

Revista de

C IENCIAS S OCIALES & H UMANIDADES

AÑO 1 / N° 2

Vicerrectoría Académica

Universidad Pedagógica de El Salvador "Dr. Luis Alonso Aparicio"

ANÁLISIS PRAGMÁTICO DEL LENGUAJE DE LOS MEMES

**y la influencia de la cultura popular
en los actos de habla**

PRAGMATIC ANALYSIS OF THE LANGUAGE OF MEMES

and the influence of popular culture on speech acts

Nathaly Campos Cuadra

Universidad Tecnológica de El Salvador

nathaly.mcc@gmail.com

pp. 59 - 87

Recibido: 15-08-2022 Aceptado: 27-09-2022

RESUMEN

Las formas no convencionales de la comunicación han evolucionado junto con el internet y las redes sociales; sin embargo, la pandemia de COVID-19 conllevó al uso cotidiano de las nuevas tecnologías de comunicación, por lo tanto, el sentido de pertenencia a grupos sociales dio como resultado la apropiación del lenguaje de los memes y su uso cotidiano en los actos de habla.

PALABRAS CLAVE: actos de habla, memes, lenguaje, pragmática.

ABSTRACT

Unconventional forms of communication have evolved along with the internet and social networks; however, the COVID-19 pandemic led to the daily use of new communication technologies, therefore, the sense of belonging to social groups resulted in the appropriation of the language of memes and daily use in speech acts.

KEY WORDS: Speech acts, memes, language, pragmatics.

Introducción

El fenómeno cultural de los memes de internet ha revolucionado las maneras tradicionales de la comunicación, siendo este un fenómeno no actual y poco estudiado a nivel mundial.

Los memes son macrouniversos, comunidades de habla que tienen la facultad de cuestionar la realidad con un lenguaje irónico y burlesco; ocupan y necesitan de un ecosistema mediático para poder fluir y son en sí mismos unidades culturales, por ese motivo, surgen de contextos sociales determinados.

Por lo tanto, el presente artículo pretende un acercamiento al fenómeno del lenguaje de los memes de internet a partir de la subdisciplina lingüística de la pragmática y cómo estos elementos de fácil viralización han trascendido a los actos de habla, estableciendo así referentes y códigos propios de grupos.

Metodología

Se implementó el método cualitativo, con un enfoque etnográfico del habla y digital, con el fin de describir eventos comunicativos y el uso del lenguaje tal y como se presenta en la vida cotidiana de una determinada comunidad lingüística.

Para ello Hymes desarrolló una lista de rasgos y componentes a lo que se le nombró –S.P.E.A.K.I.N.G.– su finalidad era proporcionar, según Duranti, una “guía útil que permita discernir los rasgos relevantes del evento comunicativo como si de una fonética provisional se tratara, y no de una fonética *a priori*.” (p. 261).

Las unidades de análisis que se seleccionaron fueron: antropólogos, lingüistas y la comunidad virtual en redes sociales de *Facebook*, *Instagram* y *Twitter*, a partir del uso de la etnografía.

Hallazgos de campo

El Aspecto Bilógico del Meme

En 1976 el etólogo, zoólogo y biólogo evolutivo inglés, Richard Dawkins, en su libro *El gen egoísta*, manifiesta que los genes se replicaban y buscaban

sobrevivir a partir de la selección natural (Rowan, s. f.). De tal manera, verbaliza que la cultura funcionaba como los procesos genéticos y se entendía el meme según Reyes Molina (2018) como “unidades mínimas de transmisión cultural” (p. 22).

El gen era una unidad de imitación, el concepto surgió según Dawkins de “el griego nos da el vocablo –mimeme- que me parece satisfactorio, pero demasiado largo. Quería encontrar un sonido afín al de -gen- y confío en que mis amigos clasicistas me perdonen por haber acuñado la abreviatura *meme*” (Blackmore, 2000, p. 33). El meme es la unidad cultural que se transmite por la imitación.

Davison por su parte sostiene que los memes son “una pieza de cultura, típicamente una broma, que gana influencia a través de la transmisión por red.” (García Huerta, 2014, p. 3)

Así mismo Muñoz Villar (2014) acuña la siguiente definición:

Los memes al igual que los genes, poseen tres propiedades fundamentales para cumplir su función de propagadores de información; deben ser interpretables, numerosos y persistentes en el tiempo. Son estas características las que han sido conservadas por el término a lo largo de los años, ya que su significado actual ha adquirido un sentido diferente, refiriéndose a este como imágenes viralizadas a través de la red (p. 17).

Por consiguiente, Ruiz Martínez (2018) establece tres propiedades básicas del meme en internet las cuales son “longevidad, fecundidad y fidelidad” (p. 997). Estas propiedades se refieren a la capacidad que tiene el meme para mantenerse en el tiempo, la capacidad de reproducirse y la de mutar sin que varíe el núcleo de la información.

Un meme, dice Patrick Davison “es un fragmento de cultura, generalmente un chiste, que va adquiriendo influencia a medida que se va transmitiendo en línea.” (Gómez García, 2013, p. 3) Los memes surgen de lo social y es producto de una relación entre sujeto, tecnología, ideas y estética. En el internet existe un universo de memes que se replica y mutan de acuerdo con la realidad de cada comunidad.

Análisis Pragmático de los Memes

En la tabla 1 se detallan los memes que fueron recolectados en los diferentes grupos focales:

Tabla 1

Cuadro de análisis pragmático de los memes utilizados en actos de habla.

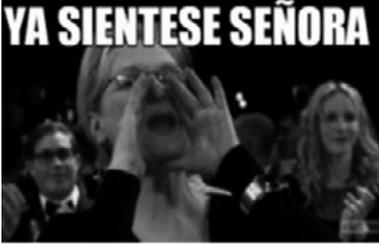
	<p>Actos de habla: Indirecto</p> <p>Tipo de actos de habla: Representativo</p> <p>Fuerza ilocutiva: Aserción</p> <p>Contexto lingüístico: Acaso yo te dije...</p> <p>Contexto situacional: Cuando el emisor dice o hace algo como queja</p> <p>Contexto sociocultural: Cotidianidad</p> <p>Coherencia global: Ironía de juego</p> <p>Implicatura: Conversacional particularizada</p> <p>Ironía: Focalizada</p> <p>Pop culture: One Punch Man, anime japonés</p>
	<p>Actos de habla: Indirecto</p> <p>Tipo de actos de habla: Representativo</p> <p>Fuerza ilocutiva: Aserción</p> <p>Contexto lingüístico: ¡Ya nos exhibiste!</p> <p>Contexto situacional: Han quedado expuestas las acciones de los interlocutores</p> <p>Contexto sociocultural: Cotidianidad</p> <p>Coherencia global: Ironía de juego</p> <p>Implicatura: Conversacional particularizada</p> <p>Ironía: Focalizada</p> <p>Pop culture: La familia Peluche, serie de televisión mexicana</p>

