

**“EL E-MOJI-LEARNING EN LA IMPLEMENTACIÓN DE TAREAS EN LA
MATERIA DE CREATIVIDAD EMPRESARIAL, EN EDUCACIÓN SUPERIOR:
CASO UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE LOS VALLES CENTRALES DE
OAXACA, GRUPOS 801,802, CUATRIMESTRE ENERO-ABRIL 2019”**

M.C.E. Laura Thaigi Mendoza Gómez¹

thaigi17@hotmail.com

L.A. Roberto Vicente Yescas²

yescas_vicente@hotmail.com

L.M. Carlo Deimos Aguilar Chiñas³

carlo.aguilar@mieljave.com

¹ M.C.E LAURA THAIGI MENDOZA GOMEZ, Profesor de Tiempo Completo de la Universidad Tecnológica de los Valles Centrales de Oaxaca.

² L.A. ROBERTO VICENTE YESCAS Profesor de Tiempo Completo de la Universidad Tecnológica de los Valles Centrales de Oaxaca.

³ L.M. CARLO DEIMOS AGUILAR CHIÑAS Profesor de Tiempo Completo de la Universidad Tecnológica de los Valles Centrales de Oaxaca.

RESUMEN:

Este artículo muestra el proceso del uso de dispositivos móviles para el aprendizaje en la Universidad Tecnológica de los Valles Centrales de Oaxaca (UTVCO), México. El objetivo general es Implementar el e-moji-learning en educación superior en la UTVCO con el propósito de desarrollar habilidades de creatividad empresarial. propiciando condiciones agradables y favorables para los estudiantes universitarios, que en su mayoría son nativos digitales y utilizan dispositivos móviles de manera cotidiana. Los resultados revelan la importancia de la utilización de estos dispositivos como una herramienta pedagógica para el aprendizaje y la generación de productos creativos por parte de estudiantes y profesores en el ambiente académico universitario.

ABSTRACT:

This article shows the process of the use of mobile devices for learning in the Technological University of the Central Valleys of Oaxaca (UTVCO), Mexico. The general objective is to implement e-moji-learning in higher education at UTVCO with the purpose of developing business creativity skills. propitiating pleasant and favorable conditions for university students, who are mostly digital natives and use mobile devices on a daily basis. The results reveal the importance of the use of these devices as a pedagogical tool for learning and the generation of creative products by students and teachers in the university academic environment.

Palabras clave: e-learning -- e-moji-learning -- tecnología educativa -- investigación cualitativa -- ambiente educativo -- estrategias de enseñanza -- tecnologías de la información y de la comunicación – Creatividad empresarial.

Keywords: e-learning -- e-moji-learning -- educational technology -- qualitative research -- educational environment -- teaching strategies -- information and communication technologies -- business creativity

I. GENERALIDADES

1.1 OBJETIVO GENERAL

Implementar el e-moji-learning en educación superior en la UTVCO con el propósito de desarrollar habilidades de creatividad empresarial.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar las condiciones para la implementación del e-moji-learning en dispositivos móviles como una herramienta de aprendizaje
- Identificar las condiciones que favorecen el proceso de aprendizaje
- Identificar las condiciones que dificultan el proceso de aprendizaje
- La utilización del e-moji-learning como técnica para desarrollar habilidades de creatividad empresarial

*Si uno pretende ser más creativo debe permanecer,
en parte, como un niño, con la creatividad e inventiva
que caracteriza a los niños, antes de ser deformados
por la sociedad adulta.*

Jean Piaget

INTRODUCCIÓN

Las Universidades Tecnológicas (UUTT) surgieron en México en 1991 como organismos públicos descentralizados de los gobiernos estatales, para ofrecer una educación superior de calidad que forme profesionistas competitivos con alto compromiso en innovación y emprendimiento social, científico y tecnológico. (Sánchez, 2019)

Para lograrlo, las UUTT operan bajo el Modelo Educativo Basado en Competencias Profesionales, que desarrolla destrezas, conocimientos, aptitudes y actitudes, para impulsar y promover el progreso regional y la generación de capital humano, social, cultural y productivo.

