

DIGITALIZACIÓN DE LA VIDA COTIDIANA



DIEGO ESCUDERO-SÁNCHEZ
DANIEL DÍAZ-ROJAS
COORDINADORES

Transdigital[®]
editorial

DIGITALIZACIÓN DE LA VIDA COTIDIANA

DIEGO ESCUDERO-SÁNCHEZ

DANIEL DÍAZ-ROJAS

COORDINADORES

ALEXANDRO ESCUDERO-NAHÓN, ALFONSO URIEL BELLO-GONZÁLEZ, AMADOR GONZÁLEZ-HENÁNDEZ, ANA MARÍA GARCÍA, ANA RUTH ULLOA PIMIENTA, ANAYA AVILA CARLOS EDUARDO, ANDREA SALOMÉ ALDACO LÓPEZ, ANTONIO AGUIRRE ANDRADE, AQUILES RAZIEL ROJAS MARTÍNEZ, ARIADNA CRISANTEMA MARTÍNEZ HERNÁNDEZ, ASTRID SOFÍA PÉREZ MAAS, BELÉN VELÁZQUEZ GATICA, CHRISTIAN JONATHAN ÁNGEL RUEDA, CLAUDIA MARINA VICARIO SOLÓRZANO, DAMIÁN MADAY MERINO, DANIEL DÍAZ-ROJAS, DARINA JOCELYN ESPINOSA TLATELPA, DIEGO ESCUDERO-SÁNCHEZ, ELENA PATRICIA SÁNCHEZ MARTÍNEZ, FRANCISCO ALONSO ESQUIVEL, INDIRA LIZETH DE LA GARZA LÓPEZ, IVONNE RODRÍGUEZ PÉREZ, JESÚS GUILLERMO FLORES, JESÚS JONATHAN LIRA-VALLEJO, JORGE SADI, JOSÉ ÁNGEL VILLALOBOS RODRÍGUEZ, JOSÉ AURELIO SOSA-OLIVIER, JOSÉ PORFIRIO GONZÁLEZ-FARIAS, JOSÉ RAMÓN LAINES-CANEPA, JUAN CARLOS REA ANGUIANO, JUAN MANUEL MANCILLA DÍAZ, JUAN SOTO, KENYA MUNGUÍA, LAURA GEORGINA VÁZQUEZ LARA-DE LA CRUZ, LUCILA ARIAS-PATIÑO, LUIS ALBERTO ALDAPE BALLESTEROS, MA. DEL CARMEN BEAS JARA, MANUEL LÓPEZ-BELLO, MARCELA RÁBAGO DE ÁVILA, MARÍA DEL PILAR ANAYA AVILA, MARÍA ELENA VALIELA VIDAL, MARÍA GUADALUPE VEYTIA BUCHELI, MARIANA VALDEZ AGUILAR, MARTHA CECILIA RAMÍREZ-SALGADO, MARTÍN JOAQUÍN AGUILAR MUÑOZ, MERY PESANTES-ESPIÑOZA, MIGUEL ÁNGEL HERNÁNDEZ-ACOSTA, MIGUEL ÁNGEL MEDINA-ROMERO, MIGUEL ÁNGEL VITE PÉREZ, MOISÉS SALINAS ROSALES, MÓNICA MIRAMONTES IBARRA, MÓNICA REA ANGUIANO, MYRNA MÉNDEZ MARTÍNEZ, NATALIA URIBE-BÁRCENAS, OMAIRA CECILIA MARTÍNEZ MORENO, RAQUEL MONDRAGÓN HUERTA, REYNA MORENO BELTRÁN, ROBERTO DEL CARMEN MORENO-GUZMÁN, ROSA DEL CARMEN SÁNCHEZ TRINIDAD, ROSALÍA VÁZQUEZ-AREVALO, ROSSY LORENA LAURENCIO MEZA, SAMUEL JOSEPH LIZARRAZU CERÓN, SARAÍ CÁRDENAS-MATA, SILVIA GRAPPIN-NAVARRO, SOFÍA GUTIÉRREZ, SOFÍA RUIZ LIÉVANO, SONIA EDITH REYNA MORENO, VINH ILICH POBLANO, VIRIDIANA LEAL SOTO, XÓCHITL LÓPEZ AGUILAR.

AUTORES Y AUTORAS

Título original: Digitalización de la vida cotidiana / Diego Escudero-Sánchez y Daniel Díaz-Rojas (Coords.) — Ciudad de Querétaro, México: Editorial Transdigital, 2025 — 443 páginas.

International Standard Book Number (ISBN): 978-968-9724-10-0.

Digital Object Identifier (DOI) del libro: <https://doi.org/10.56162/transdigitalbc03>

Clasificación DEWEY. 604 - Temas especiales de tecnología. Tipo de Contenido: Libros universitarios. Clasificación the-ma: J - Sociedad y ciencias sociales. Tipo de soporte: libro digital gratuito descargable. Formato: PDF. Tamaño: 4.7 Mb.



Este libro es una publicación de acceso abierto con los principios de Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY-NC-SA). Esta licencia permite a los reutilizadores distribuir, remezclar, adaptar y desarrollar el material en cualquier medio o formato únicamente con fines no comerciales y siempre que se otorgue la atribución al creador. Si remezcla, adapta o construye sobre el material, debe licenciar el material modificado bajo términos idénticos.

Esta obra ha sido dictaminada por pares académicos expertos con el método de doble ciego. Los dictámenes están resguardados en los archivos de la Editorial *Transdigital*.

D.R. 2025 Diego Escudero-Sánchez y Daniel Díaz-Rojas (Coordinadores).