	Actos de habla: Indirecto
	Tipo de actos de habla: Representativo
	Fuerza ilocutiva: Aserción
	Contexto lingüístico: Claro, el rico siempre humillando al pobre
	Contexto situacional: El mensaje emitido es producto de una acción donde el estatus del emisor es inferior al receptor
	Contexto sociocultural: Cotidianidad/ Coyuntural
	Coherencia global: Ironía de juego/Ironía de poder
	Implicatura: Conversacional particularizada
	Ironía: Focalizada
	Pop culture: Benito, de la comedia mexicana «Vecinos»
	Actos de habla: Indirecto
	Tipo de actos de habla: Representativo
	Fuerza ilocutiva: Aserción
	Contexto lingüístico: Se tenía que decir y se dijo
	Contexto situacional: El enunciado emitido no debe ser refutado por el receptor
	Contexto sociocultural: Cotidianidad/ Coyuntural
	Coherencia global: Ironía de juego/Ironía de poder
	Implicatura: Conversacional particularizada
	Ironía: Focalizada
	Pop culture: Kiioitori

	Actos de habla: Indirecto
	Tipo de actos de habla: Representativo
	Fuerza ilocutiva: Aserción
	Contexto lingüístico: No tengo pruebas pero tampoco dudas
	Contexto situacional: El mensaje emitido no tiene evidencia de parte del emisor
	Contexto sociocultural: Cotidianidad/ Coyuntural
	Coherencia global: Ironía de juego/Ironía de poder
	Implicatura: Conversacional particularizada
No tengo pruebas, pero tampoco dudas	Ironía: Focalizada
	Pop culture: Elmo, Plaza Sésamo
	Actos de habla: Indirecto
	Tipo de actos de habla: Representativo
	Fuerza ilocutiva: Aserción
	Contexto lingüístico: Entendí la referencia
	Contexto situacional: Asumir que el mensaje emitido es descodificado correctamente
	Contexto sociocultural: Cotidianidad/ Coyuntural
	Coherencia global: Ironía de juego/Ironía de poder
	Implicatura: Conversacional particularizada
Entendi la referencia	Ironía: Focalizada
	Pop culture: Capitán America, The Avengers

	<p>Actos de habla: Indirecto</p> <p>Tipo de actos de habla: Directivo</p> <p>Fuerza ilocutiva: Sugerencia</p> <p>Contexto lingüístico: Qué interesante, cuéntame más</p> <p>Contexto situacional: Fingir interés sobre lo dicho o hecho</p> <p>Contexto sociocultural: Cotidianidad/ Coyuntural</p> <p>Coherencia global: Ironía de juego/Ironía de poder</p> <p>Implicatura: Conversacional particularizada</p> <p>Ironía: Focalizada</p> <p>Pop culture: Willy Wonka y la fábrica de chocolate, película</p>
	<p>Actos de habla: Indirecto</p> <p>Tipo de actos de habla: Directivo</p> <p>Fuerza ilocutiva: Sugerencia</p> <p>Contexto lingüístico: Amiga date cuenta!!</p> <p>Contexto situacional: El mensaje se centra en hacer reflexionar a uno de los interlocutores</p> <p>Contexto sociocultural: Cotidianidad/ Coyuntural</p> <p>Coherencia global: Ironía de juego/Ironía de poder</p> <p>Implicatura: Conversacional particularizada</p> <p>Ironía: Focalizada</p> <p>Pop culture: Arte renacentista</p>
	<p>Actos de habla: Indirecto</p> <p>Tipo de actos de habla: Directivo</p> <p>Fuerza ilocutiva: Sugerencia</p> <p>Contexto lingüístico: No lo sé, tú dime</p> <p>Contexto situacional: Cuando el mensaje es emitido aún sabiendo la respuesta</p> <p>Contexto sociocultural: Cotidianidad/ Coyuntural</p> <p>Coherencia global: Ironía de juego/Ironía de poder</p> <p>Implicatura: Conversacional particularizada</p> <p>Ironía: Focalizada</p> <p>Pop culture: Leslie Chow, Qué pasó ayer?</p>

Análisis pragmático del lenguaje de los memes y la influencia de la cultura popular en los actos de habla

	<p>Actos de habla: Indirecto</p> <p>Tipo de actos de habla: Directivos</p> <p>Fuerza ilocutiva: Sugerencia</p> <p>Contexto lingüístico: Ya llevame diosito</p> <p>Contexto situacional: Cuando el mensaje recibido decepciona a uno de los interlocutores</p> <p>Contexto sociocultural: Cotidianidad</p> <p>Coherencia global: Ironía de juego</p> <p>Implicatura: Conversacional particularizada</p> <p>Ironía: Focalizada</p> <p>Pop culture: LOL cats</p>
	<p>Actos de habla: Indirecto</p> <p>Tipo de actos de habla: Directivos</p> <p>Fuerza ilocutiva: Mandato</p> <p>Contexto lingüístico: Cállate estúpida</p> <p>Contexto situacional: Cuando el mensaje emitido tiende a expresar un mandato</p> <p>Contexto sociocultural: Cotidianidad/ Coyuntural</p> <p>Coherencia global: Ironía de juego/Ironía de poder</p> <p>Implicatura: Conversacional particularizada</p> <p>Ironía: Focalizada</p> <p>Pop culture: Comics de Batman</p>
	<p>Actos de habla: Indirecto</p> <p>Tipo de actos de habla: Directivos</p> <p>Fuerza ilocutiva: Mandato</p> <p>Contexto lingüístico: Ya sientese señora</p> <p>Contexto situacional: Mensaje emitido es para ofender al receptor</p> <p>Contexto sociocultural: Cotidianidad/ Coyuntural</p> <p>Coherencia global: Ironía de juego/Ironía de poder</p> <p>Implicatura: Conversacional particularizada</p> <p>Ironía: Focalizada</p> <p>Pop culture: Merryll Streep, actriz</p>