La UTVCO nace como un organismo público descentralizado del Gobierno del Estado de Oaxaca, con personalidad jurídica y patrimonio propio, integrado al Subsistema de Universidades Tecnológicas, establecido en el decreto publicado el 12 de diciembre de 2009 en el Periódico Oficial del Estado. Inicia sus actividades en instalaciones facilitadas por el gobierno municipal. En septiembre de 2011 opera en sus instalaciones actuales, ubicadas sobre una superficie de alrededor de 20 hectáreas de terreno

La Universidad Tecnológica de los Valles Centrales de Oaxaca UTVCO, tiene la convicción de ser una institución educativa que empodera el talento humano al servicio de la sociedad, mediante una Educación Que Trasciende, que genera innovación y emprendimiento de alto impacto para impulsar cambios.

Este 2019 la #UTVCO cumple 10 años de impulsar una educación de calidad, una década de logros, de impulsar el talento humano con nuevas ideas y espíritu participativo; 10 años de esfuerzo, pasión y compromiso

Concibe a la innovación como un factor clave para mejorar las condiciones de vida de la población, a través de la construcción de creativas y efectivas respuestas a las necesidades, problemáticas y desafíos que enfrenta Oaxaca. (Sánchez, 2019)

La ingeniería en desarrollo de negocios una de las 10 ingenierías que se ofertan en la UTVCO tiene como visión, ser líder en la formación de profesionales en negocios, que impacten para el desarrollo sostenible de México, desde una perspectiva socialmente responsable.

¿Cuáles son los objetivos de la universidad?

En las aulas de la UTVCO se forman líderes con visión global y sentido humano, que saben cómo gestionar desarrollo y lo hacen con apego a la ética, la integridad y respeto a la dignidad de toda persona, porque educan con valor.

Es la primera universidad oaxaqueña con el nombramiento de Aliado Estratégico para el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en México, fortalecemos nuestro compromiso y responsabilidad social para que cada conocimiento aprendido se transforme en una acción positiva para la humanidad.



Gráfico 1 ODS ONU

Los ODS son parte de la vida diaria y cotidiana de la universidad, en el cual podemos poner énfasis en el número 4 que nos habla de la educación de calidad, compromiso de la UTVCO, El Secretario General de la ONU dice:

«Es cierto que la globalización y el avance tecnológico han impulsado dramáticamente el comercio global y la riqueza del mundo. Es verdad que el número absoluto de pobres se ha reducido y sus condiciones de vida mejorado. Pero también es cierto que la globalización y el progreso tecnológico, en conjunto, han sido factores de inequidad. Ocho personas en el mundo tienen tanta riqueza como la mitad de la población global», indicó António Guterres en la presentación del informe de los ODS.

La educación es la base para mejorar nuestra vida y el desarrollo sostenible. Además de mejorar la calidad de vida de las personas, el acceso a la educación inclusiva y equitativa puede ayudar abastecer a la población local con las herramientas necesarias para desarrollar soluciones innovadoras a los problemas más grandes del mundo.

¿Cuál es el objetivo en este caso? Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos. (ONU, 2019), lo cual se puede dar por medio de las tecnologías de la información para que el proceso de enseñanza aprendizaje sea creativo y cercano a la utilización cotidiana que los nativos digitales, que en este momento se encuentran cursando una carrera universitaria.

La creatividad es primordial para poder desarrollarse en el mundo actual para ello se presenta el concepto de creatividad según (Tarapuez & Lima, 2015) que define como Tener un solo concepto sobre creatividad no es tarea fácil. Sin embargo, y . antes de tomar una definición que sea más acorde con los propósitos del presente texto, es importante citar algunas de ellas: “Creatividad es la capacidad de ser receptivo a las experiencias proporcionadas por el medio y de buscar continuamente las posibilidades para un desarrollo ulterior”. Schachtel. “La creatividad incluye a la bisociación, la habilidad de reunir marcos no comunes de referencia”. Koestler. “Creatividad es el proceso de cambio, de desarrollo y de evolución en la

organización de la vida subjetiva”. Ghiselin. “Creatividad es el arte de buscar, ensayar y combinar el conocimiento en formas nuevas”. Parcker. “La creatividad puede reconsiderarse como una forma de solucionar problemas mediante intuiciones o una combinación de ideas de campos muy diferentes de conocimientos”. Gagné. “Creatividad es un proceso que comprende la sensibilidad a los problemas, a las deficiencias y fallos, a los elementos que faltan, a la no armonía; en suma, a la identificación de una dificultad.

