



Stickers en WhatsApp: Etnografía digital en estudiantes de comunicación

Stickers on WhatsApp: Digital ethnography among communication students

Catherine Lizbeth Soto Ochoa¹ , Franklin Gustavo Santín-Picoita¹
Eduardo-Fabio Henríquez-Mendoza² , Ketty Daniela Calva Cabrera¹

¹Universidad Nacional de Loja- ECUADOR | ²Universidad Estatal Península de Santa Elena

DOI: 10.26807/rp.v29i124.2304

Fecha de envío: 22/07/2025 | Fecha de aceptación: 22/12/2025 | Fecha de publicación: 26/12/2025

Resumen

Hoy, en la era digital, los jóvenes han formado nuevas convenciones de interrelacionarse mediante las diferentes redes sociales. Un ejemplo de ello, es la aplicación de WhatsApp, donde aparece una forma de comunicación no verbal conocida como stickers, elementos comunicacionales que, como imágenes gráficas, en ocasiones, transgreden las reglas lingüísticas tradicionales al omitir la ortografía y la estética visual formal. Es por ello que, la investigación examinó el uso de stickers en la comunicación informal de WhatsApp en los estudiantes de la carrera de comunicación de la Universidad Nacional de Loja, 2025. La investigación, midió la frecuencia de su uso, evaluó las funciones que desempeñan en la comunicación juvenil y examinó los códigos, expresiones y elementos culturales presentes en los stickers utilizados, mediante una mirada digital etnográfica, combinando paradigmas positivistas e interpretativo. Se utilizó un enfoque mixto, con un diseño no experimental, descriptivo y de campo, aplicando técnicas cualitativas y cuantitativas como la etnografía digital, matriz de observación y encuestas. La población fue de 208 estudiantes de la carrera de comunicación, con una muestra intencionada de 25 estudiantes, seleccionados por su cercanía al ámbito profesional, donde se espera mayor formalidad comunicativa. Los resultados indican que los stickers refuerzan la identidad grupal y la expresión emocional sin afectar la comunicación formal, dado que el 68% de los estudiantes adaptan su uso según el contexto social.

Palabras claves: Stickers, comunicación no verbal, comunicación informal, identidad grupal, WhatsApp.

Abstract

Today, in the digital age, young people have developed new conventions for interacting on various social media platforms. An example of this is the WhatsApp application, which introduces a new form of nonverbal communication known as stickers, communication elements that are images larger than emojis. These images have broken traditional linguistic rules by ignoring spelling and visual aesthetics. Therefore, this research analyzes the use of stickers in informal WhatsApp communication among students of the Communications program at the National University of Loja, 2025. From a digital ethnographic perspective, combining positivist and interpretive paradigms, a mixed-method approach was employed, with a non-experimental descriptive field design. The codes, expressions, and cultural elements present in the stickers were examined, applying techniques such as digital ethnography, observation matrix, and surveys. The sample consisted of 208 Communications students, with a sample of 25 eighth-year students, selected for their proximity to the professional field, where greater communicative formality is expected. The results indicate that stickers reinforce group identity and emotional expression without

affecting formal communication, given that 68% of students adapt their use according to the social context.

Keywords: Stickers, nonverbal communication, informal communication, group identity, WhatsApp.

1. Introducción

En la actualidad, la comunicación digital ha transformado las formas de comunicación en los jóvenes universitarios. Desde el posicionamiento de las redes sociales los jóvenes han tenido que adaptarse a las nuevas dinámicas de interacción social. Por ende, lo digital ya no solo funciona como un canal técnico, sino como un entorno simbólico cargado de significados. Estos espacios son ahora ámbitos donde se construye identidades, se generan emociones y se crean discursos culturales. Según Barredo et al. (2020), estas plataformas operan como ámbitos de construcción social, donde lo visual particularmente en formatos como stickers reciben un rol central al transmitir significados sin depender del lenguaje verbal.

Las redes son un entorno simbólico porque en ellas se encuentra la comunicación visual, la cual, informa y comunica por medio de imágenes con significados denotativos y connotativos sin necesidad de un texto. Esta dualidad facilita que elementos visuales como stickers vayan más allá de lo estético integrando la comunicación no verbal-simbólica en interacciones digitales (Branda y Cuenya, 2014).

Dentro de las redes sociales la comunicación no verbal ahora es visual-digital, donde los gestos físicos, necesarios en la comunicación cara a cara para interpretar una emoción, han sido sustituidos por imágenes autónomas. Estas imágenes, que las redes sociales facilitan, se crean para simplificar el texto, en el contexto de un mensaje la imagen apoya y complementa al entendimiento del escrito. Sin embargo, los stickers lo han reemplazado desarrollando un lenguaje propio, es decir estos comunican emociones, expresiones y actitudes con una sola imagen e incluso transmiten mensajes con mayor efectividad y rapidez (Yus, 2023).

Los stickers reflejan aspectos de impresiones humanas en la comunicación digital, estos nacen por la necesidad de compensar la falta de códigos no verbales en mensajes escritos, así mismo cuentan con la capacidad de dinamizar las conversaciones convirtiéndolas en más reales y afectivas (Atarama, 2020). Por su parte, Arango (2022), sostiene que los stickers han dejado de ser simples elementos iconográficos decorativos para convertirse en verdaderas herramientas de comunicación. Cumpliendo funciones multimodales que expresan emociones y sentimientos (alegría, tristeza, ironía, amor) de manera más efectiva que el texto, por ejemplo, un sticker de corazón comunica amor sin necesidad de explicarlo con palabras (Samprieto, 2023). Por tal razón, Luna (2022), los describe como un discurso icónico característicos del humor, ya que abordan imágenes de personajes animados referentes a la cultura local, transmiten sentimientos y emociones de manera cómica sin importar lo que se esté expresando con ellos, las personas lo toman de forma sarcástica así el sticker refleje enojo o tristeza que son sentimientos fuertes del individuo.

