se ven mutuamente; a saber, la comunicación virtual. Generalmente, este modo de comunicación recurre al medio en línea.

Al tratarse de un medio en él tiende a producirse el malentendido con facilidad, estos elementos ocupan una parte imprescindible en él, pues se utilizan tanto para combatir las carencias comunicativas de este medio, como la falta de un contexto comunicativo compartido y la consecuente ausencia de lenguaje gestual o no verbal en este medio (Cantón Tébar, 2020: 14).

En esta situación, la aparición del emoji debe tener el propósito de rectificar errores e imprecisiones en el proceso de comunicación. Hasta cierto punto, los emojis funcionan como un lenguaje complementario para mejorar la expresión del significado del signo verbal. Además, «estas imágenes prediseñadas imitan gestos faciales, gestos corporales o hacen referencia a diversos objetos, animales y acciones» (Cantón Tébar, 2020: 14), lo que simula rápidamente un entorno donde el emisor y el receptor de la información están presentes al mismo tiempo para el proceso de comunicación.

Sin embargo, en el proceso del desarrollo, el significado de los emojis está evolucionando constantemente. Las diversas incertidumbres hacen que sus significaciones produzcan las mutaciones. Esto también ha creado la vitalidad de los emojis en sí mismos. En esta parte, partimos del comportamiento de decodificación específico del emoji como signo en el proceso de comunicación, revelando que la aparición del emoji ha cambiado el modo de comunicación en línea tradicional y ha formado uno nuevo mediante la reconstrucción de la escena de comunicación y la exposición del origen de la expansión del significado del emoji en este proceso.

4.1. Un nuevo mecanismo: la comunicación del emoji

Antes de la aparición de los emojis digitales, la comunicación virtual se basaba principalmente en los lenguajes tradicionales para conversar. Bajo este modo, la gente

transmite las informaciones que tiene que recurrir a las frases formadas por palabras. La construcción de la frase necesita, en apoyo de la gramática que posee «en su sentido de dispositivo de adquisición del lenguaje, tres componentes: sintáctico, semántico y fonológico» (Birchenall, Müller y Labos, 2013: 327). Entre ellos:

El componente sintáctico genera una estructura profunda y una superficial (ambas representaciones mentales de una misma cadena lingüística). El componente semántico genera una interpretación del significado de la estructura profunda. El componente fonológico genera una interpretación de sonido de la estructura superficial (Birchenall, Müller y Labos, 2013: 327).

En este sentido, la semántica, como disciplina que estudia el significado, tiene reglas intrínsecas que forman la base del significado de cualquier frase. Es decir, en la comunicación tradicional, la realización de la transmisión del mensaje se basa en las frases para identificar el objeto, ya que, en este proceso, la semántica es la estructura profunda que ayuda a la transmisión del significado. Pero este modo de comunicación limita en gran medida la transmisión de información en lenguaje no verbal, que se refiere a la información transmitida por signos no verbales como expresiones, gestos y vestimenta que se usan realmente en la comunicación física.

En la comunicación personal, transmitimos informaciones a través de una combinación de signos no verbales y signos verbales, con el motivo de que la comunicación humana siempre es expresiva. Si solo transmitimos la información con lenguaje textual, se reducirá la expresión emocional y finalmente resulta difícil obtener el efecto de la comunicación en persona. Debido a las limitaciones de dichos factores, en la comunicación en línea, por la ausencia de signos verbales para expresar emociones, la información se transmite de manera incorrecta, lo que añade dificultades para lograr la comunicación efectiva.

Sin embargo, la aparición de los emojis ha recuperado la falta del escenario en la comunicación en línea tradicional. En términos generales, la escena de la comunicación consiste en el entorno de interacción interpersonal, en el que se forman la atmósfera de interacción y se genera la conexión emocional. En este proceso de comunicación, el juicio de la relación tanto de la identidad como de la emoción de ambas partes, emisor y receptor, es la premisa de la comunicación, y la construcción de estos dos factores depende del contexto y el proceso de toda la comunicación.