2 IMPORTANCIA DEL E-LEARNING.

Una de las tendencias educativas actuales de mayor crecimiento en materia de incorporación de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) tiene que ver con el uso de dispositivos móviles (DM), como tabletas o smartphones, a lo cual se le conoce comúnmente como mobile learning o m-learning (Keengwe & Bhargava, 2017). Al respecto, por encargo de la Unesco, (Vosloo, 2013) indica la importancia y relevancia de emprender procesos de acercamiento de estos dispositivos a la educación en sus diversos niveles cuando manifiesta que:

Hoy los dispositivos móviles impregnan la vida diaria, dando acceso incomparable a la comunicación y la información [...] y aunque es probable que las escuelas físicas siguen siendo los nexos de la educación formal, los modelos de aprendizajes alternativos junto con la enseñanza a distancia ganarán terreno a medida que las tecnologías móviles se perfeccionen y difundan (Vosloo, 2013)

Lo anterior supone una gran serie de retos para el sistema educativo en su conjunto. En ese sentido, el aprovechamiento del potencial de una tecnología emergente y tan cambiante como los DM requiere generar cambios de orden pedagógico acompañados de procesos sostenibles de formación docente, dotación tecnológica, conectividad y cultura institucional (Brown & Mbat, 2017). En otras palabras, el sistema educativo requerirá explorar nuevas formas de concebir las escuelas más

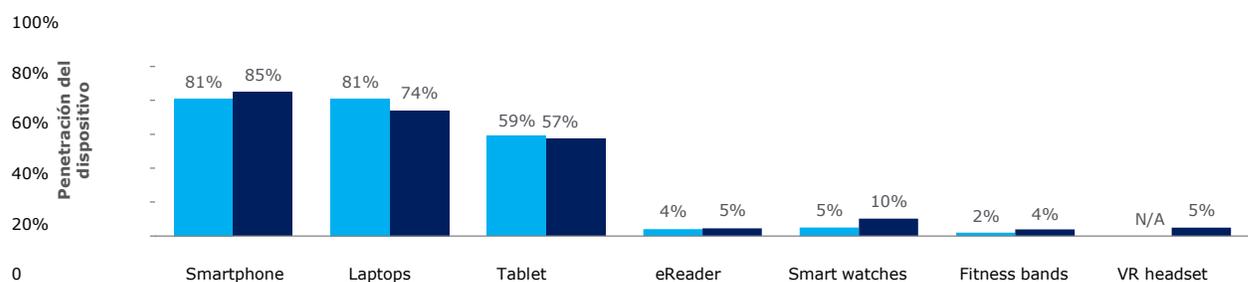
flexibles personalizadas y que aprovechen los valores agregados que brindan los dispositivos móviles. A partir de allí, la construcción de un nuevo paradigma educativo es un esfuerzo por redefinir el sentido de la educación y las formas en que se desarrolla de manera que, pueda conectarse con las necesidades y demandas de la sociedad del siglo XXI y al mismo tiempo con los intereses, necesidades, gustos y habilidades de cada estudiante. (SEPÚLVEDA, 2005)

Los avances tecnológicos han ido produciendo paulatinamente un cambio en la relación del individuo con la sociedad, la masificación de la tecnología ha desarrollado una actitud positiva hacia el cambio e innovación y constituye el primer paso hacia la democratización de la información y el conocimiento.

En la era de la información la educación es un derecho ineludible, es el principal medio para acceder a un trabajo remunerado

Los dispositivos como smartphones, laptops y tablets se mantienen con la mayor penetración en el mercado. En cuanto a la participación de los smartphones, ésta ha crecido 4% respecto al año anterior, manteniéndose en el liderazgo con un 85%.