Sin embargo, para Vela y Cantamutto (2024), el uso de stickers también implica limitaciones, tales como restringir el desarrollo de habilidades discursivas como la redacción coherente o el uso adecuado de las normas ortográficas, ya que para las autoras la naturaleza de ellos es la informalidad, la cual, se da con el lenguaje coloquial y el vulgarismo que es considerado como palabras o expresiones propias del lenguaje vulgar, es decir, palabras incorrectas o inapropiadas, estos no respetan las normas gramaticales y léxicas del español estándar. Lo que es común en los stickers, la mayoría de ellos están acompañados de frases mal estructuradas, faltas ortográficas y palabras inapropiadas, representando así un riesgo para la comunicación formal de los estudiantes de comunicación. No obstante, Carvajal (2016), no considera que el sticker deba tener texto, ya que, según su postura, estos fueron creados para comunicar sentimientos o ideas específicas, limitándose únicamente a ser

elementos expresivos más no para generar algún tipo de diálogo.

El medio por el cual los jóvenes universitarios utilizan los stickers es la app de WhatsApp, si bien es cierto quienes más aprovechan los beneficios de esta aplicación son ellos, no es un secreto que WhatsApp cumple un papel fundamental dentro de la educación. A raíz de la pandemia de COVID-19 es que toma lugar esta app dentro del ámbito académico, docentes y estudiantes creaban grupos, donde se compartían archivos, tareas, enunciados, de forma que aportaba al aprendizaje colectivo. Es de esta manera como WhatsApp se implantó dentro de la academia especialmente en los universitarios que se mantienen conectados por el atractivo de que esta plataforma funciona tanto para el uso educativo como para entretenimiento, siendo la aplicación móvil más utilizada a nivel mundial (Arias, 2024).

WhatsApp se ha convertido en la app favorita de los jóvenes, ya que, esta aplicación les permite crear y personalizar stickers, aquí surge la contradicción del uso de ellos. Como ya se había mencionado, WhatsApp entra en el ámbito académico, es decir, en un ámbito formal donde la comunicación debe ser la correcta, pues estos elementos visuales irrumpen con la formalidad de interacción entre los usuarios, siendo elementos multimodales humorísticos que tienden a llevar a la comunicación informal a la preparación profesional de los jóvenes, desafiando las reglas tradicionales de la escritura. Entonces, los jóvenes gestionan una dualidad comunicativa, el conflicto entre priorizar la buena ortografía o adaptarse a la comunicación inmediata que brindan los stickers. En otras palabras, los estudiantes están conscientes que usarlos continuamente pueden influir en la informalidad de la comunicación (Venegas, 2024).

En este marco, el presente estudio propone examinar el uso de stickers en la comunicación informal de WhatsApp: Un estudio digital etnográfico en los estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Nacional de Loja, 2025. Teniendo como objetivo medir la frecuencia e importancia del uso de los stickers predeterminados de WhatsApp, texto o imágenes, stickers en movimiento, con lenguaje coloquial o creados por los usuarios en la comunicación informal mediados por los móviles de los estudiantes. Además, se busca evaluar qué funciones cumplen los stickers informales en las conversaciones de los jóvenes, y determinar qué códigos, expresiones y elementos culturales son visibles en los stickers utilizados por los estudiantes.

Es así como surge la pregunta a investigar ¿Cuál es el uso que se le da stickers en la comunicación informal de WhatsApp en los estudiantes de la Carrera de Comunicación de la Universidad Nacional de Loja, 2025? Esta interrogante busca analizar el comportamiento de uso como al sentido simbólico que adquieren estos recursos en la interacción entre los jóvenes, la pregunta se centra en cómo el uso de stickers contribuye a la mutación de nuevas formas de expresión, normalizando la ambigüedad emocional, la informalidad comunicativa y debilitando la calidad del lenguaje. Por ende, es importante entender si la utilización de stickers fomenta dependencia negativa en la capacidad de comunicación formal en los entornos académicos y profesionales. Además, es necesario saber en qué nivel esta situación hace parte de la comunicación no verbal de los jóvenes estudiantes de la carrera de Comunicación, o si simplemente son códigos visuales que son utilizados por moda, o cuál es la interpretación que los estudiantes tienen ante los stickers (Gómez, 2017).

El estudio parte de una etnografía digital localizada la mensajería del WhatsApp de los estudiantes de la carrera de Comunicación. En este sentido se entiende la mensajería como una forma de comunicación en tiempo real entre personas, fundamentadas en el texto. Pero cuando la comunicación es por imágenes gráficas se potencian otras formas de comunicación que visualmente contribuyen a una disposición popular de utilidad entre los usuarios, por tal razón, Gómez y Gómez (2015), mencionan que el uso de WhatsApp es común en los jóvenes universitarios, por la comodidad que les brinda al facilitarles el uso de estos elementos visuales.