Para establecer una escena de comunicación así se necesita en primer lugar una combinación de simulación de escena y una reproducción de signos no verbales. Muchas imágenes de emojis son de sistemas que transmiten informaciones a través de la

transformación de los gestos del ser humano. La forma más importante en que los emojis son capaces de establecer una escena de comunicación es mediante medios como las expresiones faciales y las posturas corporales. Con su reproducción vívida de las expresiones faciales y el comportamiento, las emociones transmitidas se vuelven más intuitivas, y aproxima efectivamente la distancia psicológica de la gente mientras la comunicación se hace cada vez más fácil y expresiva. El erudito chino Wang Xiaoying planteó un punto similar: «Los emojis imitan principalmente los gestos del ser humano, las posturas corporales [...] recuperan la falta de lenguaje corporal en la comunicación no en persona» (Wang, 2015: 143. trad. propia). Por lo tanto, muchos de los emojis digitales son reproducciones de expresiones faciales, recuperando la falta de no poder percibir las emociones de los interlocutores.

Generalmente, emoji es el resultado de la imitación del objeto, creando una sensación de presencia de comunicación cara a cara. Su efecto de la comunicación es tan obvio que ha superado el obstáculo de la comunicación literal y ha llevado a cabo el cambio del texto a la imagen. A saber, «el uso de palabras no resulte necesario en el proceso de comunicación, hacia la tendencia de manifestar un estilo expresivo por medio de imágenes» (Montenegro Díaz, 2018: 41).

En este sentido, «toda intención comunicativa se encuentra dirigida a generar las manifestaciones internas de cada individuo en su afán de expresar lo que siente o lo que piensa a través de la interpretación del emoji» (Montenegro Díaz, 2018: 41). La forma de comunicación humana ha ido evolucionando paulatinamente, desde la comunicación por medio del lenguaje corporal hasta la comunicación indirecta mediada por signos abstractos como el lenguaje verbal. Y el emoji, como un nuevo signo de la comunicación, está liberando las posturas corporales y la escena real encerradas en el lenguaje verbal, tratando de remontarse a la comunicación original cara a cara.

Con base en esta situación, tras explorar el proceso del mecanismo de la comunicación de los emojis, es fácil descubrir que la expresión del significado del emoji depende más de la interpretación del signo por los usuarios del emoji. Como signo de ideograma, el emoji está contenido en la iconicidad determinada para asegurar que el objeto de la representación del signo sea puesto e identificado en la experiencia cognitiva del sujeto, y afirmando así que todo el texto simbólico del emoji no caiga en el significado confuso.

En un nivel más profundo, el proceso de la comunicación del emoji es una transformación entre un signo textual y visual. Para permitir la transmisión precisa del significado se requiere que el emoji forme la misma estructura sintagma, garantizando que los dos se dirijan exactamente al objeto común.

Aquí, intentamos sustituir las frases escritas por una combinación de los emojis. Por ejemplo, en la combinación de 🧑❤️🚗 los emojis sustituyen el lenguaje verbal y forman unos nuevos sintagmas visuales. En consecuencia, se crea la semántica visual correspondiente. En este caso, colocamos los tres emojis en la estructura verbal, que 🧑 expresa el sujeto del que emana la acción, ❤️ indica la acción y 🚗 implica el resultado de la acción. Después de resumir, esta combinación se puede traducir como «a una chica le gusta el coche». La combinación de los emojis señala los personajes y los acontecimientos, muestra los elementos narrativos, y forma la estructura de la frase. Por lo tanto, los emojis, por su intuición visual, son capaces de completar más rápidamente la referencia al objeto sobre la definición del significado del signo lingüístico para formar una estructura semántica completa.

Hasta cierto punto, la estructura semántica de los emojis es similar a la del lenguaje verbal, contando con la única diferencia de que los emojis pueden expresar el plano del contenido y de la expresión del signo más intuitiva en el proceso de la comunicación, ya que no recurre a las convenciones del lenguaje verbal. Mientras, por esta característica, el emoji puede construir una escena de comunicación relativamente real en la comunicación en línea, que forma un nuevo mecanismo de comunicación.

4.2. La nueva dirección de decodificación del emoji

El emoji no solo es la simulación y la representación de emociones y escenas reales, sino también un signo. En el proceso de decodificación, el significado pictográfico original del emoji disminuye mientras el significado simbólico aumenta gradualmente, resultando que el significado del emoji se acumula de manera infinita. Además, la interpretación del significado presenta diversas incertidumbres debido a las diferencias del código. Todo esto proporciona una nueva dirección para la decodificación del emoji, es decir, la causa por la cual el significado simbólico del emoji ha modificado.