Gráfico 1 Acceso a dispositivos móviles.



Fuente: México edition, Deloitte Global Mobile Consumer Survey, May - Jun 2015, May - Jun 2016 Base: Todos los encuestados, México, 2015: 2000, 2016: 200

El estudio de (Deloitte, 2016) muestra que el 45% de los celulares tienen una “segunda vida”. ¿A qué nos referimos con esto?, pues bien, una vez que el usuario decide cambiar de modelo de teléfono, opta por alguna opción en que el dispositivo continúe operando, por ejemplo, algunos deciden dárselo a un amigo o a un miembro de la familia (30%), guardarlo como repuesto (23%) o venderlo (15%), ya sea físicamente o en línea. Esta situación potencia un mercado de segunda mano que permite el constante crecimiento del consumo de servicios móviles y mayor tráfico de la red (Deloitte, 2016). El 70% de los alumnos de nivel de octavo cuatrimestre tiene un teléfono móvil con estas características.

3 LA IMPORTANCIA DEL E-MOJI-LEARNING

El e-moji-learning supone una experiencia de aprendizaje en la materia de los grupos de octavo cuatrimestre, denominados: 801 y 802 en la materia de creatividad empresarial de la Ingeniería en desarrollo de negocios y creatividad empresarial, área mercadotecnia. Son 62 alumnos 23 hombres y 39 mujeres, todos cuentan con dispositivo móvil (smartphone) con conexión a internet

Los dispositivos actuales son más rápidos y fáciles de conectar a Internet, comparado con lo que sucedía hace 20 años en donde la conectividad era normalmente cableada y para el uso de llamadas telefónicas. Hoy en día, además de las velocidades móviles celulares que son 1,000 veces más rápidas que las posibles con GSM, hay amplia cobertura de redes inalámbricas de corto alcance de Wi-Fi y Bluetooth. (Deloitte, 2016).

Checar los teléfonos se encuentra entre las primeras y últimas cosas que hacen en el día la mayor parte de los propietarios de smartphones, ya sea revisando redes sociales o los mensajes instantáneos (38% y 27% respectivamente), el estudio destaca que el 83% de los usuarios hace el chequeo de su smartphone en los primeros 30 minutos de la mañana, mientras que el 80% revisó su teléfono en los 30 minutos previos a dormir, incluyendo a aquellos que lo realizaron en menor tiempo (Deloitte, 2016). Esta es una práctica que en la mayoría de clases interrumpe

el proceso enseñanza aprendizaje, por lo cual nos dimos a la tarea de no pelear contra este dispositivo, en cambio decidimos utilizarlo como herramienta para el aprendizaje.

Las principales actividades que los usuarios realizan en la madrugada son la verificación de la hora con un 44%, seguida de actividades como verificar mensajes instantáneos, verificar las notificaciones de redes sociales o responder los mensajes instantáneos, estas últimas con 35%, 34% y 25% respectivamente.



Gráfico 2 Actividades realizadas con el teléfono durante la noche. Fuente: México edition, Deloitte Global Mobile Consumer Survey, May - Jun 2016 Base: Todos los propietarios de Smartphones: 1699

Las redes sociales son lugares donde los emojis están presentes en todo momento y son elementos de comunicación con lo cual los milenial, rango de edad de estudiantes que cursan el nivel licenciatura interactúan todos los días.

Los emoticones o emojis son representaciones esquemáticas de expresiones faciales o pequeñas imágenes que se añaden a los mensajes electrónicos. Los emoticones textuales se componen de signos de puntuación, como :), y se leen inclinando la cabeza hacia la izquierda, mientras que desde hace alrededor de una

década se han popularizado también emoticones gráficos, constituidos por pequeñas imágenes prediseñadas. Hoy en día es difícil encontrar programas o aplicaciones destinadas a la comunicación interpersonal que no integren un conjunto de emoticones: los hallamos en las aplicaciones de mensajería, en las redes sociales, en los foros, en algunos programas de correo electrónico, en los blogs. Cuando no hay conjuntos predeterminados, los usuarios pueden añadir manualmente las populares secuencias de signos de puntuación.