	<p>Actos de habla: Indirecto</p> <p>Tipo de actos de habla: Expresivo</p> <p>Fuerza ilocutiva: Duda</p> <p>Contexto lingüístico: No lo sé Rick, parece falso</p> <p>Contexto situacional: Cuando lo dicho o hecho no es convincente</p> <p>Contexto sociocultural: Cotidianidad/ Coyuntural</p> <p>Coherencia global: Ironía de juego/Ironía de poder</p> <p>Implicatura: Conversacional particularizada</p> <p>Ironía: Focalizada</p> <p>Pop culture: El precio de la historia, reality show</p>
	<p>Actos de habla: Indirecto</p> <p>Tipo de actos de habla: Expresivo</p> <p>Fuerza ilocutiva: Sarcasmo</p> <p>Contexto lingüístico: En fin, la hipotenusa</p> <p>Contexto situacional: Cuando el mensaje emitido no concuerda con lo que ha hecho</p> <p>Contexto sociocultural: Cotidianidad/ Coyuntural</p> <p>Coherencia global: Ironía de juego/Ironía de poder</p> <p>Implicatura: Conversacional particularizada</p> <p>Ironía: Focalizada</p> <p>Pop culture: Perro Cheems</p>
	<p>Actos de habla: Indirecto</p> <p>Tipo de actos de habla: Expresivo</p> <p>Fuerza ilocutiva: Sarcasmo</p> <p>Contexto lingüístico: Komo lo zupo</p> <p>Contexto situacional: Cuando A se muestra interesado en algo, y B sabe de su intención</p> <p>Contexto sociocultural: Cotidianidad</p> <p>Coherencia global: Ironía de juego</p> <p>Implicatura: Conversacional particularizada</p> <p>Ironía: Focalizada</p> <p>Pop culture: Niños en crecimiento, programa de televisión japonés</p>

 <p>Pero quienes somos nosotros para juzgar</p>	Actos de habla: Indirecto
	Tipo de actos de habla: Expresivo
	Fuerza ilocutiva: Sarcasmo
	Contexto lingüístico: Pero quienes somos nosotros para juzgar
	Contexto situacional: Criticar lo dicho o hecho por alguien que no son los interlocutores
	Contexto sociocultural: Cotidianidad/ Coyuntural
	Coherencia global: Ironía de juego/Ironía de poder
Implicatura: Conversacional particularizada	
Ironía: Focalizada	
Pop culture: Michael Jackson	
 <p>Wey ya</p>	Actos de habla: Indirecto
	Tipo de actos de habla: Expresivo
	Fuerza ilocutiva: Hostigamiento
	Contexto lingüístico: Wey ya
	Contexto situacional: Lo dicho o lo hecho hostiga a uno de los interlocutores
	Contexto sociocultural: Cotidianidad/ Coyuntural
	Coherencia global: Ironía de juego/Ironía de poder
Implicatura: Conversacional particularizada	
Ironía: Focalizada	
Pop culture: Love Quinn, de la serie de televisión estadounidense «You»	
 <p>Ah, caray. Soy yo</p>	Actos de habla: Indirecto
	Tipo de actos de habla: Expresivo
	Fuerza ilocutiva: Asombro
	Contexto lingüístico: Ah, caray. Soy yo
	Contexto situacional: Cuando el mensaje emitido deja en evidencia lo dicho o hecho
	Contexto sociocultural: Cotidianidad
	Coherencia global: Ironía de juego
Implicatura: Conversacional particularizada	
Ironía: Focalizada	
Pop culture: Periodista de México	

	<p>Actos de habla: Indirecto</p> <p>Tipo de actos de habla: Expresivo</p> <p>Fuerza ilocutiva: Asombro</p> <p>Contexto lingüístico: Kastapasanda</p> <p>Contexto situacional: Lo dicho o lo hecho no son actos esperados</p> <p>Contexto sociocultural: Cotidianidad/ Coyuntural</p> <p>Coherencia global: Ironía de juego/Ironía de poder</p> <p>Implicatura: Conversacional particularizada</p> <p>Ironía: Focalizada</p> <p>Pop culture: Hora de aventura, serie de televisión estadounidense</p>
	<p>Actos de habla: Indirecto</p> <p>Tipo de actos de habla: Expresivo</p> <p>Fuerza ilocutiva: Desaprobación</p> <p>Contexto lingüístico: Pues no mi ciela</p> <p>Contexto situacional: Cuando no se aprueba lo dicho o lo hecho</p> <p>Contexto sociocultural: Cotidianidad/ Coyuntural</p> <p>Coherencia global: Ironía de juego/Ironía de poder</p> <p>Implicatura: Conversacional particularizada</p> <p>Ironía: Focalizada</p> <p>Pop culture: Kirby, videojuego</p>
<p>ME DIJISTE QUE NO TOMABAS BUENAS DECISIONES</p> 	<p>Actos de habla: Indirecto</p> <p>Tipo de actos de habla: Expresivo</p> <p>Fuerza ilocutiva: Decepción</p> <p>Contexto lingüístico: Me dijiste que...</p> <p>Contexto situacional: Lo dicho y lo hecho es totalmente divergente</p> <p>Contexto sociocultural: Cotidianidad</p> <p>Coherencia global: Ironía de juego</p> <p>Implicatura: Conversacional particularizada</p> <p>Ironía: Focalizada</p> <p>Pop culture: The real housewives of Beverly Hills/Smudge the cat</p>

Análisis pragmático del lenguaje de los memes y la influencia de la cultura popular en los actos de habla



Actos de habla: Indirecto
Tipo de actos de habla: Expresivo
Fuerza ilocutiva: Decepción
Contexto lingüístico: Duren
Contexto situacional: Cuando el emisor dice o hace algo como queja y el receptor responde con sarcasmo
Contexto sociocultural: Cotidianidad
Coherencia global: Ironía de juego
Implicatura: Conversacional particularizada
Ironía: Focalizada
Pop culture: LOL cats

— Falta mucho para el viernes?
 — Wei, apenas es Martes!
 —...



Actos de habla: Indirecto
Tipo de actos de habla: Expresivo
Fuerza ilocutiva: Decepción
Contexto lingüístico: la stoy arto
Contexto situacional: El mensaje hace referencia a situaciones donde ya se tiene una postura de fastidio
Contexto sociocultural: Cotidianidad/ Coyuntural
Coherencia global: Ironía de juego/Ironía de poder
Implicatura: Conversacional particularizada
Ironía: Focalizada
Pop culture: LOL cats



Actos de habla: Indirecto
Tipo de actos de habla: Expresivo
Fuerza ilocutiva: Decepción
Contexto lingüístico: No puede ser
Contexto situacional: Lo dicho o lo hecho son actos de decepción de los interlocutores y generan ansiedad
Contexto sociocultural: Cotidianidad/ Coyuntural
Coherencia global: Ironía de juego/Ironía de poder
Implicatura: Conversacional particularizada
Ironía: Focalizada
Pop culture: Perro Cheems

	Actos de habla: Indirecto
	Tipo de actos de habla: Expresivo
	Fuerza ilocutiva: Queja
	Contexto lingüístico: ¿Porqué eres así?
	Contexto situacional: El enunciado es un autocuestionamiento
	Contexto sociocultural: Cotidianidad
	Coherencia global: Ironía de juego
	Implicatura: Conversacional particularizada
	Ironía: Focalizada
	Pop culture: Arte renacentista

De acuerdo con el análisis, el uso de los memes y su fuerza ilocutiva en los actos de habla generan dos enfoques, el primero, trata de generar comentarios sobre la realidad social y el segundo, sobre contenido emocional de los sujetos. En definitiva, el meme es una reacción, según Andrade (comunicación personal, 17 de septiembre de 2020) afirmando que “es como que mandas un meme para generar un tipo de reacción humorística, de indignación o lo que sea, pero es como que promueves un tipo de reacción”.