4.2.1. El infinito significado del emoji

En el uso del emoji para comunicarse, se trata de semiosis, y los significados pueden ser no solo el resultado del mensaje emitido por parte del emisor, sino también el resultado de una selección. En este sentido, los emojis ya no son solo una estructura única del significante-significado de la representación emocional, sino el resultado de una interacción y construcción emocional.

Según la definición de signo de Peirce, «un signo, o representamen, es algo que, para alguien, representa o se refiere a algo en algún aspecto o carácter» (Peirce, 1974: 22). Peirce divide el signo en tres partes y considera que «representamen» es la parte perceptible del signo. El algo que sustituye el signo es el «objeto», y el pensamiento que provoca el signo se llama «interpretante». Para Peirce, la semiosis se realiza solamente si el signo se descompone en estas tres partes.

Para el receptor del signo, el interpretante de cada uno puede convertirse en un nuevo representamen, que constituye un nuevo signo y se queda por comprender e interpretar, dando como resultado una serie de significados teóricamente infinitos. Como signo, el emoji también tiene este perfil, y su interpretación de significado no terminará absolutamente.

Por ejemplo, el emoji , cuya explicación original es el lápiz labial usado por las mujeres, suele aparecer en artículos o blogs sobre belleza, moda, etc. Sin embargo, ahora se ha convertido gradualmente en una actitud de admirar la belleza, perseguir la calidad de vida e incluso expresar la delicada figura del usuario. La expresión de la figura adquiere nuevos significados a través de su aplicación y la interpretación reiterativas, y el proceso de interpretación continúa constantemente. Este proceso también está incluido en una dirección imprescindible de la decodificación de emojis.

4.2.2. La incertidumbre sobre el significado de los emojis

Además del significado infinito, el emoji presenta también una incertidumbre en el proceso de decodificación. Dado que la esencia del emoji es la iconicidad, el sujeto del signo no puede equivaler completamente al objeto, haciendo que exista una cuestión de la semejanza. Generalmente, la semejanza se basa en algunas reglas sobre el icono y el contenido. En este sentido, encontrar los significados del emoji se convierte en una cuestión entre la imagen y el contenido.

Sobre este problema, la imagen proviene de la experiencia de expresión y el contenido proviene de las convenciones existentes. Para conectar los dos, es necesario aprovechar el código. Los emojis basados en imágenes inevitablemente estarán limitados por el código icono.

Según Eco, el código es el «sistema que hace corresponder a un sistema de vehículos gráficos, unidades perceptivas y culturales codificadas» (Eco, 2005: 308). Por lo tanto, la diferencia de sistema del código conduce directamente a la desviación de la información emitida por el emisor al receptor. Por ejemplo, el emoji  es «un tipo especial de emoji de la risa, de uso muy frecuente, que, sin embargo, acusa un alto grado

de ambigüedad» (Vela Delfa: 2020: 160). Es una imagen que contiene lágrimas y risas, por lo que diferentes personas la entienden de manera diferente. A través de la investigación de Cantamutto y Vela,

la mayoría de los encuestados refirieron que este emoji significa «risa» o «mucho risa». Sin embargo, un 10% aseguró que este emoji refleja llanto y que se usa para valorar una experiencia negativa o indicar que algo es muy triste (Vela Delfa: 2020: 160).

El código que tiene el receptor no es todo correspondiente, por lo que genera errores de información en el proceso de decodificación por su parte. Para algunas personas, 😂 puede entenderse como reír, y para otras, puede entenderse como llorar. Y esto también destaca el papel de las incoherencias en el sistema de códigos para enriquecer el significado de los emojis.

A través de este caso podemos considerar que cualquier emoji tiene múltiples significados, porque su significante corresponde a una variedad de significados. A diferencia de la característica lineal del significante del signo lingüístico, el significante y el significado del emoji ocurre sincrónicamente, y su significado específico no puede decodificarse hasta que se haya elegido un código determinado. Esto produce también incertidumbre sobre el significado del emoji.

