



## Del emoticono al *sticker*: tendencias en el uso de graficones en interacciones de WhatsApp en lengua española

From emoticon to sticker: trends in the use of graphicons in Whatsapp interactions in the Spanish language

Do emoticon ao sticker: tendências na utilização de graphicons nas interações do Whatsapp em língua espanhola

**Cristina Vela Delfa**

Universidad de Valladolid, Segovia, España  
cristina.vela@uva.es  
<https://orcid.org/0000-0002-4915-5260>

**Lucía Cantamutto**

Universidad Nacional de Río Negro/CIEDIS-CONICET, Viedma, Argentina  
lcantamutto@unrn.edu.ar  
<https://orcid.org/0000-0001-5868-7608>

### Resumen

Si en sus orígenes la interacción digital era un fenómeno textual, en la actualidad acusa un importante giro multimodal. Con la mejora de las conexiones y la evolución de los dispositivos móviles, las interacciones digitales se han poblado de signos gráficos que interactúan con la palabra escrita. Fotos, vídeos, memes, emojis, GIF, stickers, etc., integran una categoría de elementos con propiedades funcionales compartidas: los *graficones* (Herring y Dainas, 2017). Tras la revisión de muestras de lengua disponibles en el corpus CoDiCE (Comunicación Digital: Corpus del Español), que recoge datos del 2001 a la actualidad, en este trabajo se llevó a cabo un repaso de la evolución del empleo de graficones en la interacción digital escrita en lengua española. Sometemos a consideración la hipótesis de que, en su evolución gráfica y funcional, el uso de los graficones participa de una tendencia propia de la interacción digital escrita: en el paso del emoticono al *sticker*, la complejidad visual trae aparejada un aumento en la intensidad de su valor emocional. En esta línea, defendemos que, con la ampliación del repertorio de unidades, se ha afianzado su uso cuantitativo, y se han conquistado nuevas funciones que pueden traer especialización en los usos de cada elemento gráfico.

**Palabras clave:** multimodalidad; comunicación digital; mensajería instantánea; emojis; estrategias pragmáticas.

### Abstract

If digital interaction was originally a textual phenomenon, today it is undergoing an important multimodal shift. With improved connections and the evolution of mobile devices, digital interactions have become populated with graphic signs that interact with the written word. Photos, videos, memes, emojis, GIFs, stickers, etc., make up a category of elements with shared functional properties: graphicons (Herring and Dainas, 2017). After reviewing the language samples available in the CoDiCE corpus (Digital Communication: Spanish Corpus), which collects data from 2001 to the present, this paper reviews the evolution of the use of graphicons in the digital interaction written in Spanish. We hypothesize that, in its graphic and functional evolution, the use of graphicons participates in a trend typical of written digital interaction: in the transition from emoticon to sticker, visual complexity brings with it an increase in the intensity of its emotional value. In this line, we argue that with the expansion of the repertoire of units, their use has been consolidated from a quantitative point of view, as well as new functions have been conquered that may bring with them a certain specialization in the uses of each of these graphic elements.

**Keywords:** multimodality; digital communication; instant messaging; emojis; pragmatic strategies.

## Resumo

Se nas suas origens a interação digital era fundamentalmente um fenômeno textual, hoje ela mostra uma importante virada multimodal. Com a melhoria das conexões e a evolução dos dispositivos móveis, as interações digitais passaram a ser preenchidas com sinais gráficos que interagem com a palavra escrita. Fotos, vídeos, memes, emojis, gifs, stickers etc., compõem uma categoria de elementos com propriedades funcionais compartilhadas: gráficos (Herring y Dainas, 2017). Após revisão das amostras linguísticas disponíveis no corpus CoDiCE (Digital Communication: Spanish Corpus), que coleta dados de 2001 até o momento presente, apresentamos uma revisão da evolução do uso de gráficos na interação digital escrita em língua espanhola. Partimos da hipótese que, em sua evolução gráfica e funcional, o uso desses elementos participa de uma tendência típica na interação digital escrita: na transição do emoticon para o sticker, a complexidade visual traz consigo um aumento na intensidade do seu valor emocional. Nessa linha, argumentamos que, com a ampliação do repertório de unidades, o seu uso consolidou-se desde uma perspectiva quantitativa e novas funções foram conquistadas, podendo trazer consigo um certo grau de especialização nos usos de cada um desses elementos gráficos.

**Palavras-chave:** multimodalidade; comunicação digital; mensagens instantâneas; emojis; estratégias pragmáticas.

---

Recibido: 19/12/2024

Aceptado: 30/05/2024

Publicado: 30/12/2024

---

## 1. Introducción

La interacción digital ha enfrentado a los hablantes del siglo XXI a sucesivos retos comunicativos que han puesto a prueba no solo su capacidad expresiva, sino también a las posibilidades de adaptación de las lenguas. A principios de siglo, con la introducción de los SMS, los correos electrónicos o los sistemas de mensajería instantánea, la palabra escrita asaltó el ámbito de la inmediatez comunicativa, antes reservada casi exclusivamente a la oralidad (Mancera Rueda y Pano Alamán, 2013; Estrada Arráz y de Benito, 2016; Vela Delfa, 2021).

