



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE EDUCACIÓN Y ARTES



**“EXCESO DE LA ECONOMÍA DE LENGUAJE A TRAVÉS DE LOS
IDEOGRAMAS EN LA COMUNICACIÓN POR REDES SOCIALES
(FACEBOOK Y WHATSAPP) Y SU REPERCURSIÓN EN LAS
FORMAS DE EXPRESIÓN”**

TRABAJO RECEPCIONAL BAJO LA MODALIDAD DE
TESIS

PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN
IDIOMAS

PRESENTAN:

HEBER ZURISADAY GARCÍA CALCÁNEO
KARLA KRISTELL TORRES CUSTODIO

DIRECTORA:

DRA. MARÍA DE LOURDES LUNA ALFARO

CODIRECTORA:

DRA. BELEM CASTILLO CASTRO

VILLAHERMOSA, TABASCO.

AGOSTO, 2023

HEBER ZURISADAY GARCÍA CALCÁNEO - KARLA KRISTELL TORRES CUSTODIO.pdf

 Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::3117:589150563

Fecha de entrega

11 may 2026, 4:55 p.m. GMT-6

Fecha de descarga

11 may 2026, 7:22 p.m. GMT-6

Nombre del archivo

HEBER ZURISADAY GARCÍA CALCÁNEO - KARLA KRISTELL TORRES CUSTODIO.pdf

Tamaño del archivo

5.3 MB

171 páginas

37.493 palabras

273.961 caracteres

5% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 20 palabras)
- Abstract
- Methods and Materials

Fuentes principales

- 5%  Fuentes de Internet
- 0%  Publicaciones
- 0%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alerta de integridad para revisión



Caracteres reemplazados

59 caracteres sospechosos en N.º de páginas

Las letras son intercambiadas por caracteres similares de otro alfabeto.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Fuentes principales

5%	 Fuentes de Internet
0%	 Publicaciones
0%	 Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Internet	
core.ac.uk		<1%
2	Internet	
hdl.handle.net		<1%
3	Internet	
dspace.utb.edu.ec		<1%
4	Internet	
dspace.ucuenca.edu.ec		<1%
5	Internet	
reunir.unir.net		<1%
6	Internet	
revistas.upb.edu.co		<1%
7	Internet	
doczz.es		<1%
8	Internet	
www.elsevier.es		<1%
9	Internet	
www.fundacionunam.org.mx		<1%
10	Internet	
www.researchgate.net		<1%
11	Internet	
elqueretano.info		<1%

12	Internet	quettrat.wordpress.com	<1%
13	Internet	prezi.com	<1%
14	Internet	www.eumed.net	<1%
15	Internet	www.rua.unam.mx	<1%
16	Internet	ciegc.org.ve	<1%
17	Internet	ceur-ws.org	<1%
18	Internet	esvaratenuacion.es	<1%
19	Internet	www.timetoast.com	<1%
20	Internet	ethic.es	<1%
21	Internet	revistas.ucm.es	<1%
22	Internet	www.noticonquista.unam.mx	<1%
23	Internet	es.scribd.com	<1%
24	Internet	www.redalyc.org	<1%
25	Internet	repositorio.uta.edu.ec	<1%



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO

"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



División Académica
de Educación y Artes



DIRECCIÓN

REF: DAEA/1601/23

Villahermosa, Tabasco; a 23 de agosto de 2023

Lic. Maribel Valencia Thompson
Jefe del Depto. de Certificación
y Titulación de la U.J.A.T.
P R E S E N T E

En conformidad con lo establecido en el Artículo 87 del Reglamento de Titulación de la U.J.A.T., me permito comunicar a Usted que la Dra. María Lourdes Luna Alfaro como Directora y la Dra. Belem Castillo Castro como Co-Directora, dirigieron y supervisaron el Trabajo Recepcional de "TESIS" denominado "EXCESO DE LA ECONOMÍA DE LENGUAJE A TRAVÉS DE LOS IDEOGRAMAS EN LA COMUNICACIÓN POR REDES SOCIALES (FACEBOOK Y WHATSAPP) Y SU REPERCUSIÓN EN LAS FORMAS DE EXPRESIÓN", elaborado por los CC. Heber Zurisaday García Calcáneo y Karla Kristell Torres Custodio, pasantes de la Licenciatura en Idiomas. El jurado para el examen profesional de los mismos, Dra. Edna María Gómez López, Dra. Asbinia Suárez Ovando, Dra. María Lourdes Luna, Dra. Rossana Aranda Roche y Dra. Claudia Alejandra Castillo Burelo, revisaron y señalaron las modificaciones que había que hacerle a dicho trabajo y que los interesados han llevado a efecto. Por lo tanto, puede imprimirse.

Atentamente

M.A.E.E. Thelma Leticia Ruiz Becerra
Directora



C.c.p. Archivo
MAEE TLRB/amv*



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO

"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



División
Académica
de Educación
y Artes

COORDINACIÓN DE ESTUDIOS TERMINALES

Villahermosa, Tabasco a 05 de septiembre de 2023.

Los que suscriben **Heber Zurisaday García Calcáneo y Karla Kristell Torres Custodio** autorizan por medio del presente escrito a la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco para que utilice tanto física como digitalmente la **tesis de pregrado** denominada:

"EXCESO DE LA ECONOMÍA DE LENGUAJE A TRAVÉS DE LOS IDEOGRAMAS EN LA COMUNICACIÓN POR REDES SOCIALES (FACEBOOK Y WHATSAPP) Y SU REPERCUSIÓN EN LAS FORMAS DE EXPRESIÓN"

De la cual somos autores y titulares de los Derechos de Autor.

La finalidad del uso por parte de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco de la tesis antes mencionada, será única y exclusivamente para difusión, educación y sin fines de lucro; autorización que se hace de manera enunciativa más no limitativa para subirla a la Red Abierta de Bibliotecas Digitales (RABID) y a cualquier otra red académica con las que la Universidad tenga relación institucional.

Por lo antes manifestado, liberamos a la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco de cualquier reclamación legal que pudiera ejercer respecto al uso y manipulación de la tesis mencionada y para los fines estipulados en este documento.

Se firma la presente autorización en la ciudad de Villahermosa, Tabasco a los veintidós días, del mes de agosto del año dos mil veintitrés.

Heber Zurisaday García Calcáneo

Karla Kristell Torres Custodio

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por permitirme llegar hasta estos momentos y darme la sabiduría necesaria para lograr culminar este grado académico.

Agradezco a mis padres por el apoyo que han dado a lo largo de mi vida y el soporte que me ayudó a salir adelante a pesar de las adversidades y recordarme siempre por qué debo seguir adelante.

Agradezco a la Dra. María de Lourdes Luna Alfaro, quien fue mi maestra y guía en este proyecto, y como apoyo también para la concepción de esta tesis, a la Dra. Belem Castillo Castro quien nos asesoró fielmente en este proceso sin dudarlo.

L.I. Heber Zurisaday García Calcáneo

Agradezco a mi madre, mi ejemplo a seguir, a mis dos grandes amores Lucas y Tobi mi motor a seguir día a día, les agradezco por acompañarme en este proceso de culminación de grado.

Agradezco a la Dra. María de Lourdes Luna Alfaro, quien fue una gran guía en este proyecto y ayudó a ser posible esta tesis. También agradezco el gran esfuerzo y guía de la Dra. Belem Castillo Castro quien nos asesoró fielmente en este proceso de culminación.

L.I. Karla Kristell Torres Custodio

INTRODUCCIÓN

Hoy en día las redes sociales forman parte principal de nuestra vida cotidiana, y podríamos decir que son medios que nos ofrecen herramientas para facilitar la comunicación, pero ¿hasta qué punto repercuten en nuestra habla? Si bien, diariamente mandamos mensajes que contienen *stickers*, *emojis*, y *memes* para agregar una propiedad de sentido y emoción al acto comunicativo; aunque estos repercutan en nuestra habla y comportamiento, ya que al haber un contacto directo afectan nuestra forma de actuar y hablar en cuanto al flujo de información. El humano al ser un ente que evoluciona constantemente adapta su forma de hablar a lo que más le favorezca, esto sin tomar en cuenta si las repercusiones que conlleva son positivas o negativas. Es así que el fenómeno de La Economía del Lenguaje es presentado como problemática principal debido al poco esfuerzo que se invierte constantemente, y con más continuidad al momento de llevar a cabo el habla, la escritura, e incluso la forma de expresarse de acuerdo con nuestra población.

Por ende, en este trabajo se realiza un análisis a profundidad para resolver las dudas creadas a partir de esta investigación, por lo cual la pregunta principal ¿de qué manera el contenido semántico-pragmático de los ideogramas utilizados en los textos informáticos influye en la comunicación escrita, modo de expresión, y desarrollo de la identidad de los jóvenes mexicanos? será punto de partida para iniciar con los estudios relacionados a los contenidos de estos elementos digitales y descubrir la manera en la cual esos significados repercuten en los modos de expresión y el desarrollo de la identidad de los jóvenes.

Para llevar a cabo los objetivos planteados y comprobar las dudas existentes de dicho trabajo, el presente estudio se ha estructurado en cuatro apartados, en el cual el primero se encuentra la problemática, se plantea el problema de estudio y la justificación, además de, añadir el aporte teórico (estado del arte), las preguntas de investigación, el objetivo general y los objetivos específicos, esto es, el protocolo de investigación. Como consiguiente, el capítulo teórico, ofrece un análisis de las teorías utilizadas para comprender los fenómenos relacionados al estudio y la problemática, siendo el principal La Economía del Lenguaje. En el tercer

apartado que cubre la parte metodológica de esta investigación se describe el enfoque, el tipo de estudio, y la definición de la muestra utilizada. Para finalmente canalizar esos resultados obtenidos los cuales son expuestos en las conclusiones, donde se da la resolución a las preguntas de investigación, así como las reflexiones obtenidas de la investigación y los anexos añadidos.