Un punto importante a considerar es que el meme reconfigura el lenguaje y se debe a que no se rige bajo ninguna ley gramatical o lógica, en ese sentido la fuerza ilocutiva son traducciones idiosincráticas que dependerán del circuito social al que pertenecen los sujetos hablantes. Andrade (comunicación personal, 17 de septiembre de 2020) sostiene que “la capacidad comunicacional es como que en una imagen transmites de manera efectiva, superminimalista, pero transmites un mensaje clarísimo, sin ambigüedades, sea que tú te alinees con esa política o no”.

La fuerza ilocutiva del lenguaje de los memes en los actos de habla

El meme cumple con el circuito comunicacional, ya que hay un receptor, un intermediario, una tonalidad en el mensaje, en este último circulan símbolos, y significados para que el receptor decodifique.

Lo anterior expuesto, prueba que el meme atraviesa la teoría saussureana, en el sentido que cuenta con un significante y un significado, con la variante que no es una imagen acústica o mental que produce el acto

de comunicación verbal, sino que un acto de comunicación visual. Estas imágenes son implícitas, ya que indican lo que el emisor quiere dar a comunicar y son reforzadas incorporándoles un texto. (Palma, comunicación personal, 27 de septiembre de 2020)

El acceso de las nuevas tecnologías, el consumo y la apropiación del meme, han permitido la modificación del lenguaje con base en el tipo de comunicación virtual que se tiene, es decir, la reconfiguración del lenguaje en las plataformas digitales y a través de los memes, la alteración de este en términos ortográficos. Asimismo, Meyer (comunicación personal, 29 de octubre de 2020) dispone que el meme facilita el intercambio comunicativo y la incidencia en los actos de habla se deriva de dos elementos: el humor y la ironía.

De acuerdo al análisis pragmático de los memes, en la tabla 2 se describen los enunciados meméticos que los grupos de jóvenes entrevistados utilizan con mayor frecuencia; asimismo se detalló a qué actos de habla pertenecen y a qué fuerza ilocutiva pertenecen de acuerdo con la clasificación de John Searle (1994, p. 39)

Tabla 2

Actos de habla y fuerza ilocutiva de los memes

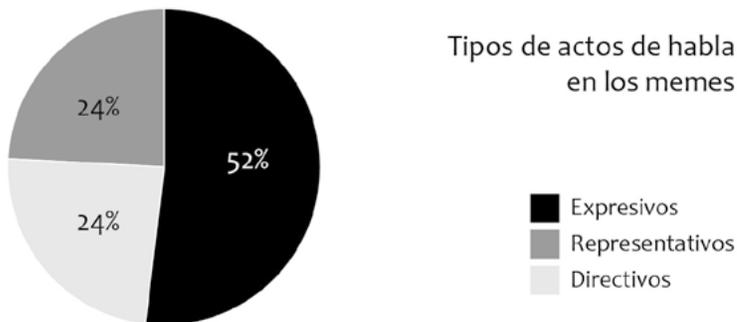
Enunciado	Acto de habla	Fuerza ilocutiva
Ya nos exhibiste	Representativo	Aserción
Acaso yo te dije...	Representativo	Aserción
Claro, el rico siempre humillando al pobre	Representativo	Aserción
Se tenía que decir y se dijo	Representativo	Aserción
No tengo pruebas, pero tampoco dudas	Representativo	Aserción
Entendí la referencia	Representativo	Afirmación
Que interesante cuéntame más	Directivos	Sugerencia
Amiga, date cuenta	Directivos	Sugerencia
No sé, dime tu	Directivos	Sugerencia
Ya llévame Diosito	Directivos	Sugerencia
Cállate, estúpida	Directivos	Mandato
Ya siéntese, señora	Directivos	Mandato

No lo sé Rick, me parece falso	Expresivos	Duda
En fin la hipotenusa	Expresivos	Sarcasmo
Komo lo zupo	Expresivos	Sarcasmo
Pero quienes somos nosotros para juzgar	Expresivos	Sarcasmo
Wey ya	Expresivos	Hostigamiento
Ah, caray soy yo	Expresivos	Asombro
Kastapasanda	Expresivos	Asombro
Pues no mi ciela	Expresivos	Desaprobación
Me dijiste que...	Expresivos	Decepción
Duren	Expresivos	Decepción
la stoy arto	Expresivos	Decepción
No puede ser	Expresivos	Decepción
Por qué eres así	Expresivos	Queja

Según la taxonomía propuesta por Searle, el 52 % de los memes fueron de carácter expresivos, este tipo de acto de habla hace referencia a los estados psicológicos o anímicos del locutor. Por otra parte, el 24 % de los enunciados fueron de carácter directivos y el otro 24 % de los enunciados, de carácter representativo.

Figura 2

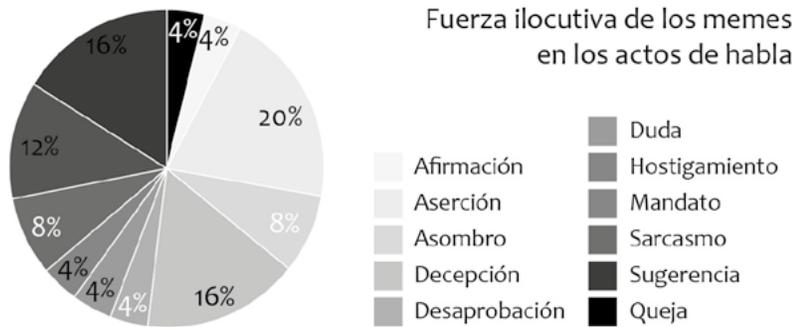
Gráficos de tipos de habla en los enunciados meméticos.



En consecuencia, dentro de estas taxonomías los enunciados recolectados se clasificaron de acuerdo al acto ilocutivo, es decir, a la fuerza intencional indirecta de decir algo, que según afirma Searle (1994, p. 70), la unidad de comunicación no es el símbolo o la palabra en sí misma, sino producción o emisión de los símbolos al realizar dicho acto comunicacional.

Figura 3

Fuerza ilocutiva de los memes en actos de habla.