D.R. 2025 Alexandro Escudero-Nahón, Alfonso Uriel Bello-González, Amador González-Henández, Ana María García, Ana Ruth Ulloa Pimienta, Anaya Avila Carlos Eduardo, Andrea Salomé Aldaco López, Antonio Aguirre Andrade, Aquiles Raziel Rojas Martínez, Ariadna Crisantema Martínez Hernández, Astrid Sofía Pérez Maas, Belén Velázquez Gatica, Christian Jonathan Ángel Rueda, Claudia Marina Vicario Solórzano, Damián Maday Merino, Daniel Díaz-Rojas, Darina Jocelyn Espinosa Tlatelpa, Diego Escudero-Sánchez, Elena Patricia Sánchez Martínez, Francisco Alonso Esquivel, Indira Lizeth de la Garza López, Ivonne Rodríguez Pérez, Jesús Guillermo Flores, Jesús Jonathan Lira-Vallejo, Jorge Sadi, José Ángel Villalobos Rodríguez, José Aurelio Sosa-Olivier, José Porfirio González-Farías, José Ramón Laines-Canepa, Juan Carlos Rea Anguiano, Juan Manuel Mancilla Díaz, Juan Soto, Kenya Munguia, Laura Georgina Vázquez Lara-de la Cruz, Lucila Arias-Patiño, Luis Alberto Aldape Ballesteros, Ma. del Carmen Beas Jara, Manuel López-Bello, Marcela Rábago de Ávila, María del Pilar Anaya Avila, María Elena Valiela Vidal, María Guadalupe Veytia Bucheli, Mariana Valdez Aguilar, Martha Cecilia Ramírez-Salgado, Martín Joaquín Aguilar Muñoz, Mery Pesantes-Espinoza, Miguel Ángel Hernandez-Acosta, Miguel Ángel Medina-Romero, Miguel Ángel Vite Pérez, Moisés Salinas Rosales, Mónica Miramontes Ibarra, Mónica Rea Anguiano, Myrna Méndez Martínez, Natalia Uribe-Bárceñas, Omaira Cecilia Martínez Moreno, Raquel Mondragón Huerta, Reyna Moreno Beltrán, Roberto del Carmen Moreno-Guzmán, Rosa del Carmen Sánchez Trinidad, Rosalía Vázquez-Arevalo, Rossy Lorena Laurencio Meza, Samuel Joseph Lizarazu Cerón, Sarai Cárdenas-Mata, Silvia Grappin-Navarro, Sofía Gutiérrez, Sofía Ruiz Liévano, Sonia Edith Reyna Moreno, Vinh Ilich Poblano, Viridiana Leal Soto, Xóchitl López Aguilar (autores y autoras).

D.R. 2025 Sello Editorial *Transdigital*.



Sociedad de Investigación sobre Estudios Digitales, S. C. Nombre de marca: *Transdigital*. Dirección: Circuito Altos Juriquilla 1132. Colonia Altos Juriquilla. C. P. 76230, Juriquilla, Querétaro, México. +52 (442) 301 32 38. editorial@transdigital.mx www.editorial.transdigital.mx



Registro en el Padrón Nacional de Editores como agente editor Sociedad de Investigación sobre Estudios Digitales, S. C., con el Dígito Identificador 978-607-99594.



Afiliación a la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM) con el número 4069, de conformidad con el artículo 17 de la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones en vigor.

Registro Nacional de Instituciones y Empresas Científicas y Tecnológicas de la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación (SECIHTI) de México con el folio: RENIECYT 2400068.



Sugerencia de referencia para el libro en APA 7a. edición:

Escudero-Sánchez, D., y Díaz-Rojas, D. (2025) (Coords.). *Digitalización de la vida cotidiana*. Editorial Transdigital. <https://doi.org/10.56162/transdigitalbc03>

CONTENIDO

01. ANÁLISIS INTRODUCTORIO	9
DIEGO ESCUDERO-SÁNCHEZ Y DANIEL DIAZ-ROJAS	
02. TECNOLOGÍA Y MEDIO AMBIENTE: CREANDO EMPRESAS CON BASE EN EL ANÁLISIS DE SUELOS	23
FRANCISCO ALONSO ESQUIVEL, INDIRA LIZETH DE LA GARZA LÓPEZ , SONIA EDITH REYNA MORENO Y LUIS ALBERTO ALDAPE BALLESTEROS	
03. HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS DE GESTIÓN PARA EL EJERCICIO DEL LIDERAZGO EN SECTOR PÚBLICO	35
JOSÉ PORFIRIO GONZÁLEZ-FARIÁS, MARTHA CECILIA RAMÍREZ-SALGADO Y NATALIA URIBE-BÁRCENAS	
04. APROXIMACIÓN TEÓRICA DEL IMPACTO SOCIAL Y ECONÓMICO DEL TURISMO MÉDICO EN LA CIUDAD DE TIJUANA, MÉXICO	49
OMAIRA CECILIA MARTÍNEZ MORENO	
05. TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DE VALLE HERMOSO: IMPACTO DEL USO DE PÁGINAS WEB EN SUS VENTAS	59
JUAN CARLOS REA ANGUIANO, MÓNICA REA ANGUIANO E INDIRA LIZETH DE LA GARZA LÓPEZ	
06. TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y JUSTICIA UNIVERSITARIA EN MÉXICO: ANÁLISIS DE LAS LIMITACIONES Y DESAFÍOS ESTRUCTURALES	73
MIGUEL ÁNGEL MEDINA-ROMERO	
07. GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL EN INSTITUCIONES ACADÉMICAS: EL CASO DE LINKEDIN EN LAS UNIVERSIDADES DE LA COMUNIDAD DE MADRID, ESPAÑA	85
MARÍA ELENA VALIELA VIDAL	
08. METODOLOGÍAS PARA LA APROPIACIÓN DE UNA CIUDADANÍA DIGITAL. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA	107
VINH ILICH POBLANO, BELÉN VELÁZQUEZ GATICA Y JESÚS GUILLERMO FLORES	
09. INFLUENCIA DEL LIDERAZGO SITUACIONAL EN LA PLUSVALÍA DE UN FRACCIONAMIENTO RESIDENCIAL	129
MIGUEL ÁNGEL HERNANDEZ-ACOSTA, LAURA GEORGINA VÁZQUEZ LARA-DE LA CRUZ Y JOSÉ PORFIRIO GONZÁLEZ-FARIÁS	