En este trabajo de investigación se espera comprender una faceta evolutiva de la lengua a través de los elementos introducidos, que facilitan la comprensión de la comunicación. Partiendo de un punto referente, se busca confirmar las distintas formas de manifestación que tiene La Economía del Lenguaje, a través de los actos comunicativos presentados, aunado a esto comprender la repercusión que tienen los ideogramas presentados y entender desde un punto más analítico el propósito por el cual están determinados.

ÍNDICE

PORTADA	
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN	2
DERECHOS DE AUTOR	3
AGRADECIMIENTOS	4
INTRODUCCIÓN	5
ÍNDICE	7
ÍNDICE DE TABLAS	10
ÍNDICE DE CUADROS	10
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	10
 CAPITULO I	 11
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
2. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	16
3. OBJETIVOS	17
4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	18
5. ESTADO DEL ARTE	20
1.1 Formación de nuevos hábitos de lectura y escritura	20
1.2 El ciberlenguaje y la jerga de las redes sociales	24
1.3 Ciberpragmática y elementos pragmáticos dentro del internet	31
1.4 El signo lingüístico dentro de la comunicación digital (uso de ideogramas)	35
 CAPITULO II (CAPÍTULO TEÓRICO)	 40
2.1 LA LECTURA	41
2.1.1 La lectura en la actualidad	41
2.1.2 La lectura en los jóvenes	43
2.1.3 La lectura como competencia lingüística	45
2.1.4 La lectura en los medios digitales	46
2.2 LA ESCRITURA	48
2.2.1 La escritura en la actualidad	48
2.2.2 La escritura en los jóvenes	50
2.2.3 Importancia de la escritura en los jóvenes	53

2.2.4	<i>La escritura como competencia lingüística</i>	55
2.2.5	<i>La escritura en los medios digitales</i>	58
2.2.6	<i>Libertad en la escritura e identidad juvenil.....</i>	60
2.2.7	<i>La tecnología influyendo en los hábitos y tendencias de la escritura</i>	62
2.2.8	<i>La Economía del Lenguaje en la comunicación escrita por medios digitales</i>	64
2.2.8.1	<i>Abreviaciones</i>	67
2.2.8.2	<i>Metaplasmos.....</i>	68
2.2.8.3	<i>Vulgarismos.....</i>	70
2.2.9	<i>Sobreuso de deixis y asimilación del contexto (sobreuso de ideogramas como referente en el acto comunicativo)</i>	71
2.2.10	<i>La Economía del Lenguaje aplicada a los textos escritos en los actos comunicativos en redes.....</i>	77
2.3	EL TEXTO	80
2.3.1	<i>Uso del texto en internet</i>	81
2.4	REDES SOCIALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN	84
2.4.1	<i>Medios de comunicación digital y su desarrollo</i>	84
2.4.2	<i>Redes sociales</i>	86
2.4.3	<i>Consumo de las redes sociales</i>	88
2.5	CIBERLENGUAJE Y CIBERPRAGMÁTICA.....	91
2.5.1	<i>Códigos entre jóvenes (jergas)</i>	92
2.5.2	<i>Ideogramas</i>	93
2.5.2.1	<i>Meme</i>	94
2.6	HUMOR EN INTERNET Y CULTURA POPULAR	97
CAPITULO III (METODOLOGÍA).....		100
3.1	TIPO DE ESTUDIO.....	101
3.1.1	<i>Enfoque de estudio</i>	101
3.1.2	<i>Alcance de estudio</i>	102
3.2	CONTEXTO	103
3.3	POBLACIÓN	103
3.3.1	<i>Universo.....</i>	103
3.3.2	<i>Población</i>	103
3.5	CODIFICACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DE LOS DATOS	114

3.6	PROCESO Y ANÁLISIS DE DATOS	130
3.7	INTERPRETACIÓN DE DATOS	143
	CONCLUSIONES FINALES	147
	LITERATURA CONSULTADA Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	150
	ANEXOS	152

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis de frase	74
Tabla 2 Rúbrica de Selección de Ideogramas	107
Tabla 3 Resultados de la Valoración de los Ideogramas.....	109
Tabla 4 Muestra de Pre-análisis de Ideogramas.....	112
Tabla 5 Simbología para los análisis semánticos y pragmáticos.....	131
Tabla 6 Ejemplificación de los análisis en un ideograma	131
Tabla 7 Análisis semánticos y pragmáticos del resto de los ideogramas del corpus	132

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Sistematización de los datos acorde a las propiedades de los ideogramas	114
Cuadro 2 Sistematización de los datos acorde a las Unidades Léxicas	115
Cuadro 3 Sistematización de los datos acorde al Cuadro de Imagen	117
Cuadro 4 Sistematización de los datos acorde al Registro de Vocabulario.....	119
Cuadro 5 Sistematización de los datos acorde a la Ortografía.....	121
Cuadro 6 Sistematización de los datos acorde a la Versatilidad.....	123
Cuadro 7 Sistematización de los datos acorde al Carácter Emotivo-fático	125
Cuadro 8 Sistematización de los datos acorde al Contexto o Deixis.....	127

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Muestra de ideogramas Categoría 1	115
Ilustración 2 Muestra de Ideogramas Categoría 2	118
Ilustración 3 Muestra de ideogramas Categoría 3	120
Ilustración 4 Muestra de ideogramas Categoría 4	122
Ilustración 5 Muestra de ideogramas Categoría 5	124
Ilustración 6 Muestra de ideogramas Categoría 6	126
Ilustración 7 Muestra de ideogramas Categoría 7	128

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

CAPITULO I

PROTOCOLO DE INVESTIGACIÓN

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El desarrollo de los medios de comunicación y la tecnología en el siglo XX trajo consigo cambios significativos en la sociedad, los que se ven reflejados en la educación y han jugado un papel importantísimo en las últimas décadas del siglo XX y en las primeras del siglo XXI. (Irrazabal Paz, M. F., & Loutayf, M. S., 2015, p.2)

La actual comunicación a través de los medios digitales ofrece una amplia variedad de herramientas tanto comunicativas como de esparcimiento que facilitan y hacen más interesante el proceso de comunicación dentro de las plataformas digitales. Hoy en día, con un simple gesto, frase o, mando, es posible procesar textos con el suficiente contenido semántico-pragmático capaz de facilitar a los interlocutores el desarrollo de una conversación cuyo mensaje sea enriquecido con cada uno de estos recursos digitales que se adjuntan al momento de la producción de los textos; ya sean: imágenes, vídeos, o audios como contenido multimedia; y últimamente, los fenómenos de internet conocidos como *memes*, *stickers*, *emojis*, *emoticonos* y *GIFs*; nos abren las puertas a un mundo nuevo dentro de la comunicación digital, donde la carga semántica-pragmática de estos recursos trascienden aquel mundo virtual y toman a ser parte de nosotros a través de nuestra forma de expresión y cultura.

Si bien, el desarrollo de las Tecnologías de la Información (TI) ha favorecido inmensamente la evolución del ser humano en términos de comunicación, no podemos hacer caso omiso a los “detalles” que van surgiendo y que afectan el desarrollo de las habilidades lingüísticas de los internautas. Pues, debido a que los medios de comunicación actuales ofrecen una alta gama de recursos digitales que enriquecen el contenido de un mensaje de texto o post, ya sea, para transmitir de manera gráfica alguna emoción, sentimiento o información adicional; es imposible ignorar el hecho de que su existencia, y sobre todo, la libertad con la cual contamos para usarlos, facilite la producción de dichos textos acortando el tiempo en el que los realizamos y cambiando la forma en la cual solíamos desarrollarlos.

Características como lo son el énfasis, sentido o tono de cómo se quiere transmitir el

mensaje, son aspectos que no se pueden representar de manera gráfica o escrita en internet, para ello, es necesario un análisis del discurso en el cual sea posible aproximarse a una interpretación. En este sentido, el texto es una muestra y al mismo tiempo el marco de comportamiento lingüístico que puede ser actualizado en habla o escritura. “Una gramática del texto tiene que explicar la competencia comunicativa de una forma absoluta, es decir, no solo las reglas sintáctico-semánticas de la elaboración de frases, sino también el uso pragmático eficaz o aceptable de tales frases en expresiones comunicativas”. (S. J. Schmidt, 1977; Penas Ibáñez, M.a Azucena, 2018)

Con la llegada de la web 2.0, enormes volúmenes de textos con opiniones están disponibles; para extraer el sentimiento acerca de un objeto, producto o servicio de esta enorme red; estos son: el uso de lenguaje informal, las abreviaturas, los errores ortográficos y tipográficos, el lenguaje irónico y sarcástico, la semántica composicional, el nivel de conocimiento del lenguaje, el nivel cultural, entre otros. (Mario Amores, Leticia Arco, Abel Barrera, 2016, p. 44)

La Economía del Lenguaje puede ser una alternativa de uso de la lengua siempre y cuando sea utilizada de manera consciente y no afecte las habilidades lingüísticas de los hablantes y su entorno. La Economía del Lenguaje se define como un proceso evolutivo enfocado a la minimización del esfuerzo invertido a la hora de hablar, escribir o expresarse; lo que da pauta a que en la comunicación a través de medios digitales se haga uso de ella constantemente. Es así, como surge uno de los problemas que se relacionan con este fenómeno del lenguaje, la deformación de la escritura en los textos; la cual puede tener distintos orígenes, como lo son: la falta de ortografía; la presencia de la oralidad escrita; conocimiento limitado en el uso de las aplicaciones de comunicación digital, entre otros; sin embargo, partiremos del hecho de que en algunas de estas plataformas de comunicación existe un número limitado de caracteres permitidos para la redacción de un texto, lo que, hará reflexionar mucho acerca de cómo plasmar un mensaje con menos texto de lo esperado.