Su popularidad es tal que aparecen incluso fuera del ámbito digital: no es infrecuente encontrar logotipos, anuncios o instrucciones que integran estos pequeños pictogramas. Son tan frecuentes que casi pasan desapercibidos. (Sampietro, www.redalyc.org, 2019)

El término “emoji” también deriva del japonés, en ese caso de e (‘imagen’) y moji (‘carácter’). Creados a finales de los años 90 en Japón, se trata de pequeños pictogramas en color, que se añaden a los intercambios electrónicos en diferentes soportes.



Ilustración 4 Consultado en [emojipedia https://emojipedia.org/emoji-13.0](https://emojipedia.org/emoji-13.0)

Debido a la difusión de estos pictogramas, un consorcio internacional denominado Unicode se ocupa desde hace años tanto del diseño de los emojis como de su

codificación, para permitir la transmisión de estos pequeños iconos a distintos soportes. Gigantes informáticos como Twitter, Apple, Gmail y Android han adoptado el estándar Unicode, aunque puede haber pequeñas diferencias de visualización en los distintos soportes. El consorcio Unicode actualiza periódicamente el conjunto de emojis.



Ilustración 3

Fuente: *Emojipedia*

Por ejemplo, el emoticono U+1F647 (person bowing deeply), que representa una persona que se inclina hacia adelante (el primero de izquierda a derecha y de arriba a abajo), según un diccionario de emojis en español indicaría una persona arrepentida (Ortiz, 2015). En realidad, la reverencia está profundamente arraigada en la cultura japonesa y se utiliza en una gran variedad de situaciones, no solo en saludos y despedidas o para marcar el comienzo o finalización de una clase. Aquí podemos observar como los alumnos ocupan este tipo de medidas para sus clases.

Para que les serviría el uso de esas tecnologías para su formación

Según (2015) (Gettinger & Koeszegi, 2015) es más fácil que dos personas alcancen un acuerdo si utilizan emoticonos, lo que podría tener importantes implicaciones en ámbito profesional. También (Darics, 2012) (2012) destaca el importante papel que pueden tener los emoticonos y otros rasgos no verbales en contexto empresarial, donde ayudarían a estrechar los

lazos interpersonales y serían un elemento fundamental del trabajo relacional (Locher & Watts, 2016). Entre otros factores que influyen en el uso de emoticonos se encuentran el registro del intercambio (YUS, 2014), la temática (Kavanagh, 2010); el tipo de actividad (Derks & Grumbkow, , 2014) y también la personalidad del receptor (Xu, 2017). Finalmente, algunos estudios también consideran el contexto que acompaña los emoticonos, también en situaciones experimentales. Especialmente, (Walther & D'Addario , 2019) notaron en sus experimentos que variaciones en el mensaje escrito tenían más efecto en la percepción del mensaje por los participantes que la presencia de emoticonos, incluso cuando estos contrastaban con el contenido verbal; es decir, los emoticonos podían simplemente potenciar el valor emotivo de un mensaje.

Ahora bien, más allá de lo encontrado en la literatura especializada, resulta pertinente enfatizar, desde la investigación, en el contexto que hace factible o efectiva la implementación educativa de dispositivos móviles, ya que este no solo caracteriza, sino que determina las experiencias de. (Diaz, 2017)

En el contexto latinoamericano se evidencia en la actualidad una gran cantidad de iniciativas que apuestan por hacer del uso de tecnologías móviles una parte importante de la solución para cerrar las brechas educativas en el continente. Iniciativas como PSU móvil (para la Prueba de Selección Universitaria), en Chile; Mobile for supervisors, en Argentina, y Evaluación de aprendizaje a través de celulares, en Paraguay (Chiappe, 2016) apoyan la afirmación anterior y contribuyen a allanar el camino para que empiecen a surgir proyectos e iniciativas educativas sustentadas en el uso de dispositivos móviles.