10. EL SERVICIO SOCIAL: APRENDIZAJE SIGNIFICATIVO O MANO DE OBRA GRATUITA.....	145
MARÍA DEL PILAR ANAYA AVILA, ROSSY LORENA LAURENCIO MEZA Y CARLOS EDUARDO ANAYA AVILA	
11. TRAZABILIDAD DE LA CALIDAD: INTEGRACIÓN DE LEAN SIX SIGMA EN SCRUM	155
MERY PESANTES-ESPINOZA Y VIRIDIANA LEAL SOTO	
12. NEOLOGISMOS Y DESINFORMACIÓN.....	167
JUAN SOTO	
13. LA VIDA COTIDIANA Y LA DESINFORMACIÓN.....	179
JUAN SOTO	
14. DIGITALIZACIÓN DE LA CLÍNICA DE ACUPUNTURA DE LA ESCUELA NACIONAL DE MEDICINA Y HOMEOPATÍA DEL INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL ...	189
ASTRID SOFÍA PÉREZ MAAS, CLAUDIA MARINA VICARIO SOLÓRZANO Y MOISÉS SALINAS ROSALES	
15. FACILITADORES DE TALLERES EN CIENCIA, TECNOLOGÍA, INGENIERÍA, ARTE Y MATEMÁTICAS: UNA CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS.....	197
LUCILA ARIAS-PATIÑO Y KENYA MUNGUÍA	
16. CUANDO EL AMOR SE ESCRIBE CON EMOJIS: CONEXIÓN DIGITAL Y FRUSTRACIÓN FEMENINA EN EL ROMANCE MODERNO.....	205
SOFÍA GUTIÉRREZ Y ANA MARÍA GARCÍA	
17. IDENTIDAD Y AUTOESTIMA EN LA ERA DIGITAL: EFECTOS DE LAS REDES SOCIALES SOBRE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS	219
SARÁ CÁRDENAS-MATA Y MARÍA GUADALUPE VEYTIA BUCHELI	
18. ENTRE LA INMERSIÓN Y EL MALESTAR: EFECTOS FÍSICOS SECUNDARIOS PRESENTADOS POR EL USO DE TECNOLOGÍAS DE REALIDAD EXTENDIDA EN EL CONTEXTO FORMATIVO	231
DARINA JOCELYN ESPINOSA TLAELPA, CLAUDIA MARINA VICARIO SOLÓRZANO Y AQUILES RAZIEL ROJAS MARTÍNEZ	
19. REPRESENTACIONES QUEER E IDENTIDADES DE GÉNERO EN ENTORNOS DE REALIDAD AUMENTADA: HACIA UN DISEÑO INCLUSIVO EN MUNDOS VIRTUALES	243
JOSÉ ÁNGEL VILLALOBOS RODRÍGUEZ, CLAUDIA MARINA VICARIO SOLÓRZANO Y AQUILES RAZIEL ROJAS MARTÍNEZ	

20. COAHUILA, CONSUMO DE MEDIOS EN UNA SECUNDARIA LOCAL DEL PUEBLO MÁGICO DE VIESCA, MÉXICO	253
JORGE SADI	
21. INFLUENCIA DEL USO DE DISPOSITIVOS PARA LA AUTONOMÍA EN LA COMUNICACIÓN DE LAS PERSONAS CON TRASTORNO DEL ESPECTRO AUTISTA	263
MYRNA MÉNDEZ MARTÍNEZ Y MARCELA RÁBAGO DE ÁVILA	
22. FABRICACIÓN SOSTENIBLE DE PLACAS DE POLIPROPILENO RECICLADO: CONTRIBUCIONES AL DESARROLLO SUSTENTABLE EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR.....	273
JOSÉ RAMÓN LAINES-CANEPA, ROBERTO DEL CARMEN MORENO-GUZMÁN Y JOSÉ AURELIO SOSA-OLIVIER	
23. EL DISPOSITIVO DIGITAL: ¿VIGILAR Y CONTROLAR?	277
MIGUEL ÁNGEL VITE PÉREZ	
24. RESPONSABILIDAD COMPARTIDA EN 4D: DETECCIÓN, DERIVACIÓN, DINAMIZACIÓN Y DIÁLOGO DIGITAL EN LA INTERVENCIÓN DE NIÑOS CON RETRASO ORAL	287
ELENA PATRICIA SÁNCHEZ MARTÍNEZ	
25. MUNDOS VIRTUALES SONOROS: UN PRIMER ACERCAMIENTO A ENTORNOS TRIDIMENSIONALES ACCESIBLES PARA PERSONAS CIEGAS.....	299
MARTÍN JOAQUÍN AGUILAR MUÑOZ, ALEXANDRO ESCUDERO-NAHÓN Y CHRISTIAN JONATHAN ÁNGEL RUEDA	
26. POSTURAS DE MUJERES JÓVENES CON TRASTORNOS ALIMENTARIOS ANTE PÁGINAS DE INTERNET Y REDES SOCIALES	313
ALFONSO URIEL BELLO-GONZÁLEZ,, ROSALIA VÁZQUEZ-AREVALO Y XÓCHITL LÓPEZ-AGUILAR	
27. LA ERA DIGITAL EN LA VIDA UNIVERSITARIA: UN ESTUDIO EN EL CENTRO UNIVERSITARIO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO, VALLE DE MÉXICO.....	325
IVONNE RODRÍGUEZ PÉREZ	
28. ALFABETIZACIÓN DIGITAL EN EL PAISANO MUNICIPIO DE LAS VIGAS DE RAMÍREZ, VERACRUZ, MÉXICO	337
MANUEL LÓPEZ-BELLO, SILVIA GRAPPIN-NAVARRO Y AMADOR GONZÁLEZ-HENÁNDEZ	