El hecho de limitar a los usuarios al momento de producir sus textos hace que la lengua sufra deformaciones o cambios en este mundo cibernético, tornando este fenómeno como un

hecho común y cotidiano que se refleja gradualmente en los usuarios sin importar el rango de edad. No debemos pasar por desapercibido los nuevos recursos digitales que han ido revolucionando la comunicación en internet en los últimos años, los ideogramas. Un ideograma o representación gráfica incluye todos aquellos términos que denotan la simbología que acompaña al texto en las publicaciones y que tienen la función de expresar los estados de ánimo del usuario, las actitudes, sentimientos, etcétera. (Vila Ponte, 2018)

No obstante, tal forma de comunicación se ha ido tornando cada vez más frecuente en las conversaciones de generaciones jóvenes, haciendo que las generaciones veteranas no puedan seguir el paso de éstas, lo que crea un distanciamiento cultural y *cibercultural* entre generaciones. Y el simple hecho de que las generaciones se vayan distanciando entre sí repercute en la jerga utilizada en sus discursos y por consiguiente en sus comportamientos sociales. En otras palabras, si pertenecemos a alguna generación en específico por ejemplo a la “Generación Z” (nacidos entre los años 1997-2012, según el Centro de Investigación Pew), la jerga utilizada o los acontecimientos que marcan la vida de una persona nacida en ese lapso únicamente podrán ser comprendidos en su totalidad por otro individuo de la misma generación, esto es, porque ambos están o estaban situados en el mismo contexto social o cultural, y conocen o dominan el tema; de la misma forma acontece con los diversos grupos sociales, pues las personas pertenecientes a estos grupos utilizarán términos o contextos relacionados con su entorno, pues todos ellos saben y conocen las tendencias o fenómenos de los que se están hablando día con día en su círculo. Lo mismo pasa dentro del mundo digital, cada generación o grupo social se desenvuelve de manera distinta dependiendo de sus necesidades, estilos de vida y entorno, por lo que su contenido, jerga y cibercultura serán únicos, y de allí derivarán sus modos de expresión en la escritura y recursos digitales adaptándose a su conveniencia, limitando considerablemente su uso al resto de la comunidad.

Debido a ese alto nivel de carga semántica-pragmática que se les ha adjudicado a los diversos tipos de ideogramas, los internautas han tomado ventaja del carácter intertextual que poseen estos recursos, lo que trae como consecuencia que ya no se ocupen por presentar el contexto de la situación, contenido o entorno a nuevos individuos sino que dan por hecho que todos los participantes tienen conocimiento de los antecedentes o contexto de algún fenómeno

de internet actual; y esto no permite a los nuevos participantes sentirse involucrados o en sintonía, y por lo tanto seguir el paso de algún grupo social o hasta generación: “Los usuarios, en tanto emisores y participantes de una situación comunicativa, tienen intenciones comunicativas y, en consecuencia, producen (diseñan, dice el autor) sus mensajes con la expectativa de que serán interpretados correctamente por los usuarios destinatarios”. (Yus, 2010, p. 31)

Los problemas generados a partir del exceso de uso de los ideogramas en producción de los textos para evitar escribir; la economía del lenguaje en las plataformas digitales que puede llegar a deformar la lengua de ciertas maneras; y la falta del contexto (conocimiento semántico y pragmático) de los fenómenos del internet o hechos culturales de la vida cotidiana; no se quedan contenidos en el mundo digital, sino que migran hacia el mundo real a través de las habilidades lingüísticas influenciadas de los usuarios de internet. Estas habilidades que fueron influenciadas por los hábitos no ortodoxos de escritura y redacción que se crearon a partir de las “libertades en la redacción” que las plataformas digitales ofrecen al momento de “postear” o “chatear”, y añadiendo el hecho de que los hablantes no mantienen una disciplina en la educación de su lengua; han propiciado a que nos cuestionemos ¿hacia dónde va la lengua?, ¿una evolución, expandiéndose al uso de nuevos recursos como memes o referencias hacia otros fenómenos?, o ¿acaso a un deterioro de la misma y la creación de malos hábitos en la escrita de nuestras generaciones jóvenes?

2. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Pregunta General
¿De qué manera el contenido semántico-pragmático de los ideogramas utilizados en los textos informáticos influye en la comunicación escrita, modo de expresión, y desarrollo de la identidad de los jóvenes mexicanos?

Preguntas de investigación
i. ¿De qué manera la carga semántica-pragmática de los ideogramas utilizados en la producción de textos (a través de medios digitales) es lo suficientemente fuerte como para abarcar una idea abstracta y completa que justifique la ausencia de las grafías en los actos de conversacionales?
ii. ¿En qué forma se interpretan los significados semántico-pragmáticos de los ideogramas en los distintos grupos sociales o generacionales dentro y fuera de la comunidad cibernética?
iii. ¿Cómo repercute la inclusión de referencias culturales (provenientes de los fenómenos de internet e ideogramas) en la comunicación social fuera de internet y su relación con la cultura popular?

3. OBJETIVOS

Objetivo general
Interpretar los significados semántico-pragmáticos que contienen cincuenta de los ideogramas más populares y virales vigentes desde el año 2022 hasta el primer trimestre del año 2023, cuyo rol ha destacado en las conversaciones de las generaciones jóvenes, a través de un corpus lingüístico.

Objetivos específicos
i. Crear un corpus de cincuenta ideogramas cuya finalidad sea estudiar e interpretar la carga semántica-pragmática que contienen en los posibles escenarios y contextos culturales; destacando información referente a el surgimiento del fenómeno, mensaje principal transmitido, posibles interpretaciones por los usuarios, modo de transmisión, y repercusiones en la cultura de la comunicación y cultura popular de los usuarios.
ii. Analizar los ideogramas del corpus para categorizarlos de acuerdo a su grado de trascendencia e influencia hacia la cultura social de los usuarios, y determinar si su valor repercute de manera positiva o negativa en los hábitos de comunicación (oral y escrita) de los usuarios.
iii. Establecer las interpretaciones de las cargas semánticas y pragmáticas de los ideogramas estudiados, de manera que usuarios de internet ajenos a esta comunidad puedan comprender el contexto en el cual son usados estos recursos digitales.

4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El lenguaje nacido en la red internet es lo suficientemente influyente en el lenguaje que empleamos en nuestras conversaciones de la vida cotidiana, pues en la mayoría de las ocasiones, no nos damos cuenta de que las jergas y los modos de expresión empleados allí se filtran en nuestra forma de hablar cambiando radicalmente la manera en la cual hacemos comunicación; primero, nuevos términos se van acuñando a nuestro léxico, los cuales son derivados de las necesidades que surgen de los consumidores de estos novedosos sistemas de comunicación digital, dando como resultado que el usuario los adopte como parte de su vocabulario y estén presentes en su léxico o jerga, creando neologismos para nuestra lengua lo cual se refleja como un comportamiento evolutivo de la misma; y segundo, nuevas herramientas de asistencia que complementan los mensajes de texto también van tomando fuerza en las plataformas digitales: el uso de imágenes, videos y fragmentos de audios son ejemplos de estos, pues complementan nuestras conversaciones haciéndolas cada vez más dinámicas y menos ortodoxas ya que si las comparamos con las formas de comunicación antiguas.

El problema principal de esta investigación yace en torno a un fenómeno de la lengua que se presenta en la producción de textos por medios digitales, la economía del lenguaje; si bien es un fenómeno al cual todos hemos recurrido alguna vez ya sea abreviando alguna palabra para agilizar la velocidad del mensaje; utilizando alguno de los ideogramas disponibles en nuestros dispositivos así como son *memes*, *stickers* o *GIFs* para expresar una idea compleja si no se quiere redactar; o hasta incluso llegar a utilizar términos nuevos o referencias hacia algún fenómeno o situación creando así claves propias o jergas. Por lo que este proyecto de investigación tiene como propósito interpretar los significados semántico-pragmáticos que contienen treinta de los ideogramas más populares y virales del año 2022, sean *memes*, *stickers*, *GIFs*, y *emojis/emoticones* respectivamente, cuyo rol ha destacado en las conversaciones de las generaciones jóvenes. Todo lo anterior llevándose a cabo a través de la creación de un corpus lingüístico, el cual nos permitirá estudiar la carga semántica-pragmática de estos recursos digitales que logra trascender del mundo virtual hacia el real y que influye de diversas formas la cultura de la escritura en los jóvenes y su entorno social.

Debido a que la lengua se encuentra en un proceso evolutivo constante, y ahora con el desarrollo de la tecnología en los medios de comunicación, es casi imposible de ignorar el hecho de que el lenguaje ha sufrido de cambios significativos en su empleo a través de estas herramientas tecnológicas, por lo que esta investigación ofrece proveer a la comunidad lingüística de un pequeño aporte acerca del funcionamiento del fenómeno ciberpragmático en las redes de comunicación digital que apenas, hace unos años, comenzó a estudiarse. Asimismo, el presente estudio pretende ampliar los conocimientos que ya se tienen acerca del empleo del lenguaje en los usuarios jóvenes en la red y cómo estos pueden llegar a concebir ese pensamiento crítico y comprensión que se transmite a través de la comunicación digital cuya propiedad semántica y pragmática es totalmente diferente a su empleo natural fuera de la red.

El proyecto tiene una utilidad metodológica que no es muy común en este tipo de trabajos, puesto que, se hará uso de un corpus lingüístico que da una perspectiva diferente al tipo de estudio empleado en esta tesis, siendo de tipo análisis de contenidos. Siendo, para concluir, un proyecto de investigación viable debido a que los recursos destinados a esta investigación se encuentran disponibles incluso desde fuera de las instalaciones de nuestra universidad.

5. ESTADO DEL ARTE

Para sustentar los argumentos e hipótesis que se desarrollarán en este proyecto de investigación se recurrió a la búsqueda y recolección de otros trabajos de investigación relacionados a las categorías de análisis de la problemática principal a tratar en esta tesis; para ello, se utilizaron alrededor de veinte *papers* recolectados de distintas revistas indexadas y publicados por universidades de distintos países de habla hispana. Tales *papers* pertenecen a los géneros: artículos científicos relacionados al tema; tesis de distintos grados (licenciatura, maestría y doctorado); algunos libros utilizados como fuente de términos; resúmenes de libros u otros artículos; manuales de términos; entre otros.