Para Pérez (2013), la lingüística se ha sometido a cambios desde su existencia y con la

llegada de la tecnología aún más. Dentro de las redes sociales se puede observar cómo han surgido nuevos recursos comunicativos modificando las normas lingüísticas tradicionales. Por lo tanto, esta investigación se cubre de relevancia social, ya que, los elementos que se desean estudiar pueden aportar a un futuro cambio lingüístico que reconfiguran las mismas raíces de la comunicación cotidiana.

2. Metodología

De acuerdo a los objetivos propuestos, la presente investigación se desarrolló bajo un diseño descriptivo que integra elementos de los paradigmas positivista e interpretativo. La combinación, desarrollada mediante un enfoque mixto, permitió la cuantificación de frecuencias de uso como la comparación de sus significados. Esta unión metodológica busca aprovechar las fortalezas de ambos enfoques para examinar el uso de stickers en la comunicación informal. De esta manera, se pretende medir la frecuencia e importancia del uso de los stickers predeterminados de WhatsApp, texto o imágenes, stickers en movimiento, con lenguaje coloquial o creados por los usuarios en la comunicación informal. Desde la app se observará el uso de los stickers, permitiendo evaluar las funciones que cumplen, la informalidad y así determinar códigos, expresiones y elementos culturales que son visibles en los stickers utilizados (Ruiz et al., 2013). Las herramientas de recolección de datos fueron validadas por expertos del campo de estudio, quienes evaluaron coherencia y pertinencia para la aplicación de etnografía digital, encuestas y matriz de observación, esto con el fin de saber si estas iban a acorde a los objetivos de estudio.

La aplicación de instrumentos y recolección de datos se llevó a cabo en el lapso de 3 meses, abril, mayo y junio, duración correspondiente al periodo académico del 2025. Este tiempo se consideró estratégico para observar y analizar interacciones, dado que el grupo de chat presenta mayor actividad durante el semestre académico en contraste con los periodos de vacaciones. Por lo tanto, la ejecución de las técnicas se basó en una única fase de campo organizada en dos pasos: la aplicación de encuestas y la observación tanto participante como no participante, siendo así una fase sistemática permitiendo realizar la triangulación metodológica validando y contrastando los resultados obtenidos, de esta manera se mejora la confiabilidad, profundidad y comprensión del objeto de estudio (Arias, 2000).

La unidad de análisis de la investigación, fue en la carrera de Comunicación de la Universidad Nacional de Loja, tenido un total de 208 estudiantes, quienes representan el universo total de la población, distribuida en 8 ciclos, de los cuales se seleccionó únicamente al octavo ciclo como muestra, este muestreo fue tomado como no probabilístico por conveniencia, que de acuerdo con Sampieri et al. (2014), se lo aplica en técnicas cualitativas con base a la accesibilidad. En este caso, la etnografía digital requiere que el investigador esté dentro del entorno digital, es por ello que se los eligió a los estudiantes del octavo ciclo, debido a la accesibilidad al grupo de WhatsApp.

La muestra final estuvo conformada por 25 estudiantes. Además, se tomó esta muestra debido a su cercanía al ámbito profesional ya que, el estudio se enfoca en examinar el uso que los estudiantes le dan a los stickers y con ello saber si estos elementos visuales influyen en su formación profesional. Todo ello considerando que su conocimiento y manejo de las reglas gramaticales debe ser el correcto, más aún cuando la literatura científica evidencia que los stickers irrumpen o modifican ciertas normas comunicativas tradicionales, lo que representa un riesgo relevante para los futuros comunicadores.

La técnica cualitativa utilizada fue la etnografía digital. Según Pink et al. (2019), esta técnica es la evolución de la etnografía tradicional a los entornos virtuales, donde se analizan comportamientos generados por los usuarios dentro de las redes sociales, permitiendo explorar cómo las personas se comunican, crean y establecen relaciones. Esta metodología mezcla técnicas de análisis cultural con herramientas digitales para comprender fenómenos emergentes en la era de la tecnología y el internet.

Para plasmar la etnografía se construyó un guion literario mismo que cuenta con 4

bloques, en los cuales se muestran capturas y grabaciones de pantalla, testimonios de los estudiantes y tomas de paso, todo este material explica la causa del por qué los utilizan y cuáles son sus efectos en la comunicación formal de los estudiantes.

En la fase del análisis con la técnica cuantitativa se utilizó la encuesta estructurada, misma que según Casas et al. (2003), tiene como objetivo obtener datos de una población o grupo específico de interés con el fin de conocer sus características, opiniones o comportamientos. La encuesta contó con un cuestionario de 20 preguntas cerradas de opción múltiple, las cuales se diseñaron en base a la variable independiente y dependiente clasificándose en 5 secciones temáticas, tales como características demográficas, frecuencia de uso y tipos, preferencias y personalización, funciones comunicativas y construcción de códigos compartidos. Las respuestas se midieron la escala media, moda y mediana lo cual ayudó a caracterizar la frecuencia de uso de los stickers. Esto dado que la muestra corresponde a un solo curso de 25 estudiantes. Las secciones se construyeron con el objetivo de medir la frecuencia e importancia de los stickers en la comunicación informal de los estudiantes evaluando las funciones que estos cumplen.

Como parte del enfoque cualitativo, se aplicó la observación participante, la técnica permitió que investigador se involucre en el entorno de estudio, con el fin de observar cómo es el uso que los estudiantes le dan a los stickers. ya que fue esencial para entender la dinámica de comunicación entre ellos, saber cómo se construye el mensaje a partir de un sticker en la comunicación informal.