29. ACTIVIDAD FÍSICA EN UN TRATAMIENTO MULTIDISCIPLINARIO EN LÍNEA PARA TRASTORNO POR ATRACÓN: UN ESTUDIO EXPLORATORIO.....	351
ANDREA SALOMÉ ALDACO LÓPEZ, ROSALÍA VÁZQUEZ-ARÉVALO, MARIANA VALDEZ AGUILAR, XÓCHITL LÓPEZ AGUILAR, MA. DEL CARMEN BEAS JARA Y JUAN MANUEL MANCILLA DÍAZ	
30. MARKETING DIGITAL EN MICROEMPRESAS DE COMALCALCO, TABASCO, MÉXICO.....	365
ANA RUTH ULLOA PIMIENTA, ROSA DEL CARMEN SÁNCHEZ TRINIDAD Y ANTONIO AGUIRRE ANDRADE	
31. DESAFÍOS ÉTICOS DEL DERECHO EN LA NUEVA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO	381
DAMIÁN MADAY MERINO, ROSA DEL CARMEN SÁNCHEZ TRINIDAD Y SOFÍA RUIZ LIÉVANO	
32. ACCESO UNIVERSAL AL CONOCIMIENTO EN LA DIVULGACIÓN CIENTÍFICA	395
DIEGO ESCUDERO-SÁNCHEZ, REYNA MORENO BELTRÁN Y RAQUEL MONDRAGÓN HUERTA	
33. USO DE QUICK RESPONSE CODES EN ALMACENES QUÍMICOS UNIVERSITARIOS.....	407
JESÚS JONATHAN LIRA-VALLEJO, ARIADNA CRISANTEMA MARTÍNEZ HERNÁNDEZ Y MÓNICA MIRAMONTES IBARRA	
34. LA REALIDAD VIRTUAL COMO HERRAMIENTA PRINCIPAL PARA UN TRATAMIENTO EFICAZ DE LA DISCALCULIA POR TIPOLOGÍA.....	417
SAMUEL JOSEPH LIZARAZU CERÓN Y ALEXANDRO ESCUDERO- NAHÓN	
35. CREACIÓN Y APLICACIÓN DEL INDICADOR DE EMPRENDIMIENTO MUNICIPAL EN EL MUNICIPIO DE OAXACA DE JUÁREZ, MÉXICO.....	429
DANIEL DIAZ-ROJAS	



16.
**CUANDO EL AMOR SE
ESCRIBE CON EMOJIS:
CONEXIÓN DIGITAL Y
FRUSTRACIÓN FEMENINA
EN EL ROMANCE MODERNO**

SOFÍA GUTIÉRREZ

UNIVERSIDAD ANÁHUAC QUERÉTARO, MÉXICO

ORCID: 0009-0005-7130-855X

ANA MARÍA GARCÍA

UNIVERSIDAD ANÁHUAC QUERÉTARO, MÉXICO

ORCID: 0009-0005-9209-3359

16.

CUANDO EL AMOR SE ESCRIBE CON EMOJIS: CONEXIÓN DIGITAL Y FRUSTRACIÓN FEMENINA EN EL ROMANCE MODERNO

INTRODUCCIÓN

Actualmente, la comunicación interpersonal experimenta cambios profundos debido al avance de la tecnología digital. En este entorno, los *emojis* como símbolos visuales representan recursos habituales para expresar emociones y sentimientos de manera rápida y directa (Vela Delfa y Cantamutto, 2021). Estos elementos sustituyen expresiones verbales complejas y simplifican la interacción mediante iconos como corazones o rostros sonrientes que transmiten intenciones afectivas similares (Gesselman et al., 2019).

Diversos estudios muestran que los *emojis* facilitan la expresión emocional, sin embargo, presentan desafíos interpretativos. Tossell et al. (2012) señalan que las mujeres tienden a atribuir un significado emocional más profundo a ciertos símbolos en comparación con los hombres, lo que puede propiciar interpretaciones divergentes y situaciones de incomodidad o malentendidos.

Además, Tossell et al. (2012) identificaron que la ausencia de complementariedad verbal o contextual en los *emojis* genera ambigüedad en la expresión de sentimientos. Esta circunstancia se manifiesta especialmente en relaciones interpersonales y románticas. Los trabajos de Sproull y Kiesler (1986) y Walther et al. (1992) destacan que los mensajes transmitidos sin contexto se perciben con menor claridad, lo que en ocasiones puede afectar la percepción interpersonal.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el espacio digital, el uso de *emojis* modifica los modos de comunicación y aporta matices a los mensajes intercambiados en medios digitales. El significado de estos símbolos varía según el contexto; por ejemplo, lo que podría parecer un acto afectivo en algunos casos resulta insuficiente en otros.

Por otro lado, algunos estudios hechos en mujeres describieron que la comunicación digital mediada por *emojis* puede causar una sensación de *ambigüedad*. Esto, debido a la

carencia de diálogo directo y ausencia de intercambio verbal, la cual, puede influir en que las mujeres perciban dudas respecto a la atención y el compromiso de sus interlocutores. Estas percepciones derivan principalmente del modo en que se emplean los *emojis* por la generación de espacios interpretativos amplios (Wagner et al., 2022).

Aunque los *emojis* favorecen la comunicación emocional eficiente, no siempre logran transmitir de forma completa los mensajes afectivos. Sin una conversación contextualizada o un mensaje verbal que complemente el uso de estos símbolos, su interpretación puede crear distancia entre quienes interactúan digitalmente (Derks et al., 2007).

Del análisis de esta problemática, la investigación tuvo como objetivos: 1) Examinar los factores que influyen en la percepción de las mujeres sobre la satisfacción y el compromiso en la comunicación romántica digital; 2) Analizar el papel de los *emojis* en este intercambio para valorar su efecto en la claridad, el interés y la expresividad emocional.

ANTECEDENTES

Dentro de la comunicación digital la utilización de *emojis* ha sido investigada en diversos contextos, incluidas las interacciones en aplicaciones de citas. Tosun (2012) indica que los *emojis* refuerzan el tono del mensaje y facilitan su interpretación. El empleo de *emojis* se relaciona con una mayor percepción de compromiso y calidez, factores determinantes en la impresión inicial de los entornos digitales.

La frecuencia y el tipo de *emojis* utilizados se han evaluado desde perspectivas cuantitativas. Esta evaluación ha identificado que las caritas sonrientes o los corazones son los que se asocian a respuestas positivas (Gesselman et al., 2019). Por otra parte, estudios señalan que el uso moderado de *emojis* incrementa la atracción, mientras que el uso excesivo puede provocar rechazo (Tchokni et al., 2014).