Para desarrollar este apartado, fueron seleccionados aquellos trabajos de investigación que hayan tenido una metodología o estudio similar al planteado en el presente trabajo, además de, tomar en cuenta aquellos que más se enfocan en nuestras categorías de análisis y que han servido, de igual manera, como fuente principal del conocimiento teórico dentro de la etapa de documentación y búsqueda de la literatura correspondiente.

1.1 Formación de nuevos hábitos de lectura y escritura

Como primera categoría de análisis a exponer se encuentra la formación de hábitos de lectura-escritura, los cuales, en este proyecto, estarán más centrados en la población juvenil mexicana, puesto que dichos hábitos dan pauta a que otros fenómenos puedan o no afectar las habilidades lingüísticas de la población objetivo, dando paso a una modificación en los procesos de comunicación tradicional frente a un mundo digitalizado.

1.1.1 El chat en las redes sociales y los hábitos de lectura y escritura de los estudiantes del Séptimo Año de Educación Básicas de la Escuela Ciudad de Ventanas, del Cantón Ventanas, Provincia de Los Ríos

Sosa Arévalo J. (2020), con su trabajo *“El chat en las redes sociales y los hábitos de lectura y escritura de los estudiantes del Séptimo Año de Educación Básicas de la Escuela Ciudad de Ventanas, del Cantón Ventanas, Provincia de Los Ríos”*, con contexto en el país ecuatoriano y presentado en la Universidad Técnica de Babahoyo, Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación, llevó a cabo investigación acerca de los hábitos de lectura-escritura que desarrollaban los estudiantes (introducidos en el título de la obra) por el uso de las redes sociales, pero con la problemática de que dichos alumnos se encontraban aún en proceso de desarrollo de las competencias lecto-escritoras.

Sosa hace un análisis de la problemática en cuatro escalas: nivel internacional, nacional, provincial, local e institucional, en lo referente a la dependencia de las redes sociales más conocidas como Facebook y WhatsApp, exponiendo el impacto que estas provocan en el rendimiento académico de los estudiantes. También, él plantea que tal dependencia e influencia en la vida de los jóvenes no solo afecta su conducta o cultura, sino que también se refleja en el habla y la escritura, de allí el propósito por estudiar este fenómeno. A lo largo de la investigación, el autor desarrolla subtemas como la importancia de las redes sociales, destacando su historia y orígenes; la libertad en la escritura dentro de las redes sociales, señalando lo grave que puede ser si no tenemos el cuidado correspondiente al respetar las normas de escritura de nuestra lengua aun así empleándola en la red; dicha libertad desencadena otro fenómeno que el autor enfatiza pues, es importante tener en cuenta que mientras los niños y jóvenes se encuentren en procesos de adquisición de la lengua cualquier anomalía o inconsistencia dentro del empleo que no sea corregido puede tener consecuencias graves a futuro, destacando de igual manera, la mala ortografía por ejemplo. Este último punto es muy recurrente dentro del trabajo de Sosa Arévalo, ya que recalca también que no existen entes o aplicaciones que regulen las normas de escritura dentro de las redes sociales, hecho que afecta al conocimiento del estudiante y su desarrollo profesional y personal indirectamente.

Otro de los temas que explora el autor es la estructuración y morfología de las redes sociales, destacando su evolución en los últimos años; por su parte, la *oralidad escrita*, fenómeno cuya importancia es muy relevante en nuestra investigación de igual manera, es explicado por Sosa y considerado en esta investigación como otra de las categorías de análisis

pilares de este proyecto de investigación. Mientras tanto, subtemas como los nuevos tipos de lenguaje dentro de las redes; los códigos entre grupos sociales; el vocabulario deficiente a causa del bajo hábito de lectura en los jóvenes; los niveles de comprensión lectora en los jóvenes; y la escritura en redes como una *moda*; son fenómenos que también tomamos en cuenta en este proyecto de investigación dado que es necesario comprender los nuevos tipos de lenguaje que van surgiendo en internet, pero también mirar el lado negativo que causa que los estudiantes desarrollen ese lazo de dependencia hacia las redes siendo reflejados en la pobre habilidad lectora que poseen.

1.1.2 La 'alfabetización' en el siglo XXI: El desarrollo de habilidades digitales en la enseñanza de lectura y escritura

Otro de los artículos tomados en cuenta en esta investigación es el de Irrazabal M. S. y Loutayf M. (2015) presentado por la Universidad Católica de Salta, cuyo enfoque se centra en la influencia que los avances de la tecnología y los medios de comunicación efectúan hacia sus usuarios, pero, sobre todo, redefiniendo los objetivos en la enseñanza de la lectura y la escritura de nuestra lengua materna en la actualidad. Además de educar a las nuevas generaciones en el dominio de los recursos tecnológicos, presentando así el término *alfabetismo digital*.

Las autoras destacan las nuevas habilidades que un alumno de nuestra época debe poseer para poder ser lo suficientemente competente para incorporarse al mundo laboral, tales habilidades serían ser alfabeto en el campo tecnológico y digital; el desarrollo de un pensamiento crítico y de destrezas comunicativas; la adquisición de lenguas extranjeras; entre otras. Los propósitos de esta presentación del término alfabetismo digital son resignificar el concepto de alfabetismo en el siglo XXI e introducir las habilidades en las que se deben preparar a los estudiantes de nivel medio y superior a través del uso de herramientas digitales para la enseñanza de la lectura y la escritura.

A pesar del hecho de que la investigación de Irrazabal y Loutayf tenga un enfoque más direccionado a la docencia, cabe destacar que en pleno trabajo se abordan teorías y fenómenos

que se encuentran relacionados al problema principal, dado que las cuestiones cognitivas, sociales y psicológicas de los estudiantes (población juvenil) se encuentran en un estado de desarrollo continuo, lo que hace posible que en la población se presenten algunos fenómenos que comprometan el correcto desarrollo de tales habilidades, sobre todo, de las habilidades lingüísticas.

Las investigadoras hacen de igual manera hincapié acerca de la facilidad que existe hoy en día de adquirir dispositivos inteligentes que facilitan la ejecución de las tareas cotidianas, pero que en cierto modo obligan a que los usuarios adapten los procesos o, formas en las que realizan sus actividades, a las nuevas herramientas tecnológicas que van surgiendo, lo que podría significar un indicio de evolución en los procesos de enseñanza de la lectura y la escritura en las generaciones jóvenes.

1.1.3 *Los hábitos lectoescritores en los alumnos universitarios*

Presentado por Guzmán F. y García E. en 2014 por la Universidad de Sevilla, *Los hábitos lectoescritores en los alumnos universitarios* es un proyecto de investigación que analiza y describe estos hábitos que desarrollan los estudiantes dentro y fuera del aula con el objetivo de describir e identificar las dificultades que puedan tener los alumnos y que no les permita adquirir ni generar conocimiento a través del pensamiento propio.

La muestra para realizar el estudio fue de trescientos estudiantes de la Universidad de Sevilla utilizando dos cuestionarios que fungieron como filtros para seleccionar a los candidatos adecuados para el análisis futuro. Como resultados se muestra que existe una carencia en el proceso de alfabetización académica, lo que hace que los autores se planteen interrogantes que cuestionen acerca de los procesos de enseñanza en los grados superiores de educación tal y como lo plantean las autoras de la investigación anterior (Irrazabal y Soledad, 2015).

Como se presentó en estas tres investigaciones, uno de los factores muy recurrentes es la *formación de hábitos de escritura y lectura* que surgen del uso frecuente de herramientas

tecnológicas como procesadores de textos (teléfonos, computadoras, redes sociales e internet) y que no son regulados por los usuarios ya que son ellos los que adaptan sus procesos de lectura y escritura a conveniencia y función de tales recursos, lo que lleva como consecuencia que las formas tradicionales de lectura y escritura se vean afectadas y obligadas a cambiar aunque el usuario no sepa discernir entre un cambio benéfico o una atrición en sus habilidades lingüísticas, y ¿cómo se relaciona esto con nuestra investigación? Pues, es importante poder identificar los cambios que vamos realizando como sociedad en nuestros procesos de escritura y lectura ya que podríamos estar deformando nuestra lengua que ha pasado por muchos años de evolución sin que nos diéramos cuenta.

1.2 El ciberlenguaje y la jerga de las redes sociales

Debido a que el objeto de estudio de la presente investigación se centra en un ámbito sociodigital, es necesario, primeramente, comprender cómo funciona el lenguaje dentro de este medio, y conocer la manera en la cual se hace comunicación dentro de la red internet. Por lo que, en esta categoría de análisis, hemos presentado las investigaciones que estudian y presentan estos nuevos términos que hacen alusión al lenguaje utilizado en redes sociales, el ciberlenguaje y su jerga o terminología.

1.2.1 La terminología de las redes sociales: estudio morfológico-semántico y lexicográfico

Vila Ponte J., autor de este trabajo de investigación, con contexto en Brasil, y presentado por la *Universidade Da Coruña* (Brasil), utiliza un modelo de corpus lingüístico que evalúa, analiza y comprueba si las unidades léxicas (palabras y frases) que yacen en las redes sociales y la internet serían consideradas como nuevos términos formales dentro de la lengua hablada, ofreciendo posibles definiciones de aquella jerga utilizada en el contexto digital.

Siendo el trabajo de investigación de Vila Ponte de tipo descriptivo, tales análisis

llevados a cabo abordaron las estructuras morfológicas de las unidades léxicas seleccionadas además de su grado de normalización, esto último refiriéndose a la naturalidad con la que los usuarios la emplean y la comprenden en su totalidad. Por su parte, el análisis lexicográfico de estas unidades consiste en la crítica acerca de la presencia de estos *términos nuevos* dentro de los diccionarios lingüísticos de la lengua española.