El Uso Pragmático de los Enunciados Meméticos en los Actos de Habla

Emitir enunciados meméticos es en sí emitir un discurso con ironía, ya que el meme en sí mismo hace uso de la ironía, del humor y el sarcasmo para generar una opinión o el simple hecho de decir algo. Alarcón Zayas (2017) enfatiza que “el humor forma parte del lenguaje particular, y posee sus propios códigos de interpretación dentro de la comunidad, de sentido, que en este caso se trata prioritariamente de una comunidad virtual” (p. 125). Así mismo, sostiene que el humor “parte en este caso de la empatía, del reconocimiento de una comunidad, de una tradición, de una cultura común” (Alarcón Zayas, 2017, p. 129)

En los enunciados recolectados, se identificó que el uso de la ironía focalizada se produce en contextos cotidianos, coyunturales y lingüísticos específicos, a eso Rincón (comunicación personal, 28 de septiembre de 2020) alude que los memes son de uso cotidiano, exponiendo que:

El meme entra en la vida cotidiana a través del humor, la capacidad que tenemos de entre todos comenzar a conversarlos, es eso lo que pasa, entonces es el pretexto de la conversación. La comunicación pública, más que todo, es lo que genera conversación y el meme logra llegar a la conversación.

Por consiguiente, el uso más común del lenguaje de los memes en los actos de habla es generar opinión o comentarios sobre la cotidianidad

de los interlocutores. Garrido (comunicación personal, 21 de septiembre de 2020) considera que “hay muchos memes que sí corresponden a un lenguaje universal, son, sobre todo, los memes que son chistosos, entonces como en los memes que nos permiten darnos cuenta de que lo que hacemos nosotros también lo hace el otro”.

Otro rasgo del uso del lenguaje humorístico de los memes es su cualidad transgresora y cuestionadora, en el sentido que se impone contra la coerción y el sometimiento, de esta manera su función dentro de lo social es un contrapoder. Andrade (comunicación personal, 17 de septiembre, 2020) se refiere al lenguaje de los memes, expone lo siguiente:

Es como la reiteración de una forma de hacer política, de hacer crítica al poder, que desfigura al poder [...] y eso es lo que me parece fascinante y por eso me parece que es tan efectivo el meme en las condiciones actuales, porque precisamente permite ridiculizar la imagen del poder.

El uso de la ironía, según la teoría pragmática del principio de la cooperación de Grice, menciona que en todo acto de habla es necesario la cooperación de ambos interlocutores para el cumplimiento de las máximas conversacionales y que los mensajes intercambiados sean veraces, claros y útiles. En los enunciados recolectados existen una cooperación e intercambio lingüístico, aunque se violentan máximas conversacionales y esto responde a que “la ironía implica conversacionalmente lo contrario de lo que se dice y, al mismo tiempo, se cambia la idea de significado figurado por el de la implicatura conversacional”. (Saavedra Pinto, 2012, p. 18)

Partiendo de lo anterior, los enunciados meméticos recolectados violentan la máxima de cualidad, relación y modalidad, a esto Torres (como se citó en Saavedra Pinto, 2012) precisa en lo siguiente “las violaciones de las máximas solamente son índices pragmáticos que llevan al oyente a inferir un contenido implícito” (p. 19). El hecho de violentar estas máximas conversacionales deja entre líneas las implicaturas conversacionales particularizadas ya que estas dependen decisivamente del contexto situacional en que son emitidos los enunciados.

En relación con la teoría seaussureana y de acuerdo con los grupos focales, los enunciados meméticos son un sistema de valor en el cual entran en juego dos componentes, las ideas y los sonidos, es decir, la relación entre el sonido significativo y significación, como componentes inseparables

del signo. Siguiendo con este planteamiento, la memoria de cada sujeto participante acoge las ideas que le sirven de soporte a una representación identificable para él.

Por ejemplo, en la Figura 4 se observa un acto de habla en la red social de *Twitter* donde el interlocutor emite un comentario de opinión sobre una serie de televisión, y el receptor de este mensaje emite como respuesta uno de los enunciados meméticos que han sido recolectados, “No lo sé Rick, parece falso”.

Figura 4

Acto de habla en la comunidad virtual de Twitter.



En sí mismo, el enunciado no guarda relación con el contexto lingüístico, pero si le precede una ironía focalizada, sin embargo, la naturaleza del signo es arbitraria, en el sentido que le sirve de soporte a una representación en un contexto específico. Por lo tanto, este enunciado suple la necesidad del emisor en la acción de decir algo.

Derrida (1971) argumenta que “la imagen acústica es lo oído: no el sonido oído, sino el ser-oído del sonido” (p. 84). Es el material sensible en los que son sometidos los sujetos, sin embargo, el receptor de este acto ilocutivo decodificará adecuadamente la ironía del mensaje si está dentro de su estructura lingüística y su bagaje cultural que produce un compartir con el otro.

Los enunciados meméticos recolectados cumplen con el principio de arbitrariedad y como consecuencia son mutables ya que guardan una

relación con la comunidad virtual lingüística que lo emplea. El meme al ser popular, lo hace viral y su capacidad de réplica modifica los enunciados y la imagen acústica de los mismos.

Figura 5

Acto de habla en la red social de Twitter.



En la Figura 5 se observa la mutabilidad del enunciado, modifica su estructura lingüística por otra, de acuerdo con la experiencia de los jóvenes en los diferentes grupos focales, se afirma que no se hace uso del meme en su totalidad, sino que se hace uso de una expresión más corta como: no lo sé, Rick o me parece falso, pero no es exactamente una mutabilidad de los enunciados, sino más bien un fenómeno de apócope que es muy común según los jóvenes entrevistados.

Cabe señalar que la mente rápidamente recompone el mensaje con sentido, aplicando la estructura conocida con el significado más próximo, aunque perciba la irregularidad, es decir, el contexto situacional, despierta en la mente las ideas que los memes representan. (Alarcón Zayas, 2017, p. 124)

La propuesta de Geertz (1973) al decir que la cultura es pública porque sus significaciones lo son, hace posible que pueda incluir al meme en esa dimensión de universalidad. Con respecto a esto, Lara-Martínez supone que (comunicación personal, 12 de septiembre de 2020) "todo responde a una estructura cultural".

Para hacer uso del lenguaje de los memes, el contexto situacional debe estar asociado a un suceso común, es decir, que a todos nos suceda, sostuvieron los participantes en los grupos focales. La apropiación de los enunciados de los memes en cada acto de habla, es una forma de decir lo que, de otra forma, quizá nadie se atreve a decir. “Hay memes muy ofensivos que son burlas quien sabe si de otra forma las haríamos, por eso hablamos memes.” Afirmaron los jóvenes participantes en grupos focales. El hablar memes también es una manera de generar opinión, a eso Lara Martínez (comunicación personal, 12 de septiembre de 2020) hace alusión que en todo acto de habla los memes han entrado en un espacio-tiempo, en una geografía y una codificación de grupo, entonces hay una cuestión de grupo que está codificado también por la lengua.