En general, la diversidad de las convenciones culturales determina la de los sistemas de códigos que tienen los receptores de los emojis. La complejidad del código conduce en última instancia a la incertidumbre a la que se refieren los emojis, resultando que la expresión cuenta con una gran libertad. Se puede decir que el emoji no es solo el significado de la reproducción de imágenes, sino también que su significado se multiplica con la ampliación continua de la dirección de decodificación. Se convierte en el resultado de la selección mutua entre el emisor y el receptor de la información; en otras palabras, en un significado interactivo.

5. LOS EMOJIS AFECTAN A LA IDENTIDAD GRUPAL Y LA TENDENCIA CULTURAL

En resumen, el emoji, como signo, existe como ciberlenguaje en la red virtual. En el proceso de comunicación concreto, cualquier emoji en el proceso de uso puede constituir un texto completo, que es el resultado de la selección entre el emisor y el receptor en la escena de comunicación específica. Esto no solo refleja las características y funciones propias del emoji como signo, sino que también muestra el proceso en que el

usuario busca la identidad grupal a través de los métodos de decodificación diversos, e indica la tendencia de la evolución del entorno cultural.

5.1. El emoji construye la identidad del grupo

Como signo de uso común, el emoji se ha utilizado repetidamente en el proceso de comunicación, generando una gran cantidad de significado cultural, lo cual cumple las necesidades del uso de signo de diferentes grupos en la sociedad actual con el propósito de obtener la identidad. La identidad de usuario se puede reconocer rápidamente a través de un código específico con los factores simbólicos y significados textuales generados por el emoji. Es decir, mediante el uso del emoji, los individuos pueden obtener la identidad simbólica del grupo.

Para mostrar las características de la identidad de usuario, los emojis se dividen en grupos de forma muy detallada, tratándose de un medio de construir la identidad del usuario. Por ejemplo, existen diferencias obvias en el uso del emoji entre personas de diferentes culturas como jóvenes y mayores. Incluso usando el mismo emoji, les generan interpretaciones completamente diferentes.

El emoji 😊 es un caso. «Originalmente, el significado que se le dio es alguien que estaba satisfecho con algo. Pero ahora se usa mucho para expresar sarcasmo o una molestia indirecta» (Martínez, 2022). Sin embargo, este emoji transmite una sensación de ironía, que se reconoce en la charla de los jóvenes; para muchas personas de mediana edad, incluso los mayores, lo que representa este emoji todavía es estar contento. Entonces, podemos ver que las diferencias en los estándares han hecho que el mismo emoji produzca diferentes reglas de código en la comunicación interna de los grupos específicos. Es decir que, cuando el usuario recibe la información que transmite un emoji, debe concretar el contexto social y cultural determinado. Los signos del emoji en estas condiciones concretas forman un sistema del signo. Para que sea preciso el significado del emoji, debe estar en un espacio cultural limitado. Según Lotman, este espacio podría denominarse semiosfera.

Una determinada esfera que posee los rasgos distintivos que se atribuyen a un espacio cerrado en sí mismo. Únicamente dentro de tal espacio resultan posibles la realización de los procesos comunicativos y la producción de nueva información (Lotman, 1996: 11).

Para conseguir el significado con precisión del emoji, todos los usuarios deben encontrarse en una semiosfera específica. Debido a las diferencias de la edad, el pensa-

miento, el gusto, etc., la semiosfera está limitada por varios factores, haciendo que los emojis tengan distintas divisiones de las normas en el proceso de comunicación. Entre ellas, el mismo emoji crea un abismo enorme entre las personas mayores y las jóvenes. En consecuencia, los mensajes que los emojis transmiten ya no son los significados simples, sino que se rigen por una semiosfera que soporta el estado social y cultural actual. Es decir, la presentación del significado del emoji solo puede ser traducida en su propia semiosfera, que trata de un espacio creado por los distintos universos del sentido.

Desde esta perspectiva, el emoji se ha convertido poco a poco en una identidad, o un signo del grupo. Lo que demuestra más su uso es un intercambio emocional grupal, y se proporciona la identidad grupal en dicho proceso. Por lo tanto, el emoji puede definirse como un signo social estructural, y su significado se basa en la cultura social. A su vez, la reflexión común de diferentes grupos también forma los signos de la percepción de grupo social. En la comunicación simbólica, los emojis abarcan la experiencia colectiva perceptible y la cultura social, así que llegan a ser una representación cultural de habilidades expresivas, narrativas, retóricas y discursivas más ricas.