En la primitiva interacción digital todo sucedía a través de la escritura. De hecho, esta hegemonía del texto escrito fue una de las primeras cuestiones que llamó la atención de los lingüistas. La expresividad, las emociones, los significados implícitos, las ironías, los dobles sentidos tenían que transmitirse, necesariamente, a través de los recursos tipográficos ofrecidos por los teclados: alfanuméricos en el caso de los teléfonos móviles o expandidos en el caso de las computadoras. Con el tiempo y el desarrollo de las interfaces, la incorporación de diferentes recursos permitió diversas estrategias pragmáticas multimodales (Lyons, 2018), entre ellas, emojis, GIF, memes, *stickers*, empleadas para favorecer la negociación y el ajuste de las interpretaciones en los intercambios comunicativos (Casañ Pitarch, 2020).

Para referirnos a esta clase de unidades, en este trabajo se propone el término *graficón*, como una adaptación de la expresión inglesa *graphicon*, empleada por Herring y Dainas (2017), Fichman y Dainas (2019), y Konrad *et al.* (2020). Para estos autores, los graficones se corresponden con signos gráficos que, en la interacción digital escrita, se utilizan para transmitir emoción y actitud (Konrad *et al.*, 2020, p. 217). Los graficones conforman un repertorio en constante modificación que, en su evolución, refleja la confluencia de dos fuerzas complementarias: 1) la iniciativa de los interlocutores que aprovechan los recursos ofrecidos por las diferentes plataformas para cumplir sus propósitos comunicativos (Leech, 1986), y 2) las posibilidades ofrecidas por las plataformas que se valen de las mejoras técnicas en el diseño y en la conectividad para enriquecer los recursos expresivos que brindan a sus usuarios.

A partir de este marco, el objetivo de este trabajo es describir la evolución del empleo de graficones en las interacciones digitales privadas en lengua española, atendiendo a datos del corpus CoDiCE (Cantamutto *et al.*, 2015) en el que se recogen conversaciones de mensajería instantánea en lengua española<sup>1</sup>. Este corpus sirve, en este artículo, para contrastar, con ejemplos de uso real, las tendencias descritas en este trabajo. No obstante, el planteamiento metodológico es de corte deductivo y teórico. El artículo se divide en tres partes tras esta introducción: en el siguiente apartado llevaremos a cabo un repaso por la historia de este repertorio de unidades, con ejemplos ilustrativos de los intercambios comunicativos; de forma paralela, se expone un estado de la cuestión actualizado sobre el estudio de los graficones; por último, en el tercer apartado presentamos algunas conclusiones que nos permiten esbozar una propuesta de clasificación funcional de estas unidades.

## 2. La (r)evolución de los elementos multimodales en la interacción digital escrita

Asumiendo una perspectiva evolutiva, en este trabajo queremos reflexionar no solo sobre el progresivo aumento del uso de graficones en la interacción digital escrita, sino también, y más concretamente, sobre el cambio que están experimentando los repertorios de unidades disponibles y sus funciones discursivas. Partimos de la división en tres periodos elaborada por Konrad *et al.* (2020), según la cual a una primera etapa en la que los emoticonos ASCII (American Standard Code for Information Interchange) mantenían la hegemonía (años noventa del siglo XX y principios del XXI) le sigue una segunda en la que los emojis constituyen el eje central de la expresividad digital (segunda década del siglo XXI). Esto desemboca en una tercera etapa, la actual, en la que, aunque los emojis mantienen una acusada prevalencia, los *stickers*, y otros graficones —entre ellos los GIF animados o los memes—, cobran, progresivamente, más protagonismo. No se trata de etapas excluyentes —en la actualidad, por ejemplo, siguen observándose los emoticonos ASCII—, sino de un proceso doble: de diversificación de recursos, por un lado, en la que cada nuevo elemento redistribuye el empleo de los anteriores al asumir algunas de sus funciones, y de acumulación de recursos, por el otro, al aumentar la frecuencia total de empleo de la clase en su conjunto.

Lo interesante de este fenómeno evolutivo es que consiste, al menos en cierto sentido, en un proceso cíclico. Según Herring y Dainas (2017), la transformación que experimentaron los emoticonos en su momento, y la que están viviendo actualmente los emojis, permite establecer cierta previsión sobre la evolución del elemento más novedoso de este repertorio: los *stickers*. Tras una primera fase de surgimiento y consolidación, se establecería una segunda de máxima popularidad, a la que le seguiría una tercera de convencionalización y declive; al menos, esta ha sido la tendencia mostrada por las primitivas categorías de graficones. En efecto, los emoticonos parecen encontrarse en esta tercera fase, mientras que los emojis se posicionan actualmente en la segunda, pero más cercanos a transitar hacia la tercera etapa en ciertas culturas como las orientales o en ciertos grupos etarios, particularmente, entre los sujetos más jóvenes. Los *stickers*, por su parte, estarían en fase más incipiente en occidente, entre la primera y la segunda fase, aunque ocuparían el espacio central en plataformas orientales como WeChat (Zhou *et al.*, 2017), en plena segunda fase.

<sup>1</sup> El corpus CoDiCE es una base de datos colaborativa que recoge muestras de lengua de interacción digital escrita desde el 2001 a la actualidad. Cuenta con correos electrónicos, SMS, mensajería instantánea, entre otros textos breves en lengua española. Para más información, ver <https://codice.aplicacionesonline.com.ar/>

En el párrafo anterior se apuntan una serie de cuestiones fundamentales para nuestro trabajo: tanto la extensión como el uso y las funciones de los distintos graficones tienen un importante componente cultural. Sin embargo, todavía falta un estudio pormenorizado de estos contrastes. Así, mientras la disparidad entre las culturas orientales y occidentales ha estado más presente en la bibliografía (Tagg, 2015; Zhou *et al.*, 2017), el estudio de las diferencias dentro de estos macroterritorios culturales presenta grandes interrogantes. Interesantes son las apreciaciones que, desde una perspectiva intercultural y, particularmente, con relación al uso de emojis de beso, llevan a cabo Sampietro *et al.* (2022). Asimismo, la heterogeneidad de funciones que cubren estos elementos, asociadas a factores etarios, de género y culturales, permite plantear la existencia de códigos de uso (Evans, 2017).