En la localidad de San Pablo Huixtepec ubicada a hora y media de la ciudad capital Oaxaca de Juárez, con rumbo a Puerto Escondido Oaxaca, donde se ubica la UTVCO, los alumnos cuentan con dispositivos móviles, que distraen a el alumno de las actividades académicas.

Surge la idea de realizar actividades con los dispositivos móviles. En la unidad temática de la materia de Creatividad Empresarial, Proceso del pensamiento creativo, Tema Depuración de ideas/Generación de ideas, se pide como “Saber hacer”: Generar ideas de productos innovadores.

4 EJEMPLO DE ACTIVIDAD

Se estructuró la implementación del e-moji-learning en educación superior en la UTVCO con el propósito de desarrollar habilidades de creatividad empresarial. La cuál consistió en lo siguiente.

1. Mostrar la siguiente imagen.



Figura 1

2. Preguntar quién cuenta con un celular y con alguna aplicación que cuente con emojis.
3. Explicar el distinto contexto de la respuesta asignándole un emoji diferente.

4. Pedir que en su libreta generen y escriban con texto una idea que quieran comunicar sobre alguna empresa que no sea mayor a 3 renglones, al igual que la respuesta analizada en el punto 1
5. Escribir nuevamente la idea que quieren comunicar pero eliminar palabras clave por emojis y dibujar los emojis en lugar de las palabras.
6. A continuación, eliminar todas las palabras y dibujar solo emojis.
7. Se revisa cada uno de los procesos de creación del mensaje con solo palabras a puros emojis.
8. Una vez validado se imprime con emojis tomados de la aplicación de su dispositivo móvil que llevan con ellos.
9. Se “testea” con reingeniería, mostrando a los compañeros el mensaje con los emojis(impresos), tratando que los compañeros descifren el mensaje.
10. Una vez validado por los compañeros, se toma fotografías del proceso con el celular para archivarlo en un pdf, el cual se mandara al “grupo de WhatsApp” de la materia previamente creado, como evidencia.

En la aplicación de esta estrategia se puede observar que los alumnos no están acostumbrados a utilizar su celular como herramienta de generación de material didáctico.

En algunas ocasiones lo ocupan como método de consulta, pero no todos los profesores permiten su uso.

EL 90% de los alumnos estuvo activo y comprometido con la actividad.

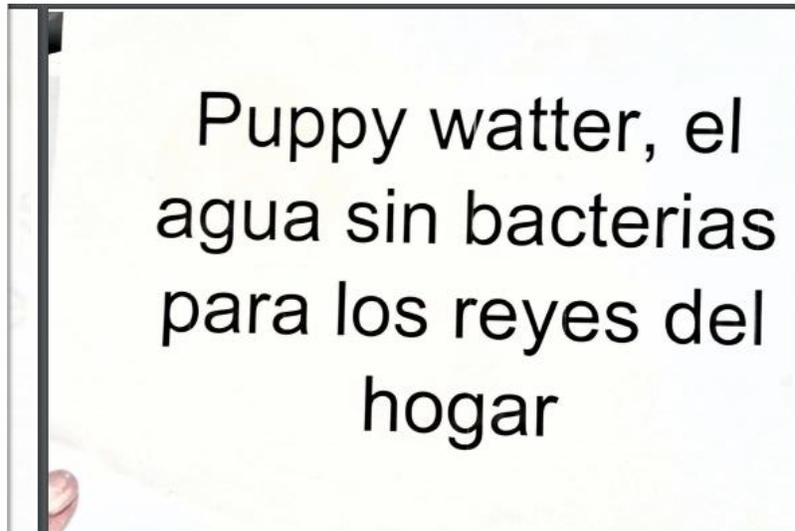
Todos terminaron la actividad dentro de los 50 minutos activos que dura la sesión.

Se logra generar empatía con ellos utilizando un dispositivo de su vida cotidiana al igual que aplicaciones que ellos creen fundamentales.

Como conclusión el e-moji-learning da resultado positivo en la generación de desarrollar habilidades para las tareas específicas de creatividad y comunicación empresarial.