5.2. El emoji como representación cultural

La comunicación de internet cambia los medios de comunicación de masas clásicas y hace posible la libertad de la expresión bidireccional. Entonces, la invención del emoji satisface las expectativas del público sobre la combinación de lenguaje e imagen en textos de comunicación en línea instantánea. En particular, el uso generalizado del emoji reduce el uso de puro texto tradicional y reemplaza los signos de lenguaje literal por lenguaje figurativo y se convierte en un componente importante de la comunicación en línea, de ahí que la comunicación en línea supere gradualmente las limitaciones del lenguaje tradicional, y surja un giro cultural de centrado en el lenguaje a centrado en lo visual.

Aquí tomamos los emojis de «los tres monos de Nikko», 🙈🙉🙊, como ejemplo. Al principio, en los tres emojis no hay más significado que las imágenes de monos. Pero cuando estos se convierten en signo, las imágenes superficiales se transforman en el significante del signo, y la cultura construye su significado. En este sentido, los tres emojis representan no ver el mal, no decir el mal y no escuchar el mal, que consiste en el pensamiento clásico chino enunciado en Confucio. Bajo la participación del concepto de signo, la cultura tradicional es simbolizada, mostrando la importancia del código. El significado de un signo cambia después de haber sido codificado. No obstante, este significado solo existe dentro de la semiosfera definida. Si este signo supera la frontera de

esta semiosfera y entra en otra semiosfera, su significado no puede ser fácilmente traducido. En esta semiosfera, el significado de los tres monos es repetido por el uso de la gente, y, por fin, ya se han convertido en los productos de consumo de masas.

Desde esta perspectiva, los emojis son capaces de expresar emociones de una manera más figurativa y rápida, lo que permite escapar de la abstracción de los signos de la narrativa tradicional en texto y transformar a una narrativa visual más intuitiva. La expresión narrativa no se limita a idioma, región y nación, y es más fácil de entender para el receptor de la información, lo que eleva en gran medida la eficiencia de la comunicación. Al mismo tiempo, para ser utilizado por más gente, los emojis deben simplificarse, significando que le falta profundidad en la expresión del significado.

Como resultado de la diversificación de cultura social, el emoji ha dejado una influencia importante en la cultura popular y los medios de comunicación de internet. Sin embargo, la popularidad del emoji es una forma de entretenimiento, ignorando la profundidad de la cultura de internet. Cuando el uso del emoji ocupa gradualmente la corriente principal de la comunicación en línea, el arte y la lógica del lenguaje tradicional serán ignorados, lo que producirá una narrativa superficial.

6. CONCLUSIÓN

Desde la aparición del primer emoticono hace más de cuarenta años hasta la sociedad actual, los emojis ricos y diversos han llegado a ser el signo más representativo del ciberlenguaje. Aunque varía mucho, su esencia siempre es un signo ideograma desde la perspectiva de la semiótica. Dado que su función es reemplazar y mejorar las frases de la comunicación, el emoji debe tener características lingüísticas. Así que la estructura de la expresión del significado del emoji muestra la similitud con algunos caracteres representados por los chinos, a saber, en su aspecto sintagmático y semántico.

Además, la popularización de los medios de comunicación de Internet ha acelerado la difusión de los emojis y ha promovido el establecimiento de un mecanismo de discurso basado en imágenes. Al mismo tiempo, también recupera la falta de emoción en el proceso de la comunicación que trasciende el tiempo y el espacio, mejora la atracción y la interactividad de la comunicación en línea y forma un nuevo modo de comunicación digital. Sin embargo, con el uso excesivo de los emojis, la dirección de la decodificación se ha diversificado cada vez más, y su particularidad como signo determina la infinidad y la incertidumbre del significado generado por la codificación y decodificación.

Mientras tanto, el proceso del significado del emoji refleja las diferentes formas de pensar y los hábitos cognitivos de los usuarios del emoji, de modo que tanto el emisor

como el receptor pueden intensificar la identidad en el proceso de usarlos. No menos importante, como parte importante de la cultura de internet, el emoji es una representación en miniatura de la cultura de la red. Sin embargo, con la popularización de este modo de comunicación, la comunicación digital se hace cada vez más escasa y finalmente se ha acelerado el proceso de superficialización de la cultura social.