En este mismo sentido, el contexto determina la interpretación de los *emojis*. Por ejemplo, los *emojis* que representan *guiños* o *besos* suelen percibirse como inapropiados entre algunas mujeres, quienes consideran *invasivos* o *inmaduros* al usarse al inicio de una conversación digital, lo cual puede afectar la recepción del mensaje y la disposición a continuar el intercambio comunicativo.

Por otra parte, en la era digital se ha modificado la forma de interacción en las dinámicas sociales y emocionales en los entornos virtuales, y presenciales, donde la frustración

femenina tiene especial relevancia. Estudios como el de Valkenburg y Peter (2010) evidenciaron que las plataformas digitales facilitan la formación de vínculos interpersonales. Sin embargo, la inmediatez digital fomenta expectativas poco realistas y puede terminar en frustración e insatisfacción, principalmente entre mujeres, quienes reportan mayores niveles de presión en el ambiente romántico (Finkel et al., 2012). Las aplicaciones de citas y redes sociales refuerzan la cultura de la inmediatez digital (Hobbs et al., 2016).

Otros estudios explican que la falta de claridad en las intenciones y la facilidad para iniciar o terminar conversaciones favorecen la frustración, en especial entre las mujeres. La frustración femenina se vincula con la dificultad para establecer relaciones satisfactorias, con la dinámica de poder y la percepción comunicativa actual (Fox & Warber, 2013).

Ranzini y Lutz (2016) explicaron que las mujeres otorgan mayor peso a lo contextual y emocional, lo que puede derivar en malentendidos al interactuar con hombres, quienes priorizan mensajes directos y funcionales. Este desajuste genera insatisfacción en las relaciones románticas. Si bien algunos estudios señalan que herramientas digitales como los *emojis* y las videollamadas fortalecen la cercanía emocional (Derks et al., 2007), otros advierten que la ausencia de matices en la comunicación escrita limita la profundidad de los vínculos (Walther et al., 2011).

La relación entre lo digital, la frustración femenina y el romance contemporáneo revela tensiones inherentes a la digitalización. Aunque la tecnología facilita la expresión, también puede incrementar la ansiedad y la desilusión debido a la inmediatez y la accesibilidad de múltiples opciones, lo cual se convierte en un desafío para establecer vínculos auténticos. La literatura consultada presenta limitaciones: en primer lugar, la mayoría de los estudios adoptan enfoques cuantitativos y omiten la experiencia subjetiva de los usuarios; en segundo término, frecuentemente no consideran las diferencias de género en la interpretación de *emojis*. Se observa que las mujeres atribuyen mayor carga emocional y contexto en la comunicación digital, en contraste con los hombres; así, el impacto de los *emojis* varía según el género (Oleszkiewicz et al., 2017).

ENFOQUE TEÓRICO

La comunicación ha experimentado una transformación significativa por la incorporación de la tecnología. En este contexto, los *emojis* se posicionan como herramientas valiosas para

la expresión escrita, dado que enriquecen el significado de los mensajes. Diversos estudios en el campo de la comunicación señalan que los *emojis* pueden suplir la comunicación no verbal en los mensajes escritos, al transmitir tono y contexto emocional ante la ausencia de expresiones faciales y lenguaje corporal (Tchokni et al., 2014).

En las aplicaciones de citas, el empleo de *emojis* influye en la percepción de interés y compromiso entre los usuarios. Las investigaciones sobre comunicación mediada por tecnología establecen que el tipo y la frecuencia del uso de *emojis* afectan la interpretación de las intenciones del emisor. Mientras algunas mujeres interpretan la ausencia de *emojis* como desinterés o falta de afecto, ciertos hombres ven en los *emojis* un recurso estético para complementar su estilo comunicativo (Rodrigues et al., 2017).

Otros estudios, explicaron que los *emojis* complementan la comunicación y también contribuyen a la construcción de la identidad digital de los usuarios. Esto, mediante símbolos que las personas proyectan de su imagen, por lo que fortalecen la narrativa de su personalidad, lo cual puede influir en aspectos como la compatibilidad romántica y emocional (Piñeros Suárez, 2021).

Desde la perspectiva del interaccionismo simbólico, resulta posible explicar cómo las personas generan significados a partir de la interacción social y el uso de los *emojis* que desempeñan un papel central en este proceso. Sobre esta base, los *emojis* se utilizan para mostrar emociones, y así construir la realidad de los individuos y su percepción de la compatibilidad emocional en el entorno digital (Piñeros Suárez, 2021).

La teoría de la acomodación comunicativa, de Giles, describe cómo las parejas ajustan su modo de comunicarse, para ello, imitan los recursos expresivos para buscar aprobación o diferenciarse para reafirmar su individualidad. De este modo, los *emojis* cumplen funciones estéticas y estratégicas en la consolidación de vínculos afectivos en entornos digitales (Wagner et al., 2022).

En el plano sociolingüístico los *emojis* representan una evolución en el lenguaje, al introducir códigos comunicativos novedosos que requieren aprendizaje y adaptación cultural, los cuales se vuelven un desafío constante por la subjetividad en su interpretación.

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Este estudio se llevó a cabo con un enfoque cualitativo de tipo descriptivo (Hernández Sampieri et al., 2014); examinó experiencias de jóvenes universitarios entre los 18 y 25 años que participaron en relaciones románticas mediadas por tecnología digital. Utilizaron *emojis* y experimentaron malentendidos o expectativas emocionales asociados a este recurso comunicativo. La muestra se seleccionó mediante un criterio de conveniencia. Se consideró el acceso a informantes con dichas características. La información se obtuvo a través de entrevistas semiestructuradas que permitieron explorar percepciones y significados atribuidos a estas interacciones.