Es importante resaltar la estructura lingüística de los memes, Lara Martínez lo expone de la siguiente manera:

La correlación directa del referente y enunciado: la relación de la imagen y palabra se refiere a que los referentes -imagen, texto y enunciado- que caracteriza a un meme son utilizados en su estructura original, en algunos casos sometidos a una leve modificación.

La ruptura del referente y el enunciado: los referentes de las cuales hace uso los memes son tan versátiles que permiten se puedan utilizar en diferentes contextos lingüísticos, la mutabilidad del mismo ha permitido que los referentes universales se relacionen con contextos propiamente locales.

La estructura lingüística de los memes hace que los enunciados meméticos sean versátiles, mutables y responden a la necesidad de pertenecer a una cultura, tal como lo presenta Pérez Salazar et al. (2014), se establece un vínculo entre el uso de los enunciados y los procesos identitarios de los receptores (p. 86). Al ser un mensaje, es explícito para ciertos grupos culturales y esto corresponde a lo planteado en la hipótesis de Sapir-Whorf cuando sostiene que la lengua determina la percepción de concebir la realidad, ya que los memes se rigen bajo códigos lingüísticos de grupos sociales.

Cada enunciado memético es en sí mismo códigos lingüísticos que hacen referencia a una manera particular de interpretar la realidad, como afirma Andrade (comunicación personal, 17 de septiembre de 2020) “el consumo de memes eso ya tiene consecuencia en como yo voy a ver el mundo y la información que me va llegar a mi sobre el mundo”.

Mercado Lingüístico: La Influencia de la Cultura Popular en los Actos de Habla

Todo acto comunicativo requiere una interacción lingüística, Bourdieu se refiere a esto como intercambios que se dan por medio de mercados lingüísticos; en esta medida los memes y su producción discursiva forman parte de un mecanismo en donde se establecen códigos de aceptabilidad de los enunciados.

La industria cultural interviene no solo en la creación y difusión de referentes culturales que han sido globalizados, sino en la creación de la cultura pop y de la cultura del entretenimiento, sin embargo, son los sujetos quienes convencen a sus receptores de la legitimidad del uso de este nuevo lenguaje que se ha gestado con el internet, ante eso Rincón (comunicación personal, 28 de septiembre de 2020) presenta la siguiente idea “el universo de referencias estéticas pop culture mundial, pero si no se localiza en una coyuntura y en una sintética en unas culturas particulares no tiene sentido.”

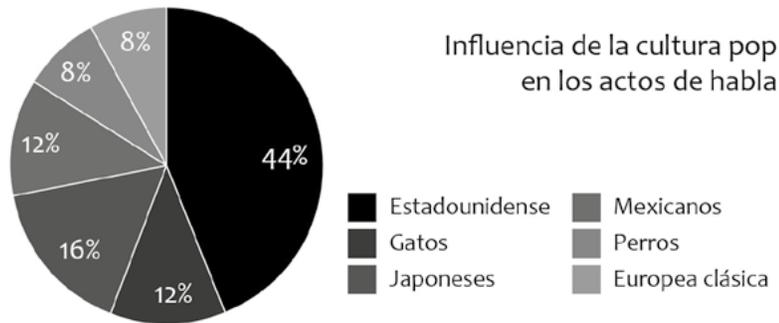
La capacidad de viralización del meme, el uso de las nuevas tecnologías y el consumo de los productos de la industria cultural, han permitido que estos enunciados trasciendan a los actos de habla, ya que responden a contextos socioculturales e individuales específicos en forma de hábitos que según Bourdieu y así mismo Garrido (comunicación personal, 21 de septiembre de 2020) argumentan en la siguiente intervención:

Los más virales son lo que se toman de la cultura pop, precisamente porque permiten como este lenguaje universal. Hay unas imágenes que son memes como por ejemplo de esta niña que es una niña rubia como con los dientes así y que se volvió superfamosa [...] ese mismo meme se viralizó, se volvió parte de la cultura popular; entonces el meme toma tanto de la cultura popular y también produce cultura popular.

Lo anterior, deja en evidencia que en todo acto de habla existe una exteriorización de las prácticas de un hábito lingüístico, en este sentido todos los enunciados meméticos recolectados en los grupos focales, identifican que el uso de los referentes de la cultura pop han sido disposiciones adquiridas dentro de la comunidad digital y usados en la percepción de la realidad en contextos socioculturales determinados.

Figura 6

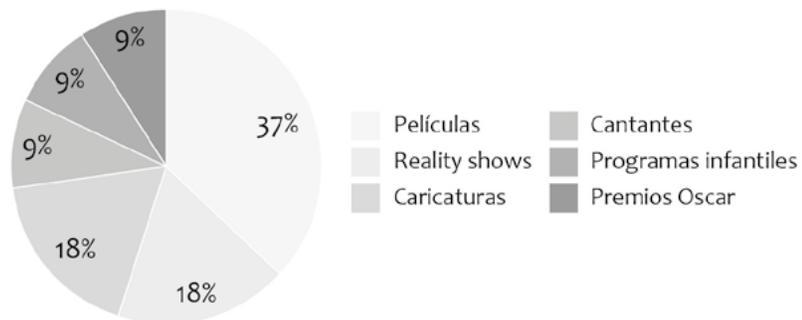
Influencia de la cultura pop en los actos de habla.



TablaEl mercado lingüístico en los que circulan los enunciados meméticos como se observa en la figura 6, un 44 % de influencia de la cultura es estadounidense, Lara Martínez (comunicación personal, 12 de septiembre de 2020) considera a los memes un coleccionismo digital y expone que “se podría decir *folk culture* en el sentido del inglés, es decir que puede hacerlo cualquier persona, podría hacer un dibujito y tomarle una foto, entonces en ese sentido se le ha creado una comuna, una nueva cultura de masas”. Por consiguiente, Palma (comunicación personal, 27 de septiembre de 2020) acota la siguiente idea, “hoy por hoy es como la asimilación a la tecnología que las diferentes sociedades la estamos realizando en función de la globalización o la mundialización a este fenómeno de la tecnologización mundial”.

Figura 7

Influencia de la cultura estadounidense en los actos de habla.