Vila Ponte también hace énfasis en los orígenes del surgimiento de estos nuevos términos y su empleo en la red digital, pues él menciona que todo comenzó a partir de la posibilidad que tuvo la sociedad de enviar mensajes de texto (SMS) a través de los teléfonos celulares un poco más modernos, destacando de esta manera la evolución en el desarrollo de los sistemas de comunicación y asimismo de los procesos de escritura que dieron paso al empleo del fenómeno lingüístico conocido como *economía de lenguaje*. Es así como este último fenómeno mencionado comenzó a hacerse cada vez más presente en los procesos de escritura de los usuarios que incursionaban en aquellos nuevos sistemas de comunicación, puesto que existía ciertas limitaciones que no permitían expresar las ideas o redactar los mensajes tal y como se suele plantear de forma oral, tales limitaciones eran, por ejemplo, una cantidad máxima de caracteres permitidos para la redacción de un mensaje de texto, lo que en consecuencia obligaba a los usuarios a modificar la escritura de las palabras y hasta frases para que no excedieran la cantidad permitida de caracteres.

El autor estudia en este trabajo de tesis este nuevo léxico que surge a partir de la creación de los sistemas de comunicación digital, y cómo permite formar una identidad dentro de las redes sociales con el simple hecho de analizar un poco la manera en la cual los usuarios emplean las palabras, se expresan y se comunican dentro de la red global. Añadiendo de igual forma que la mayoría de la jerga utilizada en las redes es de origen anglófono, por lo que el proceso de normalización de estos términos dentro de la comunidad no-anglófona resulta un poco diferente a la de los nativos ingleses, pues los usuarios, al menos en el caso de los hispanohablantes, en su mayoría no poseen conocimiento profundo de la lengua inglesa, por lo que el proceso de asimilación y adaptación de términos a la lengua española tarda más. Para ello, Vila Ponte propone la creación y publicación de diccionarios oficiales que engloben estos nuevos términos que permitan estandarizarlos en las comunidades de habla no-anglófona.

1.2.2 El ciberlenguaje como variedad lingüística

Realizado por Betancourt A. en 2010 en la Universidad Pontificia Bolivariana, y utilizando como población, de igual manera, un corpus conformado por mensajes de texto provenientes de estudiantes de secundaria de entre 13 y 16 años de edad, la autora tiene como propósito evaluar las características que se trasladan, consciente o inconscientemente, del lenguaje oral a la forma de lenguaje escrito, esto es nuevamente, la *oralidad escrita*, la cual también es una de nuestras categorías de análisis que se establecerá en breve.

Betancourt señala que este uso innovador del ciberlenguaje (introducido a detalle en el paper anterior) deja a un lado los aspectos normativos de la gramática de la lengua en cuestión y que se centra mucho más en el carácter creativo que los usuarios emplean dentro de sus producciones escritas en las redes digitales. Dado también que el ciberlenguaje surge a partir de la forma intermedia entre la oralidad y la escritura como una especie de evolución del empleo de la lengua en la nueva sociedad virtual, hace que surjan estos cambios lingüísticos que en su mayoría se alejan de los orígenes etimológicos de las unidades léxicas en cuestión.

En su trabajo de investigación, nuestra autora muestra también dos vertientes que existen entre la ideología de este nuevo tipo de evolución de la lengua, tales posturas provienen de las doctoras Giammatteo M. y Albano H. (2009) estableciendo que, por una parte, hay quienes defienden el hecho de que la red internet irrumpe en los hábitos de escritura en los usuarios y que esto da pauta a que se creen nuevos géneros de escritura y redacción globalizados en el término *ciberlenguaje*; por otro lado, otros lingüistas se encuentran en contra de esta ideología planteada, pues miran como una amenaza a la estabilidad de la lengua española este tipo de transgresiones que exhiben los textos circulados en la red, pues desde el punto de vista gramatical, léxico, fonético y fonológico no son congruentes o correctos haciéndolos ajenos a la lengua.

De nueva cuenta, se hace mención del fenómeno lingüístico conocido como *oralidad escrita*, y en esta ocasión, la autora señala un problema arraigado de esta situación, Betancourt muestra una inquietud en cuanto a cómo dicho fenómeno, que se encuentra muy arraigado en

los procesos de comunicación de jóvenes principalmente, afecta la regulación ortográfica de las palabras y al buen uso de la sintaxis de igual manera. Dado que, como ella plantea que el ciberlenguaje o lenguaje del internet surge a partir de la hibridación de las formas del habla y expresión oral con la forma de escribir, la autora hace mención que este nuevo modo de comunicación va cambiando según los intereses de los usuarios y la moda en cuanto a expresión.

Betancourt concluye entonces que existe una intención manifiesta de trasladar las características de la oralidad o lenguaje hablado a la escritura, acentuando primordialmente ese *carácter fático-emotivo* que es únicamente propio de este tipo de comunicaciones. De cierta forma, la autora añade que el usuario responde con un mecanismo de adaptación que no tiene por qué alterar las palabras ni las estructuras gramaticales en otras esferas del ambiente comunicativo.

1.2.3 *Ciberlenguaje y principios de retórica clásica. Redes sociales: el caso de Facebook*

Artículo publicado por Berlanga I. y Martínez E. en la Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento en el año 2010, presentan un análisis de la interfaz de la conocida red social que consta de tres ejes: sintáctico, semántico y pragmático; con el fin de analizar los elementos que configuran el contexto de los procesos de dinamismo y creatividad en la interacción de los usuarios a través de la red social.

Las autoras señalan que el discurso oral se ve enriquecido con el lenguaje icónico y el lenguaje audiovisual de la actualidad, es por ello que el trabajo de investigación efectuado estudia si tal discurso empleado en las redes sociales favorece el objetivo planteado por las mismas plataformas digitales diseñadas para ayudar a compartir información. Nuevamente se presenta en este trabajo de investigación la postura de que la red internet y sus diversas aplicaciones están modificando las prácticas más antiguas como la escritura y la lectura en las personas, pues como se ha ido planteando a través del resto de las investigaciones usadas como referencia, es notorio ver que estas dos habilidades lingüísticas se van adaptando a los nuevos ritmos de vida.

Y como parte de las conclusiones de este estudio, las autoras destacan que “la cultura se ha transmitido hasta ahora prioritariamente de forma verbal”; sin embargo, con estas nuevas plataformas tecnológicas es altamente posible que la cultura se comience a transmitir a las generaciones futuras a través de internet, globalizando aún más este mundo. Además de corroborar en su estudio que el lenguaje empleado en las redes sociales si se adecua a los fines propuestos por esas mismas plataformas “compartir y comunicar” unos a otros; por su parte características como la inmediatez con la que responden las plataformas, la facilidad para brindar una pronta respuesta, y el ambiente de conversación convierten el lenguaje de las redes en lenguaje informal, lúdico, e incluso superficial.

1.2.4 El ciberlenguaje juvenil universitario: Análisis de los textos de la página de Facebook “Confesiones”

Arias D.; Ramos T.; Núñez L.; e Inga M. son los autores del proyecto de investigación que estudió y analizó unidades léxicas de dicha página de Facebook. Provenientes de la Universidad de San Ignacio de Loyola y realizado en el año 2018, los autores establecieron como objetivo principal llevar a cabo un análisis de los rasgos ortográficos, léxico-semánticos, y léxico-sintácticos de los textos extraídos de la plataforma, además de proveer de una descripción de la finalidad comunicativa de los mismos a personas ajenas al contexto de la página. Utilizando como método de investigación el análisis documental de contenidos. Formando un corpus de aproximadamente 70 textos, seleccionados a partir de los criterios: textos extensos; únicos de la página “Confesiones”; provenientes de universitarios solamente; y que no sean comentarios de memes o ideogramas.

Tal y como Betancourt plantea en su investigación que el ciberlenguaje es una fusión entre el lenguaje oral y el lenguaje escrito de los usuarios de las redes sociales, se añaden a esta postura los autores de este trabajo de investigación de la Universidad de San Ignacio de Loyola; pues ellos plantean que este lenguaje de internet es una variante de la lengua que incluye una discusión sobre su carácter como forma intermedia entre la oralidad y la escritura, y además, de las fuerzas responsables de los cambios lingüísticos que lleven a cabo los mismos usuarios. Se

destaca también que la vertiente o creencia popular entre algunos lingüistas es que este fenómeno de ciberlenguaje es el comienzo de una evolución de la lengua; contrastando otros estudiosos que tratan de que se recuperen las formas etimológicas de las palabras, citando a Betancourt en su trabajo del 2010.

Ahora bien, dentro del análisis de los elementos del corpus se evidencia la existencia de una variedad heterogénea con un marcado de carácter creativo de los textos principalmente; aunque dentro de la perspectiva léxico-sintáctica, el análisis muestra que, a pesar del hecho de ser textos informales, los mensajes que son transmitidos desarrollan argumentos completos y complejos; en lo que se refiere a los rasgos ortográficos de los elementos extraídos, se destaca la elisión de vocales, sustitución y multiplicación de grafemas consonánticos; y en cuanto a la perspectiva léxico-semántica, se muestra que hay presencia abundante de eufemismos, palabras coloquiales e incluso, de anglicismos y calcos. Todo lo anterior en función de la transmisión de las propiedades emotivas y fáticas que solo están presentes en la comunicación oral y que los usuarios quieren trasladar hacia la escritura.

Los autores abordan el tema del ciberlenguaje como una dualidad, teniendo dos vertientes o posturas muy marcadas con fundamentos a favor y en contra que se relacionan directa e indirectamente con el desarrollo del lenguaje, ideología expuesta anteriormente con Betancourt. Una postura establece que los cambios introducidos por la internet empobrecen el idioma; aunque contrastando con lo que grandes lingüistas como Chomsky, y en este trabajo, citando a Halliday (1982), estableciendo que la lengua debe adaptarse a las necesidades de sus usuarios, puesto que su función primaria es la de expresar participación como hablantes. Un factor muy importante dentro de esta investigación es que los autores conceptualizan este término de ciberlenguaje como un *código* que comparten los usuarios de redes sociales, especificando a los jóvenes, con el fin de identificarse como parte de un grupo; y tal código, posee propiedades como la sencillez, claridad, precisión de los mensajes e inmediatez. La edad, por supuesto, también tiene un papel muy relevante en este ámbito, pues tomando de referencia a Eckert (1998), quien señala que los recursos lingüísticos utilizados en cualquier edad tienen su propia significación social, se establece que las intenciones y significados de los elementos léxicos que los usuarios usen para comunicarse tendrán un mensaje particular y diferente

dependiendo del contexto empleado.