La matriz de observación que para Campos (2012), esta organiza datos de manera más sistematizada y lógica a través del registro visual con el que se puede verificar lo que se pretende conocer de manera objetiva, misma que ayudó identificando patrones de uso revelando estrategias de comunicación no verbal adaptadas al entorno digital, demostrando la creación de códigos compartidos que fortalecen la identidad grupal. Asimismo, esta permite evidenciar el equilibrio entre expresión informal y competencias profesionales de los estudiantes. La matriz se estructuró en categorías correspondientes a tipo de stickers, función comunicativa y elementos culturales, donde se analiza la tipología de stickers, el registro cuantitativo por frecuencia de uso, patrones y códigos. Es así como la triangulación metodológica de los tres instrumentos compara y confirma los datos recolectados ofreciendo una visión objetiva y profunda del objeto de estudio.

3. Resultados

3.1. Encuesta

Los datos muestran que la mayoría de los participantes utilizan stickers en chats de WhatsApp con bastante frecuencia, un 32 % indicó que los usa siempre y un 24 % frecuentemente, lo que suma un 56 % de uso habitual. Además, un 24 % manifestó usarlos a veces, mientras que los niveles bajos de uso, rara vez y nunca representan solo el 20 % de las respuestas. La media de uso es de 3.64 en una escala de 1 a 5, lo cual se aproxima a la categoría frecuentemente, y la mediana es 4, lo que refuerza esta tendencia central. La dispersión de los datos es moderada, con una desviación estándar de 1.22, indicando cierta variabilidad en la frecuencia, aunque la mayoría tiende hacia un uso medio-alto

Tabla 1. ¿Con qué frecuencia usa los stikers en chats de WhatsApp?

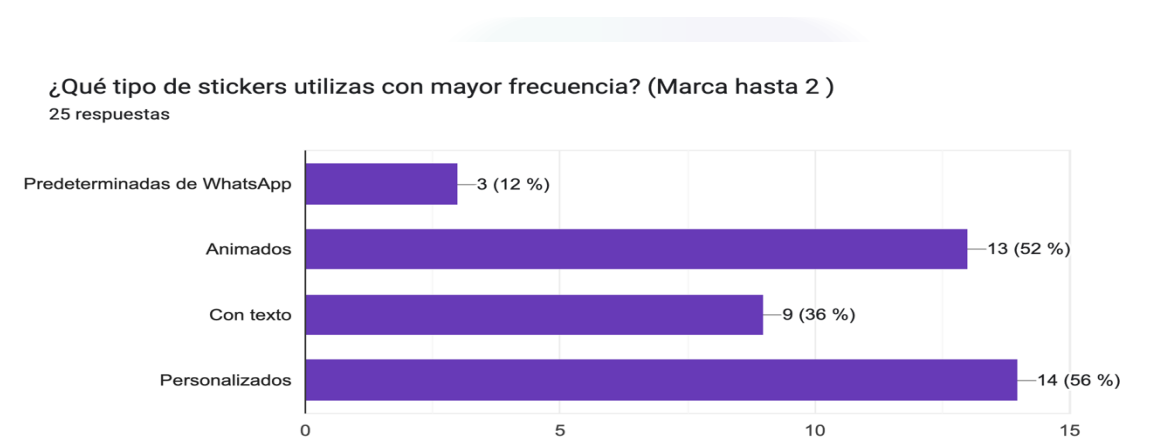
Uso de stikers en chats de WhatsApp	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
5. Siempre	8	32.0%	32.0%
4. Frecuentemente	6	24.0%	56.0%
3. A veces	6	24.0%	80.0%
2. Rara vez	4	16.0%	96.0%
1. Nunca	1	4.0%	100.0%

N	25
Perdidos	0
Media	3.64
Mediana	4
Desviación estándar	1.22
Varianza	1.49
Mínimo	1
Máximo	5

Nota. Elaboración propia

La gráfica evidencia que los stickers más utilizados por los participantes son los personalizados 56 % y los animados 52 %, lo que indica una clara preferencia por recursos visuales que permiten mayor expresividad y diferenciación personal. En tercer lugar, se encuentran los stickers con texto 36 %, que podrían estar vinculados a intenciones comunicativas explícitas o contextuales. En contraste, los predeterminados de WhatsApp son los menos utilizados 12 %, lo que sugiere que los usuarios tienden a evitar opciones genéricas en favor de alternativas más dinámicas y personalizadas.

Figura 1. ¿Qué tipo de stickers utilizas con mayor frecuencia? (marcar hasta 2)



Nota. Elaboración propia

Los resultados indican que el contexto predominante para el uso de stickers en WhatsApp es el chat con amigos, con un 80 % de las respuestas, lo que muestra una clara preferencia por este tipo de interacción informal. En menor medida, un 16 % de los encuestados afirmó usarlos en cualquier chat, mientras que solo un 4 % indicó no usarlos en absoluto. Llama la atención que ningún participante reportó utilizarlos en grupos académicos, lo que sugiere que el uso de stickers se percibe como poco adecuado o poco relevante en entornos formales. La media 1.44 y la mediana 1 confirman esta tendencia al uso específico y restringido al ámbito de la amistad, y la baja desviación estándar 0.917 indica que las respuestas fueron bastante homogéneas.

Tabla 2. ¿En qué tipo de conversaciones usas más stickers?