RESULTADOS

Para sistematizar los resultados se aplicó la codificación abierta, fundamentada en la teoría propuesta por Corbin y Strauss (2008), con el propósito de relacionar patrones y categorías. Este procedimiento permitió delimitar cuatro categorías: 1) *Emojis* como señales afectivas; 2) Confusión emocional; 3) Frustración femenina por ausencia de claridad; 4) Uso de normas implícitas en las relaciones. El análisis evidenció la influencia de las diferencias de género, la interpretación emocional y la dinámica de interacción en el empleo de *emojis* para ampliar la sensación afectiva.

EMOJIS COMO SEÑALES AFECTIVAS

Los *emojis* demostraron ser elementos relevantes en las interacciones afectivas digitales y sirvieron como indicadores del nivel de interés y cercanía emocional entre los participantes. En los resultados se observó que algunos *emojis* como: 🤗, 🐧, 🐦, o ❤️ se utilizaron como muestras de cariño y coqueteo. Además, se consideró que estos símbolos reforzaban el interés mutuo y demostraban afecto, aumentando las expectativas de respuesta emocional que conlleva un mensaje textual.

Desde la perspectiva de la teoría de la acomodación comunicativa de Giles, los emisores ajustaron su estilo de comunicación al de su pareja mediante el uso de *emojis* (Wagner et al., 2022), asimismo, se observó un fenómeno de convergencia orientado a facilitar la interacción. El empleo de símbolos que la contraparte reconocía como afectivos o coquetos contribuyó a reducir la distancia social y emocional, la cual, adaptó el mensaje a expectativas

y códigos compartidos. Así, el *emoji* actuó como señal afectiva con capacidad para amplificar o suavizar el impacto del texto y funcionó como indicador emocional en el lenguaje digital.

Las entrevistas permitieron identificar que la mayoría de las mujeres percibieron ciertos *emojis* como confusos o inoportunos, lo que generó incomodidad en situaciones de baja receptividad emocional: “él manda cosas bromeando y yo no estoy receptiva, entonces me molesta” (Mujer, 21 años, Entrevista 1). Algunos hombres optaron por emplear *emojis* para evitar que sus mensajes se interpretaran como fríos y los utilizaron más como moduladores afectivos que con un significado específico: “...me regaña si no pongo *emojis* porque suena seco” (Hombre, 22 años, Entrevista 1). Estos resultados muestran que los *emojis* cumplen principalmente una función moduladora del tono emocional.

En *Tinder*, el uso de *emojis* se configuró como un aspecto sensible en las interacciones. Aunque no se examinaron perfiles o mensajes de manera directa, los participantes relataron experiencias donde la elección inapropiada de un *emoji*, durante las primeras interacciones, fue interpretada como una carencia de habilidades comunicativas, situación que en ocasiones derivó en la finalización de la conversación. Estos testimonios reflejan que, en plataformas orientadas a la búsqueda afectiva como *Tinder*, el empleo de *emojis* responde a expectativas implícitas sobre adecuación, oportunidad y atractivo comunicativo.

Por otro lado, el análisis de los resultados evidenció una percepción crítica respecto al uso excesivo o limitado de *emojis* entre los hombres. Esto, en determinadas situaciones, donde el envío repetido de *emojis* se interpretó como una señal negativa, en especial cuando el receptor percibió que se empleaban para *llenar* el mensaje sin considerar su significado. Esta sobreabundancia, lejos de fortalecer la relación, se percibió como *spam* digital o como un indicio de inmadurez emocional: “Sinceramente, cuando alguien mandaba diez *emojis* seguidos, me parecía inmaduro, de que no los tomaba en serio” (Mujer, 20 años, Informante 2).

Estos hallazgos muestran que el uso de *emojis*, más allá de ser un recurso espontáneo o aceptado positivamente, estuvo condicionado por expectativas de género y normas comunicativas implícitas.

AMBIGÜEDAD Y MALAS INTERPRETACIONES EMOCIONALES

Entre los hallazgos más relevantes del análisis destaca la ambigüedad inherente al uso de *emojis*, característica que favoreció la aparición de malentendidos afectivos. A diferencia

del lenguaje verbal, donde el tono y el contexto se presentan de manera más explícita, los *emojis* quedaron sujetos a interpretaciones diversas según la relación entre los interlocutores, el momento comunicativo y las expectativas individuales.

Las participantes femeninas señalaron situaciones en las que interpretaron un *emoji* como sarcasmo o incluso burla, aunque la intención manifestada por los emisores fue distinta. Este fenómeno se reflejó también en contenido en línea, donde se ironizaba sobre respuestas secas o inadecuadas (como el uso de 😊, 😞, 😐 o 🙄 en momentos emocionales, por ejemplo, durante una discusión, al recibir una mala noticia o al compartir una experiencia personal), lo que reforzó la idea de que la comunicación, lejos de ser transparente, requería competencias interpretativas complejas. Por ejemplo, mujer de 22 años, entrevistada, expresó: “Sí, él usa mucho el 😞 y a mí me desespera porque nunca sé si es sarcasmo, ironía o qué.”

Esta ambigüedad fue identificada en las experiencias relatadas por las personas entrevistadas y en el contenido en línea recolectado para esta investigación. Asimismo, abundaron publicaciones humorísticas o críticas que ironizaban sobre el uso inoportuno de ciertos *emojis* en situaciones de alta carga afectiva o en contextos de fuerte peso emocional (Derks et al., 2007). Lo anterior reveló que el empleo de *emojis* fue malicioso y que estuvo regulado por convenciones sociales emergentes. Su correcta decodificación estuvo medida por factores interpersonales, socioculturales y de plataforma, lo que convirtió a la comunicación digital en un espacio marcado por la inestabilidad semántica y la negociación constante del sentido.

FRUSTRACIÓN FEMENINA ANTE LA FALTA DE EXPRESIVIDAD DIGITAL

Las entrevistas evidenciaron frustración femenina ante la baja expresividad emocional manifestada por los hombres en la comunicación digital, en especial en contextos románticos. Las mujeres percibieron un uso restringido y poco afectivo de *emojis* por parte de ellos, situación que generó desequilibrios emocionales. Esta dinámica se manifestó también en redes sociales, donde la falta de expresividad masculina fue objeto de ridiculización, reproduciendo así roles de género en el entorno digital.