La mediación de la escritura, en cualquiera de sus formas, disminuye todas las posibilidades de expresividad que la oralidad y la copresencia tienen. El gesto inaugural del primer emoticono, que proponía incluir en las interacciones digitales la combinatoria de dos signos tipográficos, no pudo prever la complejidad formal y funcional que estos elementos gráficos iban a ir adquiriendo progresivamente en la interacción digital. La comunicación no se reduce al intercambio de información, y, por tanto, gran parte de lo que ocurre en los intercambios comunicativos digitales se relacionan con la gestión de los vínculos entre los interlocutores. En esta línea, desde la fórmula de saludo o despedida hasta la forma en la que vamos dando pistas a nuestros interlocutores de que estamos disponibles para interactuar (a través de las herramientas de retroalimentación automática) son parte fundamentales de cualquier conversación.

Los signos no verbales participan en cada acto comunicativo, dado que no solo interviene el sistema lingüístico, sino que también concurren, al menos, otros dos sistemas: el paralingüístico y el kinésico. El sistema paralingüístico está compuesto por aspectos de la voz (tono, volumen, velocidad), reacciones fisiológicas y emocionales (risas, suspiros), interjecciones y otras emisiones sonoras y las pausas/silencios. Evidentemente, algunos de estos elementos tienen la posibilidad de emerger a través de los teclados mediante recursos compensatorios alternativos: el uso de las mayúsculas, por ejemplo, para indicar el aumento del tono de la voz, los diferentes recursos para expresar las risas, cada una de ellas con significados diferentes (Cantamutto, 2018), e incluso los silencios. Sin embargo, el sistema kinésico no es fácilmente teclable, es decir, transformable en signos producidos con el teclado, y menos aún lo son los sistemas proxémico y cronémico, que, no obstante, resultan fundamentales como sistemas secundarios intervinientes en los actos comunicativos como marcas de copresencialidad. La necesidad de implementar estos elementos ha conducido a la creación de estrategias destinadas a subsanar esta falta de copresencia de los interlocutores.

En este sentido, tanto las prácticas de los usuarios como el propio diseño y la arquitectura de las aplicaciones han ido modificándose tantas veces como ha sido necesario para que las personas usuarias pudieran responder a esta necesidad de expansión de la expresividad de los enunciados digitales. Y, dentro de este repertorio de estrategias, sin dudas, los graficones asumen especial protagonismo en una historia de desarrollo y transformación, cuyas etapas revisaremos a continuación.

### **2.1. Del emoticono al *sticker*: una mirada histórica**

La historia de los graficones no siempre resulta fácil de rastrear. A continuación, se sintetizan algunos de los antecedentes más importantes sobre los que existe cierto consenso en la comunidad científica internacional.

En 1979, Kevin Mackenzie, un usuario de Advanced Research Projects Agency Network (ARPANET), propuso recuperar una estrategia expresiva que había sido utilizada más de un siglo atrás por el New York Times para marcar la orientación interpretativa de un correo electrónico. Para transcribir las risas y aplausos que se produjeron al final de un discurso de Abraham Lincoln, un periodista, en 1869, empleó la combinación de los siguientes caracteres ;-). La propuesta de Mackenzie fue emplear --), que, según su perspectiva, representaba una lengua empujando la mejilla, para marcar la ironía de un correo electrónico. Aunque este debe ser considerado el primer graficón, hemos de esperar hasta 1982 para documentar el uso de la primera combinación de caracteres ASCII con forma de carita sonriente.

El 19 de septiembre de 1982 Scott E. Fahlman, un profesor de la Universidad Carnegie-Mellon (Estados Unidos), propuso que, a fin de evitar malentendidos, emplear esta combinación de caracteres :-) en los correos electrónicos que intercambiaba con sus colegas. De este modo, buscaba una manera de comunicar aquellos significados que, en la interacción presencial, se transmiten mediante gestos y otros elementos paralingüísticos. Su propuesta triunfó y, en poco tiempo, las interacciones digitales escritas se llenaron de combinaciones de caracteres que imitaban caritas (Vela Delfa y Cantamutto, 2021).

Un poco más tarde, concretamente en 1986, en una comunidad en línea japonesa surgen otros graficones: los *kaomiji*. Entre estos, uno de los más populares fue la versión japonesa de la carita feliz ^\_^ . La diferencia respecto a los emoticonos estriba en que, mientras estos deben leerse girando 180 grados la cabeza, los *kaomiji* siguen la misma dirección que el resto del texto (Vela Delfa y Cantamutto, 2021).

Estas composiciones iniciales, creadas a partir de caracteres ASCII, convivieron con otras soluciones visualmente más complejas que transformaron estas expresiones faciales esquemáticas en íconos amarillos. Tales alternativas se vinculan de forma evidente con un pictograma conocido por el nombre de *smiley*, muy popular en la cultura popular de los años sesenta (Lee *et al.*, 2016).