Se anexa ejemplo de la actividad realizada.

Mensaje de promoción que se quiere comunicar

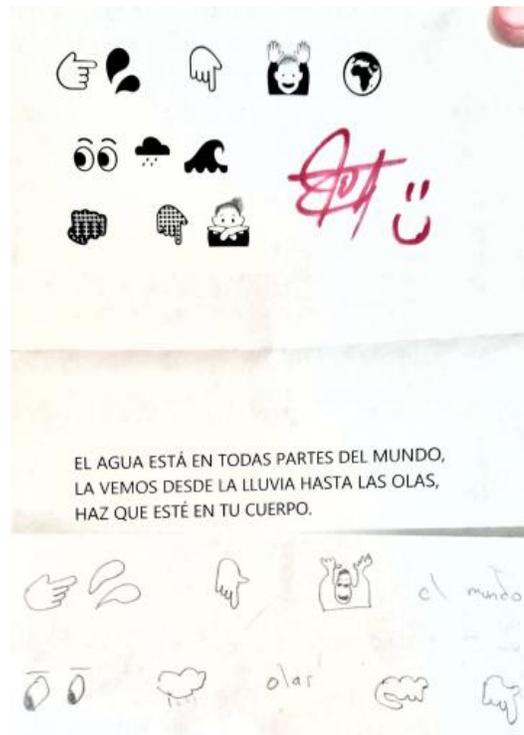
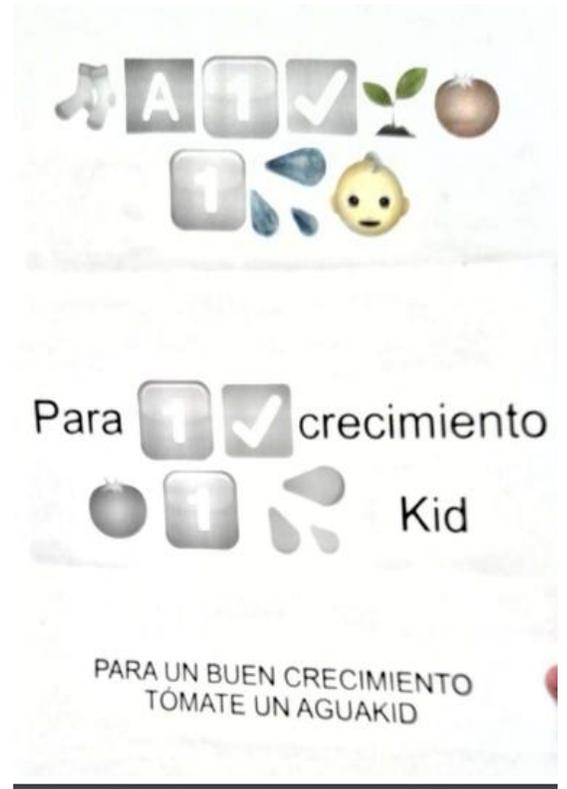
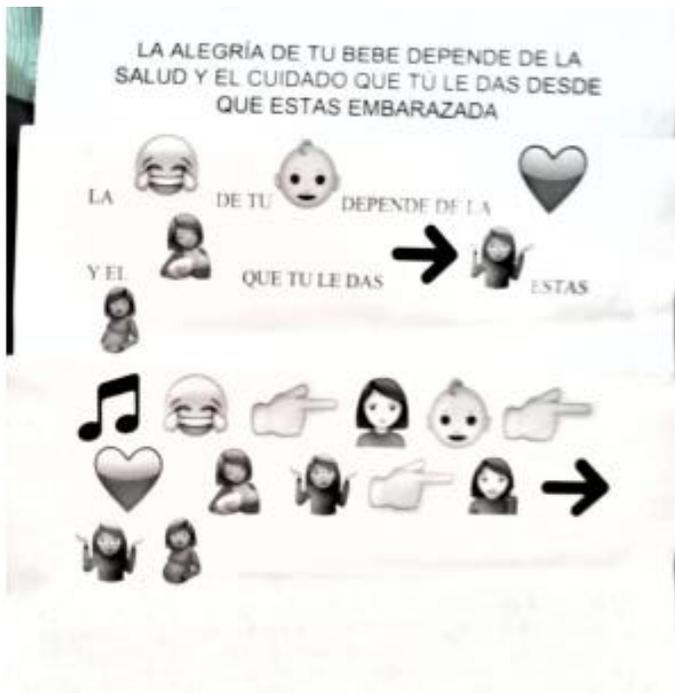