El análisis de los *emojis* enviados por sus parejas, pero no comprendidos, mostró que todas las mujeres entrevistadas identificaron al menos uno que les resultó incómodo, en particular cuando no existía sintonía emocional. Una entrevistada expresó: “Yo creo que hay veces en las que él como que manda cosas justo como bromeando y yo del otro lado

no estoy como tan receptiva... entonces me molesta” (Mujer, 21 años, Entrevista 1).

Por otro lado, algunos hombres reconocieron que evitaban el uso frecuente de *emojis* para que sus mensajes no se percibieran como fríos. Un participante señaló: “Yo siempre escribo las cosas directas, pero me regaña si no pongo un *emoji*, porque dice que suena seco” (Hombre, 23 años, Entrevista 5). El análisis reveló que el *emoji* desempeñaba principalmente una función moduladora del tono afectivo, ajustando el mensaje a las expectativas emocionales de la pareja.

El malestar aumentó cuando las mujeres advirtieron que sus parejas mantenían el mismo patrón de uso de *emojis*, sin lograr una interpretación clara de su significado. En contraste, la mayoría de los hombres afirmó no experimentar problemas de comprensión con los *emojis*; cuando no entendían alguno, simplemente lo ignoraban y empleaban estos recursos únicamente para suavizar el tono de los mensajes. Se identificó una diferencia relevante en la carga emocional atribuida a los *emojis*: mientras las mujeres los interpretaron como elementos con valor comunicativo profundo, los hombres los concibieron como herramientas decorativas o formas de neutralizar el tono de la conversación.

NORMATIVAS IMPLÍCITAS SOBRE EL USO DE EMOJIS EN VÍNCULOS AFECTIVOS






El análisis de los datos mostró la presencia de normativas implícitas que regulan el uso de *emojis* en las interacciones románticas digitales. Si bien estas normas no se encuentran formalmente establecidas, influyen en la interpretación de los mensajes afectivos: la ausencia o el uso inapropiado de *emojis* puede percibirse como indicio de desinterés o falta de reciprocidad emocional. Además, el color del *emoji* de corazón adquirió significados específicos para las mujeres entrevistadas. El corazón rojo (❤️) se reservó para la pareja romántica y representó el máximo compromiso emocional. El corazón azul (💙) se usó con amigos hombres y comunicó afecto sin connotación amorosa. El corazón blanco (🤍) se vinculó con amistades cercanas, y suele ir acompañado de estrellas (✨) por estética más que por emoción. Por su parte, el corazón formado con las manos (👉👈) se interpretó como un gesto decorativo, sin gran carga afectiva. Estos usos mostraron cómo los *emojis*, lejos de ser neutros, estuvieron cargados de sentido emocional y regulados por códigos sociales compartidos.

Este significado atribuido al *emoji* de corazón no se compartió en su mayoría por los hombres entrevistados. Aunque algunos reconocieron su uso, no le asignaron un sentido

particular; como expresó un participante: “O sea, es como yo no sabía eso ... Yo no les doy el significado, la verdad, pero sí sé que hay personas que así es que te mandó un amarillo o es uno rosa y tiene este significado” (Hombre, 22 años, Entrevista 1). Lo anterior demostró un desfase entre la intención del emisor y la interpretación del receptor, lo que puso en relieve normativas afectivas no verbalizadas, especialmente interiorizadas por las mujeres, quienes esperaban coherencia emocional en el uso de *emojis*.

Asimismo, se identificó una diferencia de percepción por género: los hombres usaron *emojis* como recurso expresivo o humorístico, mientras que las mujeres consideraron que la cara con gafas oscuras (🕶️), la cara guiñando un ojo y sacando la lengua (😜) o la cara enseñando los dientes (😁), eran expresiones incómodas. Esta diferencia reveló tensiones comunicativas donde un *emoji* pensado como gesto de simpatía podía generar rechazo. Con esto se demostró que el uso de *emojis* estuvo influenciado por normas de género que determinan su aceptabilidad y el papel que juegan en la expresión emocional. En la Tabla 1, se muestran algunos *emojis* que, de acuerdo con los informantes, fueron los más utilizados. Se hizo una diferenciación entre la interpretación femenina y masculina, así como de la función comunicativa percibida.

Tabla 1
Interpretaciones de los emojis por género en categorías de análisis

Emoji	Interpretación femenina	Interpretación masculina	Función comunicativa percibida
	Coqueteo tímido o juguetón, algo “lindo” si hay confianza.	No siempre entienden su uso, lo ven como infantil.	Romper el hielo, lindo.
	Ternura o símbolo afectivo íntimo.	Solo usado si ella lo manda primero, replican sin entender.	Íntimo, simbólico dentro de la relación.
	Ligera gracia o tierno.	Confusión total, suelen interpretarlo como algo de ellas.	Broma interna, complicidad visual.
	Afecto serio o romántico, señal clara de conexión.	Reservado para su pareja, es demasiado si no hay una relación.	Declaración explícita emocional.
	Falsa neutralidad, pasivo-agresivo.	Literalmente todo bien.	Neutralizador, pero puede malinterpretarse.
	Ironía incómoda, genera ansiedad o ambigüedad (“¿me está molestando?”).	Broma ligera o sarcasmo intencional para suavizar.	Ironía o burla sutil.
	Gesto de cariño moderno, ternura no invasiva.	Poco usado, pero entienden que transmite afecto moderno.	Ternura emocional sin compromiso.
	Arrogancia en algunos contextos, se siente mucho.	Humor, confianza exagerada o tono informal.	Humor, confianza o coqueteo exagerado.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIÓN

El análisis aborda el papel de los *emojis* en la gestión de relaciones románticas digitales, centrándose en su función para transmitir emociones y asegurar sentimientos de intimidad, aunque también pueden provocar malentendidos e irritación, especialmente entre las mujeres.

Los *emojis* cumplen un rol fundamental en la expresión de gestos emocionales y contribuyen al desarrollo del concepto de identidad en el entorno digital. Aunque los *emojis* facilitan la transmisión de mensajes, plantean retos importantes para interpretar adecuadamente los sentimientos.