REFERENCIA

- Avendaño, Tom (2012). «30 años de emoticonos». *El País*. Recuperado de https://elpais.com/sociedad/2012/10/26/actualidad/1351249789_481252.html
- Barón Birchenall, Leonardo, Müller, Oliver, y Labos, Edith (2013). «Los conceptos innatos en la obra de Chomsky: definición y propuesta de un método empírico para su estudio». *Avances en Psicología Latinoamericana*, 31: 324-343.
- Calero Vaquera, María Luisa (2014). «El discurso del WhatsApp: entre el Messenger y el SMS». *Oralia: Análisis del discurso oral*, 17: 85-114.
- Cannizzaro, Sara (2016). «Internet memes as internet signs: A semiotic view of digital culture». *Sign Systems Studies*, 44: 562-586.
- Cantón Tébar, María del Carmen (2020). «El lenguaje no verbal en las redes sociales». *Sabir. International Bulletin of Applied Linguistics*, 1(2): 5-32.
- Danesi, Marcel (2016). *The semiotics of emoji: The rise of visual language in the age of the Internet*. Londres, Bloomsbury Publishing.
- Eco, Umberto (2005). *La estructura ausente. Introducción a la semiótica*. México, DeBolsillo.
- Lotman, Yuri M (1996). *La semiosfera I Semiótica de la cultura y del texto*. Madrid: Cátedra.
- Liu, Hanbo (2017). «表情包文化: 权力转换下的身体述情和身份建构». *文化研究*, 5: 180-185.
- Martínez, Willennys (2022). *Significado de los emoticonos de WhatsApp: ¿qué significa cada emoji?* Recuperado en <https://www.mundodeportivo.com/urbantecno/tecnologia/significado-de-los-emoticonos-y-emojis-de-whatsapp>
- Montenegro Díaz, Denis José (2018). «Características del uso de emojis en la comunicación por el chat de WhatsApp». *Hamut'ay*, 5: 36-41.
- Orlova, Iryna (2015). «La iconicidad como factor estilístico en la traducción». *Onomázein. Revista semestral de lingüística, filología y traducción*, 32: 171-183.
- Knobel, Michele y Colin, Lankshear (2007). «Online memes, affinities, and cultural production.» *A new literacies sampler*, 29: 199-227.

- Katsuno, Hirofumi, y Christine, Yano (2007). «Kaomoji and Expressivity in a Japanese Housewives' Chat Room», en Danet, Brenda, y Herring, Susan (eds.), *The Multilingual Internet: Language, Culture, and Communication Online*. Nueva York: Oxford University Press, pp. 278-300.
- Peirce, Charles Sanders (1974). *La Ciencia de la Semiótica*, Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión.
- Sampietro, Agnese (2019). «Cómo hacer palabras con emojis: sustitución y enfatización visual de vocablos en WhatsApp». *Estudios del Discurso Digital (REDD)*, 2: 1-33.
- Sugiyama, Satomi (2015). *Mobile Emoji for Relationship Maintenance and Aesthetic Expressions Among Japanese Teens*. *First Monday Peer-Reviewed Journal on the Internet*. Recuperado en <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/download/5826/4997>
- Thurlow, Crispin, y Jaroski, Vanessa (2020). «Emoji invasion»: The semiotic ideologies of language endangerment in multilingual news discourse, en Crispin Thurlow, Christa Dürscheid y Federica Diémoz (eds.), *Visualizing Digital Discourse: Interactional, Institutional and Ideological Perspectives*, Berlín, De Gruyter, pp. 45-64.
- Vela Delfa, Cristina (2020). Una aproximación semiótica al estudio de los emojis, *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 84: 153-165.
- Wang, Xiaoying (2015). «网络媒介, 输入法与文化表征—文字符号学视野下的网络语言透视». *广西师范学院学报*, 36: 142-145.

Declaración de la contribución por autoría (CRediT):

Fang XIE, Autora 1:

Conceptualización, metodología, análisis formal, administración del proyecto

Jun TAN, Autora 2

Investigación, recursos, visualización, redacción, revisión y edición

Qin SHI, Autora 3

Redacción, borrador original