Dentro del trabajo de investigación, se desarrollan subtemas como la tipología y funcionamiento de las redes sociales, en donde se explica a detalle el propósito e historia de ciertas redes sociales; el trasfondo psicosocial que existe en los jóvenes al utilizar formas particulares de expresión con el fin de identificarse con un grupo social y la creación de su propia jerga que crea una cultura idiomática propia que no se encuentra normalizada o regulada por algún agente oficial como academias o instituciones educativas; los rasgos de la comunicación a través de plataformas digitales, como su grado de respuesta, herramientas de complemento para textos, estructuración de las conversaciones, y complejidad de los mensajes; evaluación de los rasgos ortográficos, léxico-sintácticos, léxico-semánticos de los textos en general.

Entonces los autores concluyen que el rasgo que más predomina en el ciberlenguaje es la ausencia de la ortografía, lo cual tiene varios orígenes como falta de conocimiento de la ortografía de las palabras, formas propias de expresión, y la más importante de todas, establecimiento de la *identidad social*.

1.2.5 *Las redes sociales y el ciberlenguaje, la comunicación a través de Instagram: Un estudio centrado en más de cien sujetos*

Y como último elemento de esta categoría de análisis, tenemos el estudio que realizaron Urzúa S.; Dominique J. y Luxán L. en este año 2022 y publicado en la Revista científica “Inclusiones”. Como objetivo principal, las autoras analizaron las propiedades ortográficas y el registro que emplearon los jóvenes españoles de entre 18 y 28 años a través de la red social presentada en el título del proyecto, Instagram. Además, dado que en el ciberlenguaje existe presencia alta de *anglicismos*, así como lo presentan autores de trabajos de investigación previamente presentados en esta categoría de análisis, nuestros autores evalúan de igual manera el uso y aprendizaje de estas unidades léxicas extranjeras.

El estudio aborda la perspectiva social que se encuentra escondida dentro del funcionamiento de las redes sociales, pues las autoras plantean que su influencia afecta considerablemente la forma en la que nos comunicamos puesto que se han convertido en una necesidad sumamente vital para poder relacionarnos. Pero, desde la perspectiva virtual, fueron creadas para compartir contenido y mantener conexiones con un gran número de usuarios de manera simultánea.

Las autoras de este trabajo de investigación se unen al resto de autores referenciados al compartir la ideología de que el ciberlenguaje representa la jerga utilizada por los usuarios de las redes sociales que transmiten a través de mensajes de un chat. Tal lenguaje, se caracteriza por la gran abundancia de abreviaturas en la escritura y la combinación de *emoticonos* (caracteres que representan caras humanas), entre otros; y dichos fragmentos de comunicación poseen propiedades como una fácil interpretación del contenido, la sencillez con la que son elaborados, así como la sensibilidad que puedan contener sus construcciones.

En las conclusiones se muestra que existe un cambio notorio en la forma de comunicarse desde los últimos años, pues al menos el 100% de la muestra seleccionada posee un perfil de *Instagram*, algo muy frecuente y común en los jóvenes. Un dato interesante obtenido fue que los estudiantes si le daban importancia a la regulación de la ortografía dentro de sus conversaciones a pesar de ser informales, todo esto para no perjudicar el buen uso de las reglas de la lengua. Añadiendo como último punto que las redes sociales si influyen en la forma de expresarse y comunicarse en las generaciones jóvenes y que este fenómeno pueda trascender más de lo esperado.

1.3 Ciberpragmática y elementos pragmáticos dentro del internet

Una vez comprendido cómo funcionan los procesos de comunicación dentro del mundo digital, ahora es vital, para el propósito de esta investigación, estudiar e involucrarse más en la semántica y pragmática que existe dentro de la comunicación digital y aprender cómo estas propiedades de la lengua, manifestadas en el plano digital, repercuten en el mundo físico y

refleja la cultura de una civilización o grupo social, y viceversa; presentando así formas ingeniosas de manipular la información a través de modos de escritura totalmente ajenos a lo tradicional empleados. Muchos de los autores consultados en sus trabajos de investigación plantean mucha información al respecto, a pesar del hecho de que estos términos, son prácticamente nuevos dentro de este campo de estudio sociolingüístico.

1.3.1 *Presentación de la ciberpragmática a la pragmática de internet*

De las autoras Cantamuto L. y Vela C. (2021), trabajo publicado en la Revista Estudios del Discurso Digital (REDD), presenta al término *ciberpragmática* como una disciplina cuyo objetivo consiste en aplicar los postulados de la pragmática, y en particular su vertiente cognitiva. Ponen sobre la mesa también la importancia que tiene el concepto de *contexto* para estudiar el *significado del enunciado* y para *mediar* la interacción dentro del acto comunicativo. La teoría de la relevancia es presentada de igual forma dentro de este estudio, pues las autoras destacan que puede sustentar teóricamente esta subcategoría de la pragmática, la ciberpragmática, en su búsqueda de la explicación del uso e interpretación de la información compartida dentro de contextos formados en internet.

Se recalca el hecho de que los participantes del acto comunicativo poseen *intenciones comunicativas* que producen o diseñan sus mensajes con un rango de expectativa que, según ellos, será correctamente interpretado el mensaje por los usuarios receptores, esto es, una justificación del por qué los usuarios sobreusan la economía del lenguaje en sus textos asumiendo que serán comprendidos aun así si no escriben correctamente con el fin de ahorrar letras o caracteres en sus mensajes.

1.3.2 *Ciberpragmática en ELE. Aspectos fundamentales para la comunicación digital*

Las comunicaciones digitales también se encuentran presentes en la enseñanza de lenguas extranjeras, y en este caso particular, en el área de enseñanza de Español como Lengua

Extranjera. Este trabajo de fin de grado proveniente de la Universidad de Salamanca, España y con la autoría de Escandell D. en 2012, muestra que la concepción de la característica oral de la lengua es trasladada al plano escrito por los mismos usuarios de las redes sociales, lo que por consecuencia influye en los usos lingüísticos que les dan a las construcciones léxicas y los procesos de comunicación variantes, dando paso al impulso de los emoticonos e ideogramas creados para cubrir estas características fático-emotivas del lenguaje oral hacia el lenguaje escrito. De igual manera, Escandell hace mención de las palabras de origen anglófono presentes en el lenguaje del internet, y señala que los hispanohablantes muchas veces tienen conocimientos de este lenguaje como Lengua Extranjera, ya que, normalmente las siglas de frases inglesas son utilizadas por los internautas para reemplazar las frases equivalentes en el idioma español por simple popularidad.

Otro de los elementos a destacar de esta investigación es la alta carga pragmática que poseen los emoticonos y las variantes de ideogramas que se utilizan en las conversaciones modernas, puesto que, como lo plantea el autor, estas modifican la información de las conversaciones en imágenes cuyo valor contextual no puede, en ocasiones, transmitirse con construcciones léxicas escritas. Las características que menciona el autor con referente a estos recursos digitales van desde su inclusión y descripción del rol en la sintaxis de las construcciones léxicas, hasta la adquisición de un valor proxémico e incluso kinésico. “La repetición del emoticono entendido como una imagen es algo habitual en la *ciberpragmática internacional*, pero alargar el grafema que representa la boca es algo más propio de usos localizados en español, pero en absoluto exclusivo y que ya aparece recogido en sistemas como el Urban Dictionary”, hecho que plantea Escandell.

Escandell concluye que la comunicación a través de medios digitales se rige, de igual forma, por un conjunto de normas, implicaciones e inferencias en las que confluyen los mismos elementos de la escritura tradicional, pero con la diferencia de que elementos nuevos se van añadiendo. Si bien, es muy importante que tener los conocimientos necesarios para poder comunicarse en nuestra lengua de manera efectiva, también es importante desarrollar las habilidades y conocimientos necesarios para interactuar con los elementos digitales como la red de internet, es aquí donde la ciberpragmática entra en juego.

1.3.3 *La ciberpragmática y los nuevos usos del lenguaje en internet. Las TIC en la educación: el blog como herramienta docente*

El trabajo de la autora Porta S. ahonda esta parte de la lingüística (pragmática), enfocándose en el lenguaje utilizado en la Red (ciberlenguaje); entonces, como se le ha adjudicado en diversos trabajos de investigación, el término que define al estudio de la pragmática en redes de comunicación digital, por lo que Porta se centra en la ciberpragmática para llevar a cabo su investigación. La investigación es presentada a nombre de la Universidad Internacional de La Rioja Facultad de Educación, y toma como muestra 30 blogs de profesores de secundaria y bachillerato con el fin de presentar la propuesta del uso de la tecnología para beneficio de la educación escolar.

Porta menciona que los factores deben ser estudiados dentro de la pragmática de internet es la importancia del contexto; la teoría de la relevancia de Spencer y Wilson, la teoría de la cortesía, el conocimiento pragmático, la pragmática en la estructura de la teoría lingüística, y el uso de la lengua. En la importancia del contexto, la autora hace mención al trabajo de Escandell (2010), en donde este último asegura que la pragmática da vital importancia al contexto en el momento de clarificar cómo funciona el lenguaje en la interacción conversacional; es por ello, que la pragmática se centra en todo lo que Saussure denomina como *habla*, y Chomsky como *actuación*. La teoría de la relevancia, por su parte, es una de las teorías que más ha ayudado a la comprensión de la complicación que supone el *producir e interpretar* cualquier tipo de comunicación, tal teoría se basa en la hipótesis de que la interpretación de estímulos (actos comunicativos de índole verbal o escrita) está condicionada a la búsqueda de la relevancia en la información. Dicha teoría y los conceptos involucrados ayudan a los investigadores a estudiar las diversas formas y estrategias que existen y van surgiendo en la comunicación a través de cualquier medio, incluyendo el internet.