Contexto de uso	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
4. Grupos académicos	0	0.0%	0.0%
3. En ningún chat	1	4.0%	4.0%
2. En cualquier chat	4	16.0%	20.0%
1. Chat con amigos	20	80.0%	100.0%
N			

Perdidos	0
Media	1.44
Mediana	1
Desviación estándar	0.917
Mínimo	1
Máximo	4

Nota. Elaboración propia

Además, se identifica una ligera tendencia entre los participantes al manifestar que el uso de stickers puede hacer que se pierda la importancia de la formalidad o del contenido 52 %, mientras que el 48 % manifiesta que siempre cuida el contexto comunicativo, incluso al emplear stickers. La media de 1.48 y la mediana de 1 indican una leve inclinación hacia la percepción de pérdida de importancia del mensaje formal, aunque la diferencia entre ambos grupos es mínima. La baja desviación estándar 0.510 sugiere que las respuestas están agrupadas de forma bastante homogénea en torno a estas dos posturas.

Tabla 3. Cuando usas stickers ¿Sientes que las reglas de ortografía o formalidad pierden importancia?

Normas escritura formalidad	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
2. No, siempre cuido el contexto incluso con los stickers	12	48.0%	48.0%
Si, pierden la importancia total	13	52.0%	100.0%

N

Perdidos	0
Media	1.48
Mediana	1
Desviación estándar	0.510
Mínimo	1
Máximo	2
N	25

Nota. Elaboración propia

Los resultados sobre la función comunicativa de los stickers en WhatsApp reflejan una distribución equilibrada entre dos funciones principales: el 48 % de los participantes eligió la opción 1 y otro 48 % la opción 2, lo que sugiere que los stickers cumplen múltiples propósitos para los usuarios. Solo un 4 % seleccionó la opción 3, lo que indica que esta función es poco común o menos reconocida. La media 1.56 y la mediana 2 apuntan a una ligera inclinación hacia la segunda función, aunque la diferencia es mínima. La baja desviación estándar 0.583 sugiere que las respuestas estuvieron concentradas en torno a las dos primeras categorías.

Tabla 4. ¿Qué función crees que cumplen los stickers en tus conversaciones de WhatsApp?

Función comunicativa stickers	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
1. Expresar emociones o sentimientos de forma más efectiva	12	48.0%	48.0%
Agregar humor o ironía a la conversación	12	48.0%	96.0%
Ahorro tiempo o esfuerzo en la escritura	1	4.0%	100.0%

N	25
Perdidos	0
Media	1.56
Mediana	2
Desviación estándar	0.583
Mínimo	1
Máximo	3

Nota. Elaboración propia

Los datos muestran que la mayoría de los participantes, es decir, el 68 % adapta algunos stickers según el contexto social, mientras que un 12 % afirma que sí los adapta completamente, y un 20 % indica que no realiza ninguna adaptación. La media de 2.48 y la mediana de 3 confirman que la tendencia dominante es una adaptación parcial, lo que refleja una actitud consciente, aunque flexible, frente a las normas sociales y comunicativas. La desviación estándar de 0.823 sugiere cierta variabilidad en las prácticas, pero con predominancia de respuestas hacia los niveles medios-altos de adecuación.

Tabla 5. ¿Usas los mismos stickers con compañeros que con profesores o familia?

Adaptación contexto social	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
3. Adapto algunos	17	68.0%	68.0%
2. Si	3	12.0%	80.0%
1. No	5	20.0%	100.0%
N			
Perdidos	0		
Media	2.48		
Mediana	3		
Desviación estándar	0.823		
Mínimo	1		
Máximo	3		

Nota. Elaboración propia

3.2. Etnografía digital

La etnografía digital examinó el uso que los estudiantes le dan a los stickers, capturando comportamientos naturales y espontáneos dentro y fuera del chat, lo que permitió comprender a profundidad la intención comunicativa y el sentido que hay detrás de cada interacción, así mismo ayudó a entender cómo los estudiantes construyen significados culturales relacionados a la vida universitaria mediante stickers de profesores de la carrera y de compañeros del aula. Dada esta explicación la etnografía digital muestra que los stickers forman parte fundamental en la comunicación informal diaria de los estudiantes, ya que, estos están presentes en el 100% de las conversaciones del grupo, siendo ellos mismos quienes mencionan que no podrían mantener una conversación sin incluir al menos un sticker, porque sienten que no se estarían expresando bien. De esta manera se puede interpretar que estos recursos visuales se han posicionado como parte integral del lenguaje informal de los jóvenes en entornos digitales. La mayoría de los stickers son enviados con el fin de aliviar conflictos a través del humor, los cuales funcionan como economía lingüística. Además, los estudiantes mencionaron que los utilizan para acortar conversaciones y ahorrarse la escritura, lo cual es evidente en las capturas y grabaciones de pantalla, mostrando con certeza el uso multimodal de los stickers, ya que, los estudiantes los usan con diferente intencionalidad, todo dependiendo del contexto.

Aunque los estudiantes afirman que los stickers son una forma de comunicarse de manera rápida, en la observación se analizó que el tiempo que se toman para enviar un sticker viene siendo el mismo que se tomarían si escribieran un texto, esto porque el sticker debe tener relación con el contexto de la conversación, entonces al momento de elegirlo, el

tiempo invertido es el mismo. Por ello, el ahorro del tiempo real no es cronológico sino cognitivo.