Con las mejoras en las interfaces gráficas de las aplicaciones y los dispositivos, la simplicidad visual de los emoticonos fue perdiendo vigencia en favor de alternativas que resultaban visualmente más atractivas. Los primeros graficones empleados, por ejemplo, en redes sociales como Facebook, consistían en un repertorio de caritas amarillas que se relacionaban de forma específica con combinaciones de caracteres recurrentes en los emoticonos, de manera que si alguien escribía en un comentario :-), la aplicación generaba de forma automática la carita amarilla sonriente. Pero los antecedentes de estos pictogramas se remontan también a la primitiva red de ARPANET. En una de las primeras interfaces para la interacción sincrónica escrita, Talkomatic, creada en 1973, se ofrecía a los interlocutores una colección de pictogramas con la que ilustrar sus enunciados.

Tras el origen de los emoticonos y los *kaomiji*, se esconde el mismo proceso por el que se buscan recursos expresivos para codificar parte del componente afectivo y ofrecer pautas para atribuir una orientación interpretativa a los enunciados (Cantamutto y Vela Delfa, 2019a, 2019b). Sin embargo, a pesar de todos los antecedentes que acabamos de presentar, es necesario reconocer que la popularización de los graficones no llegó hasta entrado el siglo XXI, precisamente, con la extensión de los emojis. Este repertorio de imágenes comenzó a fraguarse a finales del siglo pasado en Japón. La primera propuesta consistía en un conjunto de 90 pictogramas monocromáticos, esbozados en 1997

por la compañía japonesa SoftBank. Más tarde, Shigetaka Kurita, un trabajador de NTT DoCoMo, propuso un inventario conformado por 176 pictogramas que representaban corazones, caritas tristes y contentas, notas musicales, etc., y que pronto se hicieron muy populares hasta convertirse en una de las principales bazas comerciales de los teléfonos de la marca.

En poco tiempo, los emojis se convirtieron en los graficones más empleados por los usuarios de internet. Ello fue posible por la particular coyuntura del momento: los emojis se compatibilizan con los teléfonos de Apple al tiempo que se incorporan a redes sociales muy populares, como Twitter y WhatsApp (Cantamutto y Vela, 2019a).

Los emojis comienzan una convivencia pacífica con el resto de los recursos gráficos precedentes. Calero Vaquera (2014) distingue entre dos clases: los emoticonos ASCII y la que denomina “emoticonos figurativos estáticos”. A esta última pertenecen los emojis. Su popularización de s no absorbió al resto de graficones, sino que cada categoría tendió a especializarse. Por un lado, los emoticonos o los *kaomojis* son una clase abierta cuya regulación proviene únicamente del empleo que hacen los usuarios: tanto por la creación espontánea a partir de la combinación de caracteres ASCII, como a través de la búsqueda en el menú de emoticonos disponibles en el teclado del móvil, que, agrupados en categorías como “clásicos”, “sonrientes”, “amor”, “abrazando”, entre otras, permiten acceder a representaciones complejas que unen caracteres ASCII (véase Figura 1). En cambio, los emojis participan de un proceso de estandarización respaldado por el Consorcio Unicode: para la incorporación de un nuevo emoji, han sido diseñados una serie de criterios que avalan su inclusión, por ejemplo, sus niveles de uso y frecuencia, o su exclusión o veto cuando se torna demasiado específico<sup>2</sup>. Sin embargo, este proceso no garantiza que la incorporación de nuevos emojis a los estándares de comunicación internacional esté exenta de sesgos.

**Figura 1**  
*Menú de emoticonos ASCII*



*Nota.* Captura de pantalla de teclado G-board con opción de menú de emoticonos.

<sup>2</sup> [https://unicode.org/emoji/proposals.html#selection\\_factors](https://unicode.org/emoji/proposals.html#selection_factors)

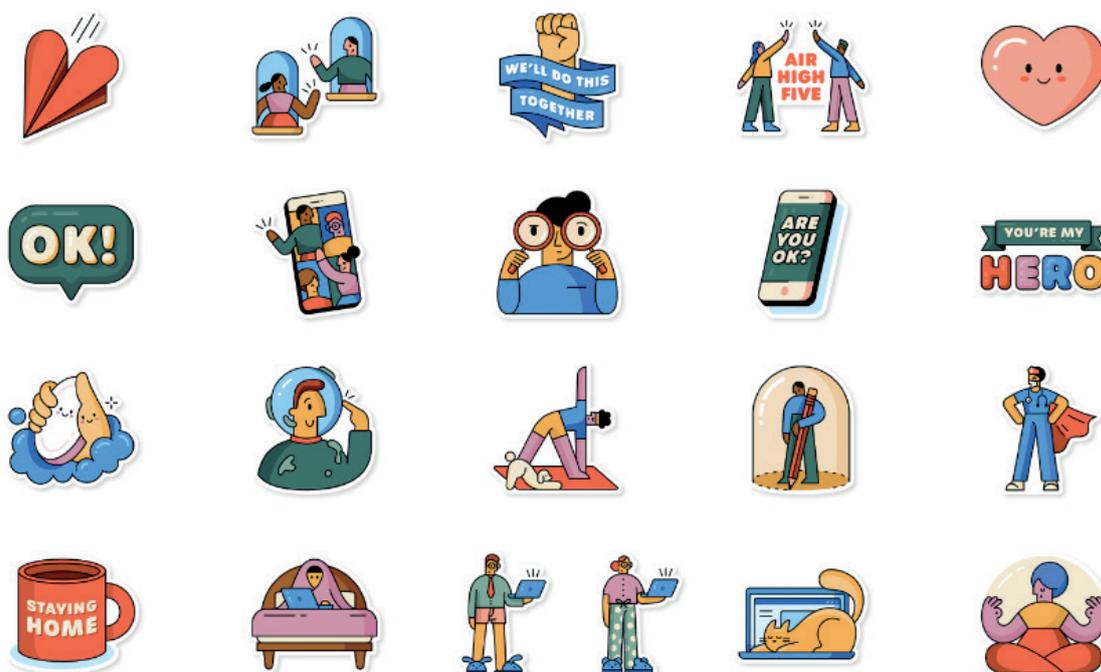
Al repertorio que acabamos de comentar se unen nuevas unidades, muchas veces al abrigo de la proliferación de aplicaciones. La plataforma coreana Line, una herramienta para la mensajería instantánea que competía con WhatsApp, introdujo en 2011 unas imágenes para adornar sus textos, los *stickers* (Sampietro, 2023, p. 273). Esta apuesta, en línea con prácticas habituales en países como Japón, como la de adornar con pegatinas físicas las agendas o cuadernos, fue incorporándose con el tiempo, aunque con ciertas variaciones, a otras plataformas, como Telegram o Facebook y, más tarde, WhatsApp.