El consumo es una constante en la cultura. (Valverde Solano, 2004, p. 108) Basándonos en esta premisa podemos observar según la figura 7 que la obtención de estos recursos meméticos provienen en un 37 % del consumo de películas, el 18 % de *reality show* y 18% de caricaturas. Estas tres categorías son las que más han influenciado en los memes y a su vez han desempeñado el papel de mercado lingüístico en que los usuarios se apropian de los contenidos viralizándolos en internet y en los actos de habla.

Redes Sociales:

El lenguaje de los Memes en las comunidades virtuales

Las redes sociales han sido el vehículo que ha permitido el consumo de memes de manera inmediata y el mercado lingüístico que ha permitido el salto al habla. Se observó que en la red social de *Twitter* el uso de los contenidos meméticos es más frecuente en los actos de habla ya que esta red social es caracterizada por ser un microbloggeo. Las demás redes sociales son utilizadas para el consumo de memes y difusión de memes (ver Figura 2), los internautas únicamente reaccionan o comentan el contenido, pero no se aprecia enunciado meméticos como intercambios lingüísticos.

Cabe recalcar que el uso de los memes en las diferentes redes sociales les ha permitido hacer *engagement* entre los internautas y las comunidades virtuales, en ese sentido, establecen una conexión emotiva, sentido de apropiación del contenido y el uso de los contenidos extralingüísticos. Por lo tanto, los sujetos de la comunidad virtual se convierten entonces en un portavoz de la cultura popular y esto se da por el sentido de pertenencia a los que evocan.

Consideraciones Finales

El lenguaje al igual que la cultura son estructuras dinámicas y Eco (1994) resalta la idea en la que cada lengua organiza el universo de lo que puede ser dicho y pensado en una forma del contenido. De este modo, el lenguaje de los memes y la influencia que han tenido en los actos de habla, ha sido perceptible no solo en la desconfiguración del lenguaje, ya que no se rigen bajo leyes gramaticales o conversacionales, sino que con la alta influencia de la cultura popular han surgido nuevas opiniones populares.

Es pertinente señalar que con el surgimiento de las nuevas tecnologías y el auge de las redes sociales se permitió la creación de nuevas comunidades virtuales del habla, una nueva cultura digital y como efecto, nuevos

mercados lingüísticos. El meme dejó de ser solo un contenido irónico o de entretenimiento, su evolución en el campo de lenguaje se orienta a generar opinión pública, a comentar la realidad y dar paso a un lenguaje de internet.

En todo acto de habla se requiere una codificación y decodificación de los signos, por lo que los contextos son un elemento importante que infiere en todo acto comunicacional, ya que son los contextos lo que les atribuyen mayor fuerza ilocutiva a las significaciones de los enunciados de lo que se quiere decir. Lo que permitió el salto de los memes al habla fue la atención pública, la apropiación de los contenidos y la influencia que ha tenido la cultura popular en el internet en las comunidades virtuales del habla.

El alcance global que han tenido los memes en el habla se ha dado en un circuito comunicacional en el que se concluye tres fases:

La fase de transmisión: las redes sociales son el mercado lingüístico que ha permitido la difusión y por consecuencia el intercambio de los enunciados meméticos, ya que en esta fase los internautas tienen el primer acercamiento con los memes, los cuales son apropiados y codificados por los internautas.

La fase de codificación: de acuerdo a la teoría pragmática de relevancia, los seres humanos codifican toda la información que adquieren, en ese sentido los memes son codificados en la estructura mental de los internautas de acuerdo a los contextos donde fueron transmitidos.

La fase de decodificación y salto al habla: los contextos (situacional, lingüístico, sociocultural) desempeñan la acción de decodificación de los enunciados meméticos, puesto que dependerá de las experiencias de los hablantes que lo inducirán a despertar en la estructura mental la imagen acústica del meme y de esta manera se da el proceso físico de emisión de los enunciados meméticos en un acto de habla.

En definitiva, el lenguaje de los memes utiliza referentes universales que son producto de la cultura popular, los cuales han sido puestos en circulación en las diferentes redes sociales, por lo que el habla en las comunidades virtuales se ha visto fuertemente influenciados por la cultura popular de países como Estados Unidos, México y Japón. La generación que habla meme ha dejado en evidencia la brecha generacional que tiene que ver con el uso de las nuevas tecnologías, como lo expresó Palma

(comunicación personal, 27 de septiembre de 2020) existe una brecha generacional con la virtualidad, no todos logran articular totalmente a la vida cotidiana el uso de la tecnología y de la comunicación que se tiene en red. Las generaciones van quedando rezagadas en el dominio de las tecnologías y eso hace una brecha generacional en el lenguaje que está siendo modificado por el meme.

Es pertinente concluir que los memes deberían dejar de ser vistos como elementos humorísticos o de entretenimiento, puesto que su capacidad de alcance le ha permitido establecer un lenguaje memético que atraviesa el ciberespacio y se insertan en los actos de habla.

Por lo tanto, es importante resaltar que a partir de ellos han surgido nuevas formas de comentar la realidad, nuevas formas de relacionarse con el otro, un nuevo lenguaje que seguirá evolucionando a medida que las nuevas tecnologías evolucionen y esto lo hace sensibles a estudio, porque todo lo que atañe al hombre ya es susceptible a estudio antropológico.

Referencias

- Adams, W. Y. (2003). *Las raíces filosóficas de la antropología*. Trotta.
- Aguado, J. M. (2004). *Introducción a las teorías de la comunicación y la información*. [https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20\(20\)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf](https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20(20)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf)
- Alarcón Zayas, V. (enero, 2017). Humorismo como creación y fortalecimiento de los vínculos en la sociedad red: El caso de los memes sobre filósofos. *Revista de Comunicación*, 10(1), pp. 122-146. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6015158>
- Ardévol, E., Bertrán, M., Callén, B. y Pérez, C. (2003). Etnografía virtualizada: La observación participante y la entrevista semiestructurada en línea. *Athenea Digital* (3), pp. 1-21. <https://ddd.uab.cat/pub/athdig/15788946n3/15788946n3a5.pdf>
- Blackmore, S. (2000). *La máquina de los memes*. Paidós.
- Bohannon, P. y Glazer, M. (1993). *Antropología*. McGraw-Hill.
- Bourdieu, P. (1985). *¿Qué significa hablar?: Economía de los intercambios lingüísticos*. Akal.
- Briñis Zambrano, A. (2017). *La investigación social: Cuaderno metodológico*. ULS Editores.
- Carrasco Campos, A. (enero, 2009). Sociedad, industria cultural y comunicación: Elementos para una dialéctica de las nuevas redes comunicativas. *ULEPICC*, (7), pp. 617-629. https://www.researchgate.net/publication/260002382_Sociedad_industria_cultural_y_comunicacion_elementos_para_una_dialectica_de_las_nuevas_redes_comunicativas
- Castagno, L. (2013). *Memes: ¿Solo diversión? El fenómeno de los memes de internet más allá de la humorada* (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Rosario). <https://es.scribd.com/document/213161100/Memes-solo-diversion-El-fenomeno-de-los-memes-de-Internet-mas-alla-de-la-humorada>
- Castañeda, W. J. (junio, 2015). Los memes y el diseño: Contraste entre mensaje verbales y estetizantes. *Kepes*, 12(11), pp. 9-33. https://www.researchgate.net/publication/282514933_Los_memes_y_el_diseno_contraste_entre_mensajes_verbales_y_estetizantes
- Cortázar Rodríguez, F. J. (diciembre, 2014). Imágenes rumorales, memes y selfies: Elementos comunes y significados. *Iztapalapa*, 35(77), pp. 191-214. <http://www.scielo.org.mx/pdf/izta/v35n77/2007-9176-izta-35-77-191.pdf>
- Cucurella, L. *Antropología del ciberespacio*. de https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1527&context=abya_yala
- Delgadillo, M. A. (2005). *Cultura popular: En busca de una definición*. <http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/grieta/pdf/grieta02/28-41.pdf>