Otro hallazgo importante es que los jóvenes reconocieron que los stickers son elementos que se pueden usar únicamente en chats con amigos, familiares o personas de confianza, a pesar del uso constante que ellos le dan a los stickers saben diferenciar en qué situaciones emplearlos, es decir, distinguen entre contextos formales e informales demostrando que estos no afectan su formación académica.

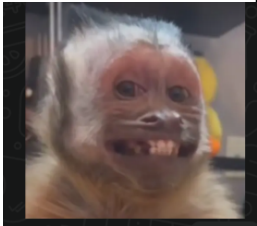
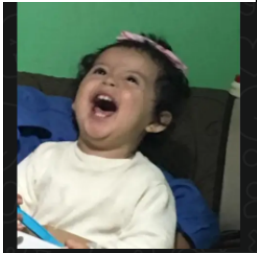
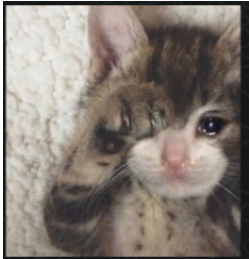
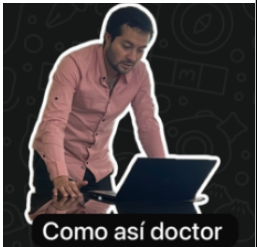
3.3. Matriz de observación

La matriz de observación analiza el uso de stickers en el chat grupal de los estudiantes de octavo ciclo de la Carrera de Comunicación de la Universidad Nacional de Loja (abril-mayo-junio 2025). El objetivo principal fue identificar códigos, expresiones y elementos culturales presentes en estos recursos visuales, que actúan como herramientas de comunicación efímera pero significativa en interacciones informales.

La matriz revela que los stickers funcionan como un lenguaje visual codificado dentro del grupo estudiantil. A través de ellos, los estudiantes gestionan emociones colectivas como alegría por clases canceladas, frustración ante la carga de tareas. En la matriz se muestra los stickers más usados, de manera que se identifica un patrón de elementos dinámicos y con textos que hacen énfasis en comunicación emocional rápida y humorística, haciendo referencia a una comunicación visual efímera que es la que este tipo de elementos iconográficos tiene por su duración limitada, teniendo como objetivo comunicar de manera directa, ya que su efecto en una conversación es momentánea e instantánea. En cuanto a la función comunicativa se observó que los estudiantes los utilizan más para expresar alegría, frustración y tristeza por lo que se pudo identificar un patrón de stickers hiperbólicos que exageran una emoción de forma intencional. También se pudo observar que cada sticker responde al contexto conversacional.

La matriz evidencia una cultura digital híbrida, donde lo académico y lo social se entrelazan mediante recursos visuales, reflejando tanto la presión universitaria como la creatividad estudiantil para resistirla, creando códigos como ilustraciones visuales de emociones mediante figuras asociadas a ternura y felicidad de los niños, Uso de animales animados, en especial el mono como símbolo de emociones humanas, fácilmente reconocibles y compartidos culturalmente, ya que, el uso del mono como símbolo emocional no es arbitrario, dado que en la cultura digital ecuatoriana, este animal suele asociarse al caos gracioso, lo que sugiere una aprobación local de figuras animadas para expresar frustración con humor. Por último, la transformación de un personaje real en símbolo de pertenencia y humor del grupo; es decir, por ejemplo, al sticker del presidente del curso no solo representa la identidad grupal, sino también una crítica leve al liderazgo formal al convertirlo en un sticker. Todos estos códigos forman un sistema compartido que da sentido al uso de los stickers, dicho de otro modo, que no hay necesidad de ser explicados para que los participantes entiendan su contexto.

Matriz de observación

Contexto	Sticker	Significado denotativo	Significado connotativo
Camila: Por cierto, tenemos \$5 dólares a favor (¡: sobrantes eso irá para gastos de arreglo o extras, todos días antes ya de la sesión de fotos de va hacer cuentas para no pelear, cuentas claras amistades largas		Mono acostado cubierto con una cobija en la cama descansando con expresión relajada, acompañado del texto "tes chingando"	El sticker muestra relajación, lo que transmite una respuesta sarcástica de "no estes molestando o no hagas drama por eso" Lo usan cuando quieren jugar con la ironía sin ofender.
Camila: Ya que ya tenemos los instrumentos y el estrés al Máximo, cuando tomamos?		Mono con sonrisa tensa, mirada fija y expresión nerviosa o forzada	El sticker muestra la ansiedad universitaria disfrazada de humor sin que parezca una queja directa, representando una emoción reprimida, como si ya no aguantaran más el estrés y necesitan una salida. Lo usan en situaciones de sobrecarga en trabajos.
Sebastián: Buenas noches, el día de mañana no hay clases con el profe Gustavo, para que aprovechen en salir a campo para levantamiento de datos.		Niña riéndose con la boca muy abierta con risa intensa y desbordada	El sticker representa alegría exagerada ante una buena noticia inesperada, es una manera de decir "por fin un respiro" Lo usan en situaciones de buenas noticias como la suspensión de clases.
Camila: Chicos espero les haya gustado la actividad de hoy y que cada una de las palabras de los profes les sirva para estos tres últimos meses juntos, tqm ??		Gato con ojos llorosos con expresión nostálgica y de tristeza	El sticker representa la tristeza y nostalgia que sienten los participantes ante el cierre del ciclo académico. Lo usan cuando están hablando del evento de incorporación.
Camila: Subiendo fotos toditos ajajaja y yo pensando que las van a botar ajajaja		Estudiante del octavo ciclo mirando su laptop, acompañado del texto "como así doctor"	El sticker expresa una sorpresa sarcástica por la contradicción entre lo que pensaba la persona que iba a pasar y por lo que realmente termino pasando. Lo usan siempre que hay un bombardeo de stickers en el grupo.