La introducción de los *stickers* en WhatsApp implicó una serie de cambios técnicos necesarios para poner a disposición de sus usuarios estos recursos gráficos (Vela Delfa y Cantamutto, 2021). Esta incorporación se produjo recientemente, el 25 de octubre de 2018<sup>3</sup>. El momento de introducción explica el motivo por el cual muchos de los primeros *stickers* empleados en WhatsApp provenían de paquetes diseñados para Facebook Messenger, ya que ambas aplicaciones pertenecían, en ese momento, a la misma compañía.

Más recientemente, durante las medidas de aislamiento y distanciamiento social producidas por la pandemia del COVID-19, WhatsApp apostó por el uso de *stickers*. Así, en marzo de 2020, WhatsApp ofreció un paquete de stickers, “Juntos en casa”, con imágenes para “que puedan usarlos para conectar con sus seres queridos, en especial aquellos que se estén sintiendo solos, aislados o asustados. Este paquete ofrece una manera creativa de recordarles a los demás que se laven las manos, mantengan el distanciamiento físico y hagan ejercicio”<sup>4</sup>.

## Figura 2

Paquete de stickers “Juntos en casa” propuesto por WhatsApp en 2020



Nota. Descargado del Blog de WhatsApp.

<sup>3</sup> <https://blog.whatsapp.com/introducing-stickers>

<sup>4</sup> <https://blog.whatsapp.com/staying-connected-through-stickers>

## 2.2. De la revolución emoji al modo *sticker*: funciones de los graficones

La irrupción de los emojis en la interacción digital escrita supuso un cambio cuantitativo, pero también cualitativo: una transformación tan sustancial que algunos autores la denominan la *revolución emoji* (Seargeant, 2019). Mientras que los emoticonos y los *kaomojis* remiten fundamentalmente a expresiones faciales, los emojis, con un marcado carácter pictográfico, sobre todo conforme van incorporándose nuevos elementos, tienen como referentes a muchos elementos de la realidad cotidiana. Este cambio ha desembocado en una ampliación en los usos de los graficones, que han incorporado a las funciones de marcación ilocutiva otras relacionadas con figuras retóricas de sustitución como la metáfora o la metonimia (Vela Delfa y Cantamutto, 2021).

Desde el punto de vista funcional, Herring y Dainas (2017) consideran que los emojis asumen las funciones de sus antecesores, los emoticonos: 1) expresar emociones, 2) vehicular la información no verbal, 3) gestionar el tono o de fuerza ilocutiva, y 4) marcar estructuralmente la interacción, aunque con el aumento progresivo de su uso se han ido adoptando funciones nuevas. En este sentido, los emojis, por ejemplo, se emplean como equivalentes a metáforas, metonimias, eufemismos, etc. o, incluso, en otros mecanismos que se vinculan con el principio de rebus (Corchado-Robles, 2020), como insignias que marcan cohesión grupal (Cantamutto y Vela Delfa, 2020) o como adornos visuales (Evans, 2017).

En lo que concierne a su naturaleza semiótica (Danesi, 2016), es posible diferenciar dos clases de emojis: los emojis que representan caras o partes del cuerpo, los más vinculados formal y funcionalmente con los emoticonos o los *kaomojis*, y los emojis figurativos, ¿los? de mayor expansión en la actualidad, que representan diferentes aspectos de la vida cotidiana, comidas o vehículos, por ejemplo.

Las peculiaridades formales y funcionales están vinculadas. Así, el primer grupo de emojis son funcionalmente cercanos a ciertos elementos de la comunicación no verbal, mientras que los emojis figurativos se emplean con mayor frecuencia en figuras retóricas de sustitución o con funciones más lúdicas o decorativas que no tienen parangón en la oralidad.