Otro de los conceptos que maneja la autora es el de inferencia, aquí se procesa la información y se prepara una respuesta; todo muy rápidamente, pero con muchos factores influyentes como los culturales, los del idioma, los de la gramática, los del conocimiento del mundo, los del conocimiento del emisor, lo que comparten y lo que no, etc. La inferencia es

aquello que está entre lo que se dice o escribe formalmente, y lo que se comunica sin escribirlo o decirlo, lo que ayuda a completar el entendimiento, lo más amplio posible, de lo que se recibe. Se trata de ir más allá de lo representado a través de signos o palabras, y crear un ámbito más amplio de información, añadirla, conectarla, y unirla. Porta nos regala una definición de ciberpragmática siendo: “el estudio de cómo se usa y se interpreta la información en el contexto específico de internet”.

Las conclusiones de Porta presentan algo muy interesante y particular, pues ella llega a la conclusión de que todo ser humano, de forma innata e inconsciente, entiende los mensajes más allá de la forma literal, y que estos utilizan unos mecanismos cognitivos que se activan rápidamente; también añade que el *factor del contexto* dentro del internet está en constante movimiento y evolución, es decir, que lo que se quiere transmitir va cambiando conforme a las intenciones de los usuarios y a su constante cambio cognitivo y social.

1.4 El signo lingüístico dentro de la comunicación digital (uso de ideogramas)

Siendo una de las categorías de análisis más importantes dentro de nuestra investigación, en esta categoría se introduce al meme o ideograma, en general, como un signo lingüístico que posee una carga de significado alta que transmite un mensaje completo, pero que involucra más procesos complejos, entre ellos la cognición y la capacidad de interpretación de mensajes en los usuarios. Es así como en esta última categoría los elementos digitales que ofrecen las plataformas de comunicación toman un rol más relevante dentro de la comunicación contemporánea.

1.4.1 Cuenca dentro de las redes sociales. Los memes ¿un reflejo de nuestra cultura?

Por Valverde K. de la Universidad de Cuenca Facultad de Filosofía, Letras, y Ciencias de la Educación; lleva a cabo un estudio en el cual evalúa y analiza un corpus de memes (fenómenos de internet) cuya carga semántica refleja la cultura y el pensamiento colectivo de la

sociedad cuencana. Como introducción al trabajo de Valverde, esta menciona que la existe una presencia de lo *visual* que domina las competencias comunicativas dentro del mundo digital, generando así un nuevo tipo de discurso icónico-verbal generado en la misma red, tales como los memes.

Los memes al ser un discurso creado a partir de la interacción social, son portadores de formas de *representación simbólicas* de una comunidad o de una ciudad, que nos permiten reconocer elementos identitarios comunes de sus habitantes. Por este motivo, exigen una lectura compleja desde varios ángulos, lectura que solo nos permite la semiótica. Así, el análisis en los niveles: sintáctico, semántico y pragmático de un corpus de memes permitirá identificar la construcción de tales actos comunicativos en esta ciudad. Valverde conceptualiza el término meme como “discursos icono-verbales que se usan para representar una realidad extraída de la cosmovisión popular, por lo que, a más de ser un producto cultural se consideran vehículos para la opinión pública”, a esta concepción, la autora señala que a partir de la llegada de la tecnología digital se potenció el uso de imágenes en todas las modalidades discursivas. También se añade que “el meme está caracterizado por el amalgamamiento de códigos verbales, icónicos y audiovisuales que conforman una sola unidad significativa”. Las personas que interactúan virtualmente usan estas imágenes para expresar opiniones, compartir información o por simple entretenimiento, por lo cual se consideran unidades de gran valor cultural.

En su investigación, la autora presenta el término *semiótica* definiéndolo como “una herramienta para el mayor conocimiento de cómo ciertos procesos se presenta en la vida social, qué efectos de sentido tienen sus construcciones, qué relaciones se pueden establecer entre aspectos estéticos y culturales o entre los perceptivos y sus usos sociales”. Habiéndolo presentado entonces, añade que el lenguaje evolucionó gracias a la imagen. Otra de las concepciones tomadas de la investigación de Valverde es la del signo, pues con la aparición de la tecnología, nuevos signos fueron incorporándose en el proceso de comunicación humano, entre los cuales se encuentran los memes, objeto de estudio de la investigación; pero, derivado del término *signo*, tenemos el *código visual*, cuyo propósito es permitir que el signo logre su cometido de decir algo a alguien, ya que, como la lengua es un código perfecto, no se considera que el uso del código verbal se imponga ineludiblemente sobre los otros códigos (pictórico,

imagen, gestual, musical, etc.); esto ocurre con los memes en los que el código se construye a través de la unión de las imágenes y lenguaje verbal, haciendo que su lectura y comprensión involucre un proceso complejo, la cognición.

La autora presenta tres tipos de análisis de la imagen como signo lingüístico, pues los memes son imágenes con carga semántica incluida que funciona como signo y como código simultáneamente ya que transmiten porciones de información en escala variada. El primer análisis es de tipo sintáctico, en el campo de la imagen, esta variante de análisis se centra en el contenido de la forma, tal como: la significancia de los elementos individuales como el color, el tono, la línea, la textura, y la proporción; el poder expresivo de las técnicas individuales como la audacia, la simetría, la reiteración y el acento; para concluir con el contexto de los medios. El análisis semántico aplicado al plano visual se basa en dos niveles de construcción semántica: uno referencial (la historia), estudiando qué se dice y al discurso que se refiere a la manera en la que dicen las cosas. Y finalmente, teniendo el tercer tipo de análisis, usando las palabras de Lada, este análisis se ocupa de las circunstancias en que se produce el proceso de expresión, comunicación e interpretación de los signos en un tiempo y una cultura determinada.

Para concluir, la autora expresa que hoy día, la mayor parte de los discursos se construyen a través de la unión del *código verbal* y el *código icónico*, en donde la imagen cumple diversas funciones como la repetición, contradicción, sustitución y complementación de información. Añadiendo también que los memes, más allá de imágenes graciosas y chistes virales, son un producto cultural de gran riqueza significativa puesto que se construyen a través de imágenes y textos extraídos de la *cosmovisión popular*, lo cual permite obtener una visión del imaginario colectivo de una comunidad. Los memes son signos que apelan a otros signos y nuevas formas de significación, su contenido, como ya mencionamos, es cultural y, por tanto, no son universales, sino que pertenecen a una sola comunidad en donde adquieren sentido, es por ello que exigen una lectura compleja desde varios ángulos, una lectura multimodal, que solo nos permite la *semiótica*. En el plano pragmático, entran en juego el contexto, los referentes, los interlocutores y la cultura, pues el lenguaje se considera una *praxis social*.

1.4.2 Caracterización pragmática del humor de la sociedad española a través del estudio de los memes de internet

Desde la Universidad de Cantabria, González A. presenta esta investigación llevada a cabo en España en el año 2020, donde de igual forma que algunos de los autores de las investigaciones consultadas en este proyecto de investigación, el objetivo de estudio será concentrado en un corpus cuyo contenido será analizado dependiendo de las propiedades de los elementos de los memes. El propósito de la investigación de González es caracterizar el uso y percepción de los memes en la sociedad española desde un punto de vista *sociopragmático* y *pragmalingüístico*.

Uno de los resultados tempranos que la investigación logró obtener fue el de evidenciar la alta presencia de memes en la sociedad, especialmente en generaciones jóvenes, cuya identificación asignada fue la de receptora y difusora de estos elementos digitales. Es tan alta la aportación cultural que tienen estos memes en la sociedad española que la Biblioteca Nacional de España realiza, desde 2014, labores de recopilación de memes por su gran valor documental para el futuro, menciona la autora. González se apoya en Cortés Morató al identificar las propiedades que los memes deben tener para poder ser reconocidos como tales, siendo: como primer punto, ser *longevos*, o mantenerse vigentes por un tiempo largo dentro de la red, ya que como en la etimología de la palabra, estos elementos deben tener vida duradera para poder reproducirse, siendo esta su segunda característica especial, la fecundidad. Y, por último, deben ser fieles a su mensaje original independientemente de que sean variantes del mismo.

Ya, dentro del corpus de cien memes, o fenómenos de internet, la muestra de la autora presenta memes con un formato sencillo (imagen y texto sobre ella), lo que puede significar que los memes, en gran parte de las ocasiones, buscan transmitir con su estructura sencilla un mensaje de forma directa y concisa y así conseguir un mayor impacto comunicativo, es decir, transmitir más información con el menor coste de procesamiento posible. En prácticamente la mitad del corpus aparece un humano conocido e identificado por la comunidad receptora de los memes como protagonista, destacando entre ellos aquellos provenientes de panorama social y político, siendo una propiedad muy interesante por parte de los memes y teniendo de trasfondo

la cultura popular actual. Estos resultados dan pie a percibir qué humor utiliza la sociedad española a la hora de enfocar los temas tratados en los memes, interpretando esto como un mecanismo de defensa frente a los temas a los que se enfrentan a diario y así poder desentenderse de la realidad que les rodea en cierta manera, independientemente de la ideología de cada individuo, ya que cualquier usuario crea y difunde este tipo de contenido.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

CAPITULO II

CAPÍTULO TEÓRICO

2.1 LA LECTURA

2.1.1 *La lectura en la actualidad*

Según UNESCO, la lectura es la forma principal que tenemos para acceder a los conocimientos y ciencias que forman parte del autodescubrimiento y desarrollo del ser humano, pero, sobre todo, tiene presencia en la participación activa en la sociedad para poder ejecutar tareas simples como leer un contrato, leer una boleta, leer un precio, señales, etcétera), dado que vivimos en un mundo letrado cada vez más complejo. (UNESCO, 2016, p. 12)