Mensaje donde los emojis sustituyen palabras



Mensaje de promoción de marca de agua con solo emojis





①

"El agua que te acompaña a todos
 lados con tu bicicleta, rápido y ligero
 como tú."

②

El  que te  a todos  con
 tu ,  y   

③

  , , , 
 

Bibliografía

- Brown, T., & Mbat, L. (26 de Junio de 2017). *The International Review of Research in Open and Distributed Learning*, . Obtenido de doi: 10.19173/irrodl.v16i2.2071
- Chiappe, A. (29 de Julio de 2016). *Tendencias sobre contenidos educativos digitales en América Latina*. Obtenido de http://www.tic.siteal.org/sites/default/files/stic_publicacion_files/tic_cuaderno_contenidos_digitales.pdf
- Darics, E. (2012). *Instant Messaging in work-based virtual teams: the analysis of nonverbal communication used for the contextualisation of transactional and*. Loughborough: Loughborough University.
- Deloitte. (2016). *Hábitos de los consumidores*. Mexico: consulting.
- Derks, D., & Grumbkow, J. (11 de 4 de 2014). Emoticons and social interaction. *Computers in Human Behavior*,, págs. 842-849.
- Diaz, B. (20 de Junio de 2017). *Cognición situada y estrategias para el aprendizaje significativo*. Obtenido de Revista Electrónica de Investigación Educativa: : http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1607-40412003000200011&script=sci_arttext
- Gettinger, J., & Koeszegi, S. (2015). More than Words: The Effect of Emoticons . *Outlooks and Insights on Group Decision and Negotiation, Lecture Notes in* (págs. 1-16). Barsovia: Processing. 15th International Conference.
- Kavanagh, K. (1 de 1 de 2010). A Cross-Cultural Analysis of Japanese and English Non-Verbal. *Intercultural*, págs. 65-80.
- Keengwe, J., & Bhargava, M. (2 de julio de 2017). *Education and Information Technologies*. Obtenido de "Mobile learning and integration of mobile technologies in education",: doi: 10.1007/s10639-013-9250-3
- Locher, M., & Watts, R. (6 de 1 de 2016). Language, Behaviour, Culture. *Journal of Politeness Theory and Relational Work*, págs. 1-5.
- ONU. (12 de 03 de 2019). www.un.org. Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2017/07/se-debe-acelerar-la-implementacion-de-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Ortiz, D. G. (1 de Enero de 2015). *El significado definitivo de los emoticonos de WhatsApp*. Obtenido de http://www.tecnoplora.com/apps/diccionario-definitivo-emoticonoswhatsapp_2014052600001.html

Sampietro, A. (2016). *Emoticonos y emojis*. Valencia: UNIVERSITAT DE VALÈNCIA.

Sampietro, A. (19 de 01 de 2019). *www.redalyc.org*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/4959/495952431010/html/index.html>

Sánchez, N. D. (12 de 03 de 2019). *UTVCO.edu.mx*. Obtenido de <http://www.utvco.edu.mx/universidad.html>

Vosloo, S. (2013). *Aprendizaje móvil y políticas: Cuestiones clave*, . Paris: UNESCO.

Walther, J., & D'Addario, K. (3 de 1 de 2019). The Impacts of Emoticons on Message. *Social Science Computer*, págs. 324-347.

Xu, L. (9 de 7 de 2017). Emotional Expression Online : the Impact of Task ,. *PACIS*, págs. 79-80.

YUS, F. (1 de 12 de 2014). Not all emoticons are created equal. *Lenguaje y Discurso*, págs. 511-529.