A lo largo de este proceso de expansión, tanto en las aplicaciones disponibles como en los usos y funciones que adquieren, los *stickers* han ido transformándose. En su origen, se concibieron como signos gráficos de gran tamaño que debían descargarse en paquetes. Posteriormente, se corresponden con ilustraciones o animaciones de objetos o personajes que pueden ir solos o acompañados de frases o textos (Carmelino y Kogawa, 2020) y constituyen la opción preferida por los usuarios más jóvenes. No obstante, los usuarios utilizan una amplia variedad de elementos multimodales como *stickers*: tanto las pegatinas propiamente dichas (disponibles a través del menú correspondiente) como los GIF, los avatares, e incluso los memes o los emojis de la cocina de emojis que se visualizan como *stickers*. En la actualidad, cada usuario tiene un repertorio personal de *stickers* que pueden haber sido descargados de paquetes, guardados de conversaciones o generados a través de herramientas de creación, como Sticker Maker.

Tal y como sostienen Konrad *et al.* (2020), la precisión gráfica con que se elaboran estas unidades puede estar detrás de algunos de sus usos distintivos, por ejemplo, su empleo como ilustradores emocionales. A partir de diferentes formas gráficas, como rostros y cuerpos de personas, de animales, de caricaturas, que pueden ser estáticas o en movimiento, y que pueden o no tener anclaje verbal, los usuarios representan gestos complejos.

Los *stickers* condensan con mayor precisión que otros graficones, como los emoticonos o los primitivos emojis que tendían más a la abstracción, al lenguaje corporal o a las expresiones faciales. Por esta razón, los *stickers* comparten todas las categorías de uso propuestas por Herring y Dainas (2017), pero no suelen emplearse para las otras funciones mencionadas: no asumen tan a menudo usos metonímicos y metafóricos. Es decir, los stickers se vinculan más con las emociones y menos con las palabras, por lo que raramente se emplean como sustitutos de estas.

Otra diferencia radica en la manera en que se combinan entre sí los graficones y las palabras. En el ejemplo 1 se observa que los emojis se comportan como cualquier otro carácter del teclado y pueden combinarse de forma flexible con otros caracteres al principio, al final y al interior de una misma intervención o formando una intervención independiente (Panckhurst y Frontini, 2020). Sin embargo, los *stickers* funcionan como imágenes y, en tal sentido, generan una línea de intervención nueva e independiente, que solo puede combinarse con otro *sticker*, con lo cual se crea, en ocasiones, pequeñas narrativas con *stickers* combinados (ejemplo 2). De alguna manera, esta circunstancia incide en su relación con el texto escrito. Como se ha visto, los emojis y las palabras mantienen una relación muy estrecha: se sustituyen, se refuerzan, se complementan, mientras que los *stickers* parecen mostrar un comportamiento más independiente. Esto podría estar detrás del hecho de que estas unidades se emplean más profusamente en aperturas y cierres de interacción (Lee *et al.*, 2016); es decir, en secuencias cuya función es el mantenimiento y la gestión del vínculo interpersonal (Spencer-Oatey, 2000).

**Figura 3**  
*Ejemplo 1*



*Nota.* Fuente CoDiCE.

**Figura 4**  
Ejemplo 2



Nota. Fuente CoDiCE.

El hecho de que, como sucedía con los emoticonos, los *stickers* constituyan una clase abierta cuya expansión depende únicamente de la creatividad de los usuarios dificulta la estandarización en los usos. Cualquiera puede crear un *sticker* nuevo a partir de aplicaciones específicas que sirven para su diseño, por lo que existen paquetes de imágenes muy distintas: desde motivos políticos hasta *stickers* personalizados, desde paquetes gratuitos hasta de pago (Vela Delfa y Cantamutto, 2021). Se pueden producir stickers desde de todo tipo de fotos, y no es extraño que los propios usuarios tengan algunas con sus caras o de personas de su entorno. Estos cambios en el diseño redundan en un mayor efecto de expresividad; al fin y al cabo, en el paso de emoticono al *sticker* el efecto retórico se ha acrecentado, teniendo estos últimos una evidente vinculación con la estrategia del *pathos* como recurso expresivo. Incluso, en algún punto, estos elementos se configuran en avatares de los interlocutores que les permiten insertarse en el discurso mediante gestos complejos a través de imágenes que representan o sustituyen a los propios interlocutores, como una especie de *alter ego* visual.

En resumen, la clasificación funcional de los *stickers* resulta más compleja debido a dos factores complementarios: por un lado, su empleo todavía está menos estandarizado y, por el otro, lejos de haber codificado ciertas funciones pragmáticas o de puntuación expresiva, como sucede con emoticonos y emojis, mantienen todavía un mayor efecto emocional y humorístico (Herring y Dainas, 2017). Recordemos que, mientras que los emojis son una lista cerrada y sus usos tienden a converger en un repertorio limitado (en Cantamutto y Vela-Delfa, 2019a, 2019b, identificamos una lista de veinte emojis frecuentes en español), los stickers, por el contrario, se caracterizan precisamente por su diversidad y por su alto grado de mutabilidad.

A lo largo de estas páginas hemos podido ver cómo los graficones han experimentado una importante evolución en las últimas décadas en lo que concierne a sus formas y funciones. En esta transformación es posible identificar sucesivas modificaciones que no siempre resultan en estadios estables y permanentes, y que afectan a tres ejes principales. En este sentido, hemos aludido a dos de ellos: la naturaleza semiótica y la función discursiva. A su vez, estos dos aspectos generan un tercer eje de interés concerniente a la frecuencia de uso.

Diversos estudios han notado el aumento progresivo en el empleo de graficones en la comunicación digital escrita (Pavalanathan y Eisenstein, 2016). Por una parte, la confluencia

temporal de distintos tipos ha reforzado su copresencia (los emojis no eliminan a los emoticonos, ni los stickers o los GIF animados o a los emojis); por otra (parte), la irrupción de ciertas unidades, particularmente los emojis, coincidió en el tiempo con el impulso de cierta tendencia visual-figurativa en la comunicación digital.