Según Derks et al. (2007) los *emojis* representan una modalidad de comunicación no verbal digital que puede suavizar el tono de la interacción y las relaciones, o generar nuevas oportunidades comunicativas.

Este estudio demostró que los *emojis* han dejado de ser *adornos* para pasar a ser parte activa del lenguaje digital, cargados de intencionalidad y capaces de modificar la experiencia romántica en línea. Al igual que señala Derks et al. (2008), los *emojis* pueden suavizar mensajes, pero también generan malentendidos y desencadenan inseguridades entre los usuarios.

La revisión de la literatura permitió contrastar estos hallazgos, coincidiendo con Rodrigues et al. (2017) en que la negociación emocional implica la inclusión de gráficas y signos, lo que introduce nuevas formas de interpretación y significado en momentos emocionales pasajeros y en contextos situacionales de pareja.

Se recomienda que futuras investigaciones contemplen diversos géneros, preferencias sexuales, generaciones y plataformas, así como el análisis de distintas interpretaciones de *emojis* por medio de cuestionarios proyectivos. Resulta relevante profundizar en la transformación del lenguaje afectivo digital y en los elementos que influyen en la expresión de emociones, sobre todo aquellos que generan frustración o ansiedad. Comprender estos aspectos facilitará una navegación más empática y consciente en plataformas en línea, considerando la multiplicidad de significados que puede tener el lenguaje digital y su impacto en la experiencia del receptor.

REFERENCIAS

- Corbin, J., & Strauss, A. (2008). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (3ª ed.). Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781452230153>
- Derks, D., Bos, A. E., & Von Grumbkow, J. (2007). Emoticons and social interaction on the Internet: the importance of social context. *Computers in Human Behavior*, 23(1), 842–849. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2004.11.013>
- Derks, D., Fischer, A. H., & Bos, A. E. (2008). The role of emotion in computer-mediated communication: A review. *Computers in Human Behavior*, 24(3), 766–785. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2007.04.004>
- Finkel, E. J., Eastwick, P. W., Karney, B. R., Reis, H. T., & Sprecher, S. (2012). Online dating: A critical analysis from the perspective of psychological science. *Psychological Science in The Public Interest*, 13(1), 3–66. <https://doi.org/10.1177/1529100612436522>
- Fox, J., & Warber, K. M. (2013). Romantic relationship development in the age of Facebook: An exploratory study of emerging adults' perceptions, motives, and behaviors. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(1), 3–7. <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0288>
- Gesselman, A. N., Ta, V. P., & Garcia, J. R. (2019). Worth a thousand interpersonal words: Emoji as affective signals for relationship-oriented digital communication. *PLOS ONE*, 14(8), e0221297. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0221297>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, M. del P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ª ed.). MacGraw-Hill.
- Hobbs, M., Owen, S., & Gerber, L. (2016). Liquid love? Dating apps, sex, relationships and the digital transformation of intimacy. *Journal of Sociology*, 53(2), 271–284. <https://doi.org/10.1177/1440783316662718>
- Oleszkiewicz, A., Karwowski, M., Pisanski, K., Sorokowski, P., Sobrado, B., & Sorokowska, A. (2017). Who uses emoticons? Data from 86702 Facebook users. *Personality and individual differences*, 119, 289–295. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.07.034>
- Piñeros Suárez, J.C. (2021). El interaccionismo simbólico: oportunidades de investigación en el aula de clase. *Revista Internacional de Pedagogía e Innovación Educativa*, (1), 211–228. <https://doi.org/10.51660/ripie.v1i1.33>
- Ranzini, G., & Lutz, C. (2016). Love at first swipe? Explaining Tinder self-presentation and motives. *Mobile Media & Communication*, 5(1), 80–101. <https://doi.org/10.1177/2050157916664559>

- Rodrigues, D., Lopes, D., Prada, M., Thompson, D., & Garrido, M. V. (2017). A frown emoji can be worth a thousand words: Perceptions of emoji use in text messages exchanged between romantic partners. *Telematics and Informatics*, 34(8), 1532–1543. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.07.001>
- Sproull, L., & Kiesler, S. (1986). Reducing social context cues: Electronic mail in organizational communication. *Management Science*, 32(11), 1492–1512. <https://doi.org/10.1287/mnsc.32.11.1492>
- Tchokni, S., Séaghdha, D. Ó., & Quercia, D. (2014). Emoticons and phrases: status symbols in social media. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 8(1), 485–494. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v8i1.14545>
- Tossell, C. C., Kortum, P., Shepard, C., Barg-Walkow, L. H., Rahmati, A., & Zhong, L. (2012). A longitudinal study of emoticon use in text messaging from smartphones. *Computers in Human Behavior*, 2, 659–663. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.11.012>
- Tosun, L. P. (2012). Motives for Facebook use and expressing “true self” on the Internet. *Computers in Human Behavior*, 28(4), 1510–1517. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.03.018>
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2010). Online communication among adolescents: An integrated model of its attraction, opportunities, and risks. *Journal of Adolescent Health*, 48(2), 121–127. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2010.08.020>
- Vela Delfa, C., y Cantamutto, L. (2021). *Los emojis en la interacción digital escrita*. Arco libros.
- Wagner, T., Punyanunt-Carter, N., & McCarthy, E. (2022). Rules, reciprocity, and emojis: An exploratory study on flirtatious texting with romantic partners. *Southern Communication Journal*, 87(5), 461–475. <https://doi.org/10.1080/1041794x.2022.2108889>
- Walther, D. B., Chai, B., Caddigan, E., Beck, D. M., & Fei-Fei, L. (2011). Simple line drawings suffice for functional MRI decoding of natural scene categories. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 108(23), 9661–9666. <https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.1015666108>
- Walther, J. B. (1992). Interpersonal effects in computer-mediated interaction. *Communication Research*, 19(1), 52–90. <https://doi.org/10.1177/009365092019001003>

DIGITALIZACIÓN DE LA VIDA COTIDIANA



ISBN: 978-968-9724-10-0



Trans[®]
digital
editorial