4. Discusión

De acuerdo con los objetivos planteados la investigación presenta hallazgos que responden a la pregunta problema poniendo en evidencia cuál es el uso de stickers en la comunicación informal de WhtasApp en los estudiantes de la carrera de comunicación de la Universidad Nacional de Loja, 2025, demostrando que los stickers son un elemento básico, utilizados

como herramientas de comunicación multimodal. El hallazgo de que 56% de los estudiantes usan stickers como códigos que completan sus mensajes, respaldan las afirmaciones de Aratama (2020) y Arango (2022), quienes señalan que los stickers compensan la ausencia de códigos no verbales en los mensajes escritos, facilitando la expresión de emociones y dinamizando las intenciones digitales mediante el humor. Este dato acompaña al hallazgo del 80% de utilidad frecuente señalada en la (tabla 3), coincidiendo con lo planteado por Sánchez y Gómez (2020), en que los stickers permiten omitir textos largos y agilizar la comunicación por lo que son utilizados frecuentemente.

Además, el predominio de stickers humorísticos refleja su función como herramienta para generar complicidad y aliviar tensiones de estrés universitario, tal como lo sugiere Galán (2011) al destacar el papel del humor que hay en la comunicación digital-no verbal mediada por los stickers.

Entonces, los stickers van más allá de ser simples elementos visuales, cumpliendo funciones dinámicas dentro del chat de los estudiantes sin afectar su comunicación formal, debido a la adaptabilidad que estos le dan a los stickers (68%), usándolos dependiendo el tipo de chat, respondiendo así a la teoría de Habermas (1999) que habla sobre la acción comunicativa refiriéndose a la capacidad de las personas para adaptarse a nuevas situaciones y contextos comunicativos con el fin de que haya entendimiento mutuo.

Por lo tanto, el estudio revela que los stickers también actúan como marcadores de identidad grupal, 96% de los estudiantes reconoce que estos ayudan a crear códigos compartidos dentro del grupo, lo que refuerza la teoría de Castells (2009) sobre la capacidad de las plataformas digitales para formar comunidades virtuales, un caso representativo son los stickers del presidente del curso, que es interpretado como símbolo de sentido de pertinencia entre los estudiantes del octavo ciclo.

Aunque los resultados de la investigación favorezcan el uso de los stickers, Yus (2023) menciona que estos pueden generar ambigüedad comunicativa por falta de texto y carencias en las reglas ortográficas, Gómez (2017) concuerda con los riesgos ortográficos advirtiendo la influencia en la mala escritura en los jóvenes. El 52% de los estudiantes considera que, al usar stickers las reglas ortográficas pierden importancia. Esto es congruente en el hallazgo porque evidencia que hay conciencia comunicativa en ellos. Los estudiantes de comunicación no usan stickers de manera impulsiva, saben cuándo usarlos y con quien, dependiendo del contexto social. El 80% de los universitarios los emplean solo en chats con amigos donde estos elementos son necesarios para dinamizar la conversación y romper el hielo.

Esta conciencia comunicativa se puede constatar en la matriz de observación y en la etnografía digital, durante el tiempo analizado (abril, mayo, junio) se observó que los stickers circulan de acuerdo a la situación que se presenta. En conjunto, estos resultados reflejan que el uso de stickers en WhatsApp es una práctica común entre los encuestados que hay una tendencia marcada hacia el uso de stickers que refuercen la identidad digital y la expresividad individual dentro de las conversaciones cotidianas cumpliendo la función social y expresiva principalmente en contextos de confianza y cercanía, es decir, que los usuarios tienden a regular el uso de stickers según el entorno o el interlocutor, aunque la mayoría lo hace de forma selectiva más que sistemática.

5. Conclusiones

A través de la etnografía digital se concluye que los stickers son mediadores de tensiones universitarias en los jóvenes, ya que los usan como herramientas multimodales para dinamizar las interacciones en los chats mediante el humor.

La investigación concluye que stickers en WhatsApp han trascendido su rol de meros adornos visuales, los usan diariamente como herramientas multimodales complejas para expresarse emocional y sentimentalmente dentro del texto escrito. Más, cuando se agrega

humor a las conversaciones, dejando en claro que para los estudiantes el uso de stickers va más allá de ser una representación gráfica, dentro de su comunicación informal estos tienen gran importancia.

Los stickers crean códigos desde imágenes de animales especialmente, el del mono, como símbolo de emociones humanas, fácilmente reconocibles, ya que, el uso del mono como símbolo emocional no es arbitrario, dado que, en la cultura digital ecuatoriana, este animal suele asociarse al caos gracioso, lo que sugiere una aprobación local de figuras animadas para expresar frustración con humor. De esta manera, los stickers de niños representan en ellos la inocencia y ternura de no saber qué hacer en casos de conflicto. Por otro lado, los elementos culturales que se encontraron son stickers creados o personalizados por ellos mismo como, stickers de docentes de la carrera con frases que únicamente ellos entienden (soy su mayor temor) o stickers de compañeros del aula, un personaje que ha sido tomado como material para la creación de stickers es el presidente del curso, transformándose en una figura cómica dentro del chat grupal.