En esta línea, el trabajo de Pavalanathan y Eisenstein (2016) comprueba, a partir de estadística inferencial, una correlación efectiva entre el aumento del empleo de emojis y la disminución de los emoticonos ASCII en Twitter. Este hecho confirma, a su vez, que la disponibilidad de graficones provoca la disminución del uso de otras estrategias textuales propias del estilo digital, tales como alargamientos o grafías no normativas. Los datos de Pavalanathan y Eisenstein (2016) apuntan a que las estrategias de escritura no estándar, entre las que podrían incluirse los propios emoticonos, se encuentran en concurrencia funcional con las estrategias pictográficas y visuales y que son precisamente las primeras que están perdiendo su batalla por la hegemonía con los emojis.

### 3. Conclusiones

En este trabajo hemos reflexionado sobre cómo el acceso a un repertorio de recursos a través del teclado, variado y siempre abierto, permite cubrir necesidades comunicativas en un medio que, hasta no hace tanto tiempo, solo permitía interactuar mediante texto escrito. Este conjunto de elementos gráficos, que van desde los sencillos emoticonos hasta los complejos *stickers*, son parte central del giro multimodal expresivo que está experimentando la interacción digital.

No obstante, el fenómeno de los graficones no es nuevo. Como hemos ido viendo en este trabajo, incluso antes de su generalización, en la primitiva comunicación digital, ya existían algunos elementos gráficos prefijados que permitían aumentar el caudal expresivo de estos intercambios y que funcionaban a modo de “pequeños gestos digitales” que activaban notificaciones y generaban interacción. Esto es algo similar a lo que sucede hoy con muchos recursos multimodales que sirven para reaccionar.

Estos elementos, conocidos con el nombre de reacciones, tienen un efecto llamada, como sucede con todo el ecosistema de elementos gráficos, ya que el empleo de unos fomenta la aparición de otros. De este modo, los graficones se relacionan con otros elementos propios de la comunicación digital: tal es el caso del *hashtag* y los hipervínculos apelativos, que aprovechan determinadas posibilidades técnicas de las aplicaciones para producir y dinamizar la interacción.

A modo de conclusión, puede afirmarse que los graficones forman parte de un complejo proceso por el cual se ha logrado vehicular gran parte de las necesidades expresivas que los usuarios experimentaron al acercarse a la comunicación digital. Esto es posible debido, por un lado, a la adaptación de los interlocutores a las posibilidades multimodales ofrecidas por las aplicaciones, a través de recursos nativos o migrando recursos de otras plataformas, y, por otro lado, a la dinámica propia del estilo digital en la que, en un corto plazo, los elementos van perdiendo parte de su caudal expresivo a la par de que se afianzan sus usos. Una vez más, el ecosistema de plataformas sigue la premisa de las tres R: *reducir, reciclar y reutilizar*. En un proceso cíclico, algunos elementos dejan de utilizarse porque ya no cubren las funciones originales, luego, muchas veces ante la pérdida de expresividad, reaparecen elementos del sistema dejados de usar (los emoticonos) y nuevos elementos son ofrecidos en este repertorio abierto de graficones.

## Referencias

- Calero Vaquera, M. L. (2014). El discurso del 'whatsapp': entre el 'messenger' y el 'SMS'. *Oralia*, 17, 87-116. <https://ojs.ual.es/ojs/index.php/ORALIA/article/view/8001>
- Cantamutto, L. y Vela Delfa, C. (2019a). Emojis frecuentes en las interacciones por WhatsApp. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 77, 171-186. <https://doi.org/10.5209/CLAC.63282>
- Cantamutto, L. y Vela Delfa, C. (2019b). Interpretación de emojis en interacciones digitales en español. *Lenguas Modernas*, (54), 29-47. <https://lenguasmodernas.uchile.cl/index.php/LM/article/view/56845>
- Cantamutto, L. y Vela Delfa, C. (2020). ¿De qué color es tu corazón? El uso de emojis en los procesos de activismo social. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, (6), 119-136.
- Carmelino, A. C. y Kogawa, L. (2020). Stickers do Whatsapp: (nova) forma persuasiva de interação bem-humorada. *Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação*, 1(20), 6-27. <https://doi.org/10.17648/eidea-20-2589>
- Casañ Pitarch, R. (2020). The power of emoji for profile descriptions on dating apps. *Lenguas Modernas*, (56), 27-42. <https://lenguasmodernas.uchile.cl/index.php/LM/article/view/61508>
- Corchado-Robles, B. (2020). Orden pragmático vs orden sintáctico: ¿existe una sintaxis en el lenguaje emoji? *Cuadernos AISPI. Estudios de Lenguas y Literaturas Hispánicas*, 16(2), 163-186. <https://doi.org/10.14672/2.2020.1703>
- Danesi, M. (2016). *The Semiotics of Emoji: The Rise of Visual Language in the Age of the Internet*. Bloomsbury Publishing.
- Estrada Arráez, A. y de Benito, C. (2016). Variación en las redes sociales: datos twilectales. *Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana*, 14(28), 77-111. <http://www.jstor.org/stable/26379777>
- Evans, V. (2017). *The Emoji Code: The Linguistics Behind Smiley Faces and Scaredy Cats*. Picador.
- Fichman, P. y Dainas, A. R. (2019). Graphicons and Tactics in Satirical Trolling on Tumblr.com. *International Journal of Communication*, 13, 4261-4286.
- Herring, S. y Dainas, A. (4-7 de enero de 2017). "Nice Picture Comment!" Graphicons in Facebook Comment Threads. *50th Hawaii International Conference on System Sciences* [ponencia], Hawái, Estados Unidos. <http://hdl.handle.net/10125/41419>
- Konrad, A., Herring, S. C. y Choi, D. (2020). Sticker and Emoji Use in Facebook Messenger: Implications for Graphicon Change. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(3), 217-235. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmaa003>
- Leech, G. N. (1986). *The Pragmatics of Politeness*. Oxford Studies in Sociolinguistics.
- Lyons, A. (2018). Multimodal expression in written digital discourse: The case of kineticons. *Journal of Pragmatics*, 131, 18-29. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2018.05.001>
- Lee, J. Y., Hong, N., Kim, S., Oh, J. y Lee, J. (6-9 de septiembre de 2016). Smiley face: why we use emoticon stickers in mobile messaging. *18th International Conference on Human-Computer Interaction with Mobile Devices and Services Adjunct*, Florencia, Italia. <https://doi.org/10.1145/2957265.2961858>