- Derrida, J. (1971). *De la gramatología*. Siglo veintiuno.
- Duranti, A. (s.f.). *La etnografía del habla: Hacia una lingüística de la praxis* <https://linguisticaunlp.files.wordpress.com/2011/11/ch-duranti.pdf>
- Duranti, A. (2000). *Antropología lingüística*. <https://reflexionesdecoloniales.files.wordpress.com/2017/01/antropologia-linguistica-alessandro-duranti-copia.pdf>
- Eco, U. (1965). *Apocalípticos e integrados*. Lumen.
- Eco, U. (2000). *Tratado de semiótica general*. Lumen.
- Eco, U. (2016). *La búsqueda de la lengua perfecta*. Crítica.
- Escandell, M. V. (1993). *Introducción a la pragmática*, Anthropos.
- Escobar, A. (diciembre, 2005). Bienvenidos a cyberia: Notas para una antropología de la cibercultura. *Revista de Estudios Sociales*, (22), pp.15-35. <http://www.scielo.org.co/pdf/res/n22/n22a02.pdf>
- Fernández, I. (2018). *Somos cultura meme: Entenderlos es entender el tiempo en el que vivimos*. <https://www.nobbot.com/pantallas/cultura-meme-entender/>
- Fernández Casas, M. X. (2003). El relativismo lingüístico en la obra de Edward Sapir: Una revisión de tópicos infundados. *Teorema*. 22(3), pp. 115-129. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1059467>
- García Huerta, D. (marzo-agosto, 2014). Las imágenes macro y los memes de internet: Posibilidades de estudio desde las teorías de la comunicación. *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*, (6). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=499051555007>
- Geertz, C. (1973). *La interpretación de las culturas*. Gedisa.
- Gómez García, P. (1981). *La antropología estructural de Claude Levi-Strauss: Ciencia, filosofía, ideología*. <https://pedrogomez.antropo.es/libros/1981-La-antropologia-estructural-de-Claude-Levi-Strauss.pdf>
- Gómez García, I. (diciembre, 2013). Del meme al imeme, trascendiendo la dimensión lúdica. *Entretextos*, 5(15), pp.1-9. https://www.researchgate.net/publication/274082561_Del_meme_al_imeme_Trascendiendo_la_dimension_ludica
- Gutiérrez de Angelis, M. (2012). Antropología visual y medios digitales: Nuevas perspectivas y experiencias metodológicas. *Revista de Antropología Experimental*, 8(12), pp.101-112. <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/rae/article/view/1851/1607>
- Hamui Sutton, A. y Varela Ruíz, M. (enero-marzo, 2012). La técnica de grupos focales. *Investigación en Educación Médica*, 2(1), pp.55-60. <https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733230009.pdf>
- Hernández Escobar, L. (2012). *Enciclopedia virtual de memes: Semiótica de un fenómeno visual cibernético* (Tesis de pregrado, Universidad Dr. José Matías Delgado). <https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20c/03/DGR/0001835-ADTESHE.pdf>

- Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. <https://seminariosocioantropologia.files.wordpress.com/2014/03/hine-christine-etnografia-virtual-uoc.pdf>
- Korsbaek, L. (julio, 2002). La antropología y la lingüística. *Ciencia Ergo Sum*, 10(2), pp. 159-172. <https://www.redalyc.org/pdf/104/10410205.pdf>
- Kottak, C. P. (2011). *Antropología cultural*. https://aiustudev.aiu.edu/submissions/profiles/resources/onlinebook/k9j4h3_antropologia-cultural2.pdf
- Kristeva, J. (1988). *El lenguaje, ese desconocido: Introducción a la lingüística*. <https://introduccionlenguaje2010.files.wordpress.com/2010/09/kristeva-julia-el-lenguaje-ese-desconocido.pdf>
- Melo Herrera, B. H. (21 de mayo del 2009). *Web 2.0, Web 3.0 y Web 4.0*. <https://www.icesi.edu.co/blogs/egatic/2009/05/21/web-20-web-30-y-web-40/>
- Mosquera Villegas, M. A. (diciembre, 2008). De la etnografía antropológica a la etnografía virtual: Estudio de las relaciones sociales mediadas por Internet. *Fermentum. Revista Venezolana de Sociología y Antropología*, 18(53), pp.532-549. <https://www.redalyc.org/pdf/705/70517572006.pdf>
- Muñoz Villar, C. (2014). *El meme como evolución de los medios de expresión social* (Tesis de pregrado, Universidad de Chile). <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/129749/El%20meme%20como%20evoluci%F3n%20de%20los%20medios%20de%20expresi%F3n%20social.pdf?sequence=1>
- Pérez Salazar, G., Aguilar Edwards, A. y Guillermo Archilla, M. E. (mayo-agosto, 2014). El meme en internet: Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake. *Argumentos*, 27(75), pp.79-100. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-57952014000200005
- Pilleux, M. (2001). Competencia comunicativa y análisis del discurso. *Estudios filológicos*, (36), pp.143-152. <http://dx.doi.org/10.4067/S007117132001003600010>
- Rajić, J. (junio, 2013). Los conceptos de la teoría de la relevancia y su aplicación al estudio de los marcadores discursivos. *Colindancias*, 4, pp.351-362. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5249336>
- Restrepo, E. (2016). *Etnografía: Alcances, técnicas y éticas*. <http://www.ramwan.net/restrepo/documentos/libro-etnografia.pdf>
- Reyes, G. (2007). *El abecé de la pragmática*. https://linguisticapsicologia.weebly.com/uploads/6/8/5/9/6859893/reyes_cap._iii_1.pdf