Una conclusión clave del estudio es la notable capacidad de adaptación contextual que los estudiantes le dan a los stickers, demostrando que existe una conciencia comunicativa en ellos, en otras palabras, los jóvenes son conscientes de que estos elementos visuales fracturan las reglas ortográficas y con ello la estética visual, sin embargo, ellos los usan sabiendo que su formación académica no permite romper las reglas de la lingüística tradicional, por lo tanto, los estudiantes prefieren adaptar su uso a los diferentes contextos sociales sin afectar su comunicación formal, utilizándolos solamente en chats con amigos donde ellos tienen la necesidad de expresarse gráficamente para dinamizar sus interacciones.

Para los estudiantes de comunicación los stickers representan un ejemplo práctico de cómo pueden coexistir con las normas lingüísticas tradicionales, reflejando la evolución constante de los procesos comunicativos en la era digital. Estos hallazgos no solo contribuyen al campo académico de los estudios sobre comunicación digital, sino que también ofrecen recursos valiosos para reflexionar sobre el futuro del lenguaje y la interacción social en entornos mediados por la tecnología.

Referencias Bibliográficas

- Arango, M. (2022). *Los stickers como evolución de la comunicación digital y el lenguaje móvil*. [monografía]: Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Arias Aviles, M. M. (2024). Impacto del WhatsApp en el proceso de aprendizaje virtual de los estudiantes. *Episteme Koinonía. Revista Electrónica de Ciencias de la Educación, Humanidades, Artes y Bellas Artes*, 7(13), 168-185. <https://doi.org/10.35381/ekv7i13.3212>
- Arias Valencia, M. M. (2000). La triangulación metodológica: sus principios, alcances y limitaciones. *Investigación y Educación en Enfermería*, 18(1), 13-26. <https://doi.org/10.17533/udea.iee.16851>
- Atarama, T. (2020, 30 de julio). Los stickers y las nuevas formas de comunicación. *UDEP Hoy*. <https://acortar.link/04rZUZ>
- Barredo Ibáñez, D., Rodrigues da Cunha, M. y Hidalgo Toledo, J. (2020). Comunicación digital, redes sociales y procesos en línea: estudios de una perspectiva comparada entre América Latina y la península ibérica. *Journal of Iberian and Latin American Research*, 26(3), 275-283. doi.org/10.1080/13260219.2020.1934260
- Branda, M. y Cuenya, A. (2014). *Comunicación visual Reflexión y práctica de la enseñanza*. Editorial de la Universidad Nacional de La Plata.
- Campos Covarrubias, G. y Lule Martínez, N. E. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Xihmai*, 7(13), 45-60. <https://acortar.link/9NuLo9>
- Carvajal Barrios, G. (2016). *La cultura escrita en el ciberespacio. ¿Nuevos conocimientos, nuevos conceptos, nuevas prácticas?* [Tesis doctoral, Universidad Tecnológica de Pereira]. Repositorio Institucional.

- Casas Anguita, J., Repullo Labrador, J. y Donado Campos, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (II). *Atención Primaria*, 31(9), 592-600. [https://doi.org/10.1016/S0212-6567\(03\)79222-1](https://doi.org/10.1016/S0212-6567(03)79222-1)
- Gómez-del-Castillo, M. T. (2017). *Utilización de WhatsApp para la comunicación en titulados superiores*. REICE. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 15(4), 51-65. <https://doi.org/10.15366/reice2017.15.4.003>
- Gómez-Camacho, A. y Gómez-del-Castillo, M. T. (2015). Escritura ortográfica y mensajes de texto en estudiantes universitarios. *Perfiles Educativos*, 37(150), 91-104. <https://acortar.link/OPfdiV>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Interamericana de España S.L.
- Luna Juárez, K. (2022). *Los lenguajes en la cultura del WhatsApp* [Tesis de grado, Universidad Autónoma de Zacatecas]. Repositorio Institucional.
- Pérez, S. I. (2013). Tecnologías digitales, análisis del discurso y multimodalidad : de la lingüística crítica a la semiótica social. *Revista de ciencias sociales* (23), 29-47. <https://acortar.link/VxJ7UY>
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T. y Tacchi, J. (2019). *Etnografía digital Principios y Práctica*. Morata
- Real Academia Española. (2025). *Vulgarismo*. En *Diccionario de la Lengua Española* (edición del tricentenario). <https://dle.rae.es/vulgarismo?m=form>
- Ruiz Medina, M. I., Borboa Quintero, M. d. y Rodríguez Valdez, J. C. (2013). El enfoque mixto de investigación en los estudios fiscales. *Tlatemoani Revista Académica de Investigación* (13), 1989-9300. <https://acortar.link/oFJAIS>
- Vela Delfa, C. y Cantamutto, L. (2024). Del emoticono al sticker: tendencias en el uso de graficones en interacciones de WhatsApp en lengua española. *Lengua y Sociedad. Revista de Lingüística Teórica y Aplicada*, 23(2), 777-790. <https://doi.org/10.15381/lengsoc.v23i2.27113>
- Venegas Alvarez, G. S. (2024). *La Comunicación Instantánea y sus Efectos Lingüísticos: WhatsApp en el Entorno Académico Ecuatoriano*. CID. https://doi.org/10.37811/cli_w1110
- Yus, F. (2023). Ciberpragmática: entre la compensación y el desconcierto (conferencia). *Congreso internacional de la Lengua Española*. <https://acortar.link/0Q9Epl>