- Mancera Rueda, A. y Pano Alamán, A. (2013). *El español coloquial en las redes sociales*. Arco/Libros.
- Panckhurst, R. y Frontini, F. (2020). Evolving interactional practices of emoji in text message. En C. Thurlow, C. Dürscheid y F. Diémoz (eds.), *Visualizing Digital Discourse. Interactional, Institutional and Ideological Perspectives* (pp. 81-103). De Gruyter Mouton. <https://doi.org/10.1515/9781501510113-005>
- Pavalanathan, U. y Eisenstein, J. (2016). More , Less :) The Competition for Paralinguistic Function in Microblog Writing. *First Monday*, 21(11). <https://doi.org/10.5210/fm.v21i11.6879>
- Sampietro, A., Felder, S. y Siebenhaar, B. (2022). Do you kiss when you text? Cross-cultural differences in the use of the kissing emojis in three WhatsApp corpora. *Intercultural Pragmatics*, 19(2), 183-208. <https://doi.org/10.1515/ip-2022-2002>
- Sampietro, A. (2023). El auge de los 'stickers' en WhatsApp y la evolución de la comunicación digital. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 271-285. <https://doi.org/10.5209/clac.83860>
- Seargeant, P. (2019). *The Emoji Revolution: How Technology is Shaping the Future of Communication*. Cambridge University Press.
- Spencer-Oatey, H. (2000). Rapport Management: A Framework for Analysis. En H. Spencer-Oatey (Ed.), *Culturally Speaking: Managing Rapport Through Talk Across Cultures* (pp. 11-46). Continuum.
- Tagg, C. (2015). *Exploring Digital Communication: Language in action*. Routledge.
- Vela Delfa, C. y Cantamutto, L. (2021). *Los emojis en la interacción digital escrita*. Arco/Libros.
- Vela Delfa, C. (2021). *La comunicación por correo electrónico. Análisis discursivo de la correspondencia digital*. Iberoamericana Vervuert.
- Zhou, R., Hentschel, J. y Kumar, N. (6-11 de mayo de 2017). *Goodbye Text, Hello Emoji: Mobile Communication on WeChat in China*. Conference on Human Factors in Computing Systems, Colorado, Estados Unidos. <https://doi.org/10.1145/3025453.3025800>

### Contribución del autor

Cristina Vela ha participado en la concepción del artículo, en la revisión bibliográfica y en la redacción y la revisión crítica del artículo.

Lucía Cantamutto ha participado en la elaboración y la recogida de los datos, el diseño de la investigación, la redacción y revisión crítica del artículo.

### Financiamiento

El artículo forma parte del proyecto PICT-2019-02093-Préstamo BID "Diseño e implementación de un corpus sobre comunicación digital del español bonaerense y de la Patagonia", financiado por la Agencia Nacional de Promoción de la Investigación, el Desarrollo Tecnológico y la Innovación (Argentina). IR: Lucía Cantamutto.

### Conflicto de intereses

Los autores no presentan conflicto de interés.

**Correspondencia:** [lcantamutto@unrn.edu.ar](mailto:lcantamutto@unrn.edu.ar)

## Trayectoria académica de los autores

**Cristina Vela Delfa** es profesora titular de Lengua Española en la Universidad de Valladolid. Sus intereses investigadores se centran en el estudio de la lengua en la comunicación digital. Recientemente ha publicado *Los emojis en la interacción digital escrita*, *Las redes sociales en la enseñanza de ELE* (ambos en Arco/Libros) y *La comunicación por correo electrónico*. (Iberoamericana). Es directora de la REDD (Revista de Estudios del Discurso Digital) y presidenta de la RECOD (Red de Estudios de la Comunicación Digital).

**Lucía Cantamutto** es doctora en Letras por la Universidad Nacional del Sur (Argentina). Actualmente, es investigadora del CONICET en el Centro Interdisciplinario de Estudios sobre Derechos, Inclusión y Sociedad de la Universidad Nacional de Río Negro y profesora en la Universidad Nacional del Comahue. Sus investigaciones están centradas en la comunicación digital. En 2015, junto con Cristina Vela Delfa y Leandro Boisselier, creó la base de datos CoDiCE (comunicación digital: corpus del español). Es vicepresidenta de la Red de Estudios sobre Comunicación Digital.