Dado que la lectura si bien no es una habilidad lingüística de primera necesidad para el ser humano, es muy importante para lograr un desarrollo social e intelectual; pues es necesario tener dominio de un sistema de comunicación como lo son los idiomas para poder establecer relaciones interpersonales y transmitir mensajes. Desde tiempos remotos, en los inicios de la alfabetización humana, las ideas se presentaban a través de símbolos o dibujos lo más parecidos posibles a la realidad o a su significado, y se creía que la lectura (de estos signos) era una forma de interpretación ya que no todos los miembros de aquellas civilizaciones tenían el privilegio de aprender y comprender aquel sistema, un gran ejemplo sería cómo la civilización egipcia adaptó su propia forma de escritura a pictogramas; dichos pictogramas eran tallados en templos y edificios pues constituían un complejo sistema de signos que se leía como las escrituras alfabéticas modernas y que transmitía mensajes muy precisos, sobre todo religiosos o de exaltación del poder faraónico. “Cada texto es la invención social e histórica de un grupo humano y adopta formas diferentes en cada momento y lugar, las cuales también evolucionan al mismo tiempo que la comunidad”. (Cassany, 2005)

A medida que la metacognición del ser humano fue evolucionando hasta desarrollar una conciencia metalingüística capaz de comprender de una manera más concreta el funcionamiento e importancia de un sistema de comunicación o lengua, el humano comenzó con el proceso de enseñanza-aprendizaje de dichos sistemas hacia su población joven, acción que en un futuro diera frutos al expandir de esta manera los conocimientos, descubrimientos y ciencias adquiridos hasta esos momentos. El papel, por ejemplo, fue uno de los inventos que revolucionaron por

completo la historia del ser humano formando parte de la vida y desarrollo del hombre hasta nuestros días; ya no era necesario grabar los signos sobre piedra o pieles, ahora ya existía el papel, y con su invención una revolución en términos de lectura y escritura, ya era más factible y práctico transportar láminas delgadas de papel que bloques pesados de piedra o madera o pieles que se tenían que manipular especialmente para no corromperlas y dañar la calidad del contenido; eventualmente, con la llegada de la imprenta fueron apareciendo las primeras fuentes principales del conocimiento humano, libros, enciclopedias, revistas, y diarios, los cuales que perduraron por mucho tiempo hasta la llegada de la era digital, dando paso a otra revolución en cuanto a la manipulación y reproducción de información.

En tiempos modernos es posible hacer lectura a través de estos medios electrónicos que ofrecen herramientas innovadoras cuya factibilidad ayuda a una mejor comprensión de los textos. ¿Pero, qué tanto beneficia a la sociedad el facilitar la lectura a través de medios digitales? Inicialmente, se podría introducir que es mucho más viable acceder a ella mediante libros en formato PDF, blogs en línea, o plataformas que nos permitan leer textos en internet; pero junto con estos beneficios vienen ciertas desventajas que impiden o afectan el ejercicio de una lectura correcta. Lo primero a mencionar es que existen textos cuyo contenido carece de valor formativo y educacional el cual no nutre el conocimiento del lector, un ejemplo de esto serían las revistas que carecen de información relevante y su tema principal menciona información difamatoria hacia una figura pública. En segunda instancia, la forma de redacción de los textos de internet no es del todo ortodoxa cuando su fuente no es oficial o formal en donde se regule y verifique el estilo de redacción y se apliquen las normas de escritura oficiales de la lengua, esto es, que los textos estén mal escritos porque no se encuentran en sitios oficiales como lo son enciclopedias en línea; sitios web gubernamentales o institucionales; libros autorizados o revistas de investigación; entre otros; sino que estos textos vienen de alguna red social o blog personal cuyos autores no cuidan su redacción, lo que perjudica al lector, haciendo que reciba la información mal escrita; y esto, puede llegar a comprometer la educación y formación de la lengua en el público infantil y joven. El lector aprende lo que percibe y reproduce la información recolectada tal cual la recibe; como un ejemplo, tenemos la mala ortografía de una palabra desconocida en un blog de internet, un niño o joven, o incluso adulto, intercepta esta palabra porque ya la ha escuchado antes (para esto tomamos ventaja del factor fonético de nuestra

lengua), pero no tenía conocimiento de su escritura, entonces aprenderá la palabra de tal manera porque así la vio escrita en el blog, así cuando requiera usarla la recordará como la aprendió y la reproducirá constantemente sin conciencia hasta que sea corregido, esto es, si el lector no verifica las palabras que aprende, no es común en la población joven, pero hay excepciones de estos casos.

Un aspecto muy importante de la lectura que debe de ser tomado en cuenta al momento de hacer lectura es reflexionar el contenido leído, actualmente las personas carecen del desarrollo de esta habilidad correlacionada a la comprensión lectora debido a que la población mexicana no tiene la costumbre de leer ya que de acuerdo con una encuesta realizada por la UNAM en el 2017 indica que el 28.1% de los mexicanos lee con dificultad. Esta reflexión que se necesita para leer un libro, documento, o fragmento es sustancial para el desarrollo intelectual y educativo de la persona pues es la manera principal en la que adquirimos conocimiento. Al practicar la lectura hay muchas cosas que se pueden aprender que sirven para nuestra vida cotidiana, así como el enriquecimiento propio. Practicar la lectura hace que nuestro vocabulario se vuelva amplio, así como también permite mejorar la escritura si de un texto correcto es del que hablamos.

2.1.2 La lectura en los jóvenes

De acuerdo a una encuesta realizada en el 2016 por el módulo de lectura del INEGI, el 80.0% de la población alfabetada de 18 años y más manifestó haber leído algún libro, periódico, revista, historietas, páginas de internet, foros o blogs, pero para el 2022, la proporción disminuyó a 71.8% lectores de alguno de los materiales considerados en el MOLEC 2022. En nuestra actualidad es notable apreciar que la lectura no es una actividad en la que los jóvenes se involucren o se vean interesados como hace algunos años, la mayor parte de la culpa recae en las distracciones que yacen de la evolución de la tecnología en los medios de comunicación personal: teléfonos cada vez más inteligentes conectados a internet, televisiones y dispositivos con acceso a la red y a numerosas aplicaciones de entretenimiento; videojuegos; redes sociales; y hasta música, cualquier joven sucumbe a la tentación de ocupar su tiempo con cualquiera de estos recursos, haciendo que pase a segundo plano una actividad de enriquecimiento cultural y

educacional como lo es la lectura, pues muchos de ellos ven a la lectura como una actividad de aburrimiento y no de esparcimiento o de entretenimiento. Y es por esto que la mayoría de los jóvenes actualmente presentan niveles bajos de conocimientos en materia educativa y formativa, sobre todo en materia de producción en la lengua española.

El descuido del español se debe, entre otras causas, a la poca o nula lectura literaria, el esnobismo, la tropelía de extranjerismos --anglicismos, sobre todo -- y la actitud ignorante de muchos oradores y responsables de la comunicación. (Blas Gil, 2017, p. 151)

No hay que condenar a las nuevas tecnologías tampoco, pues son una excelente herramienta tanto de enseñanza como de aprendizaje en este siglo; ahora sí hablamos en un contexto académico, en vez de recurrir a un libro que se encuentra en una biblioteca que no se encuentra cercano, podemos tener toda la información requerida al alcance de un clic, en internet. Actualmente es tan fácil encontrar un libro sin necesidad de acudir a una biblioteca o tienda comercial que lo posea.

A pesar de que estos nuevos métodos se podrían considerar de gran ayuda, en algunas ocasiones podrían ocasionar lo opuesto, y es aquí donde tenemos la presencia del leve analfabetismo que presentan actualmente y en su gran mayoría los jóvenes. Y esto ocurre debido a la numerosa información buena, regular, errónea, mal redactada y con contenido incorrecto que podemos encontrar en muchos sitios de internet, principalmente en las redes sociales de los jóvenes. Puesto que en tales redes sociales como lo son Facebook, Twitter, o WhatsApp, entre otras; los usuarios tienden a escribir de manera más “relajada” o menos ortodoxa, lo que significa que las reglas ortográficas son omitidas en su gran mayoría; dejando a un lado la coherencia que pueda existir en un fragmento publicado. A consecuencia de todo lo anterior es donde se comienza con la deformación del lenguaje y la reproducción de formas irregulares e incorrectas de las palabras por parte de los usuarios. Una característica muy recurrente en la juventud es escribir a como se habla, oralidad escrita; el problema es que suelen olvidar la diferencia ortográfica que existe en las palabras cuyo origen etimológico es particular a pesar del hecho de que sean palabras homófonas entre sí, y un ejemplo de esto muy común es la

ignorancia del uso de las unidades lingüísticas: *ahí*, *¡ay!* y *hay*; muchos jóvenes suelen escribirlas de maneras tan curiosas e inimaginables, lamentablemente por el hecho de no tener un buen hábito de lectura y formación sólida en la lengua española.

Ciertamente no podemos ignorar que la lectura actualmente no es una actividad muy practicada en la juventud, sin embargo, es primordial promoverla, no sólo para el autoaprendizaje, si no para lograr el desarrollo personal y profesional. Con esto se refiere a que la lectura trae consigo las herramientas para mejorar la producción oral y escrita de la lengua; para reforzar una interacción y relación en la sociedad; para transmitir los conocimientos de generación en generación; pero, sobre todo, para mantener la lengua viva y vigente.

2.1.3 *La lectura como competencia lingüística*

A medida que el lenguaje evoluciona constantemente debido a las variaciones que la sociedad manifiesta, y hoy con las redes sociales es aún más notorio. Por eso la Real Academia de la Lengua Española (RAE) y otras organizaciones del lenguaje incorporan y adecúan términos. “La lengua de la informática e internet está repleta de términos y expresiones anglófonas” (Aguado de Cea, 1993; Belda M., 2003). Pues vivimos en una era tecnológica, en la cual constantemente vemos surgir nuevos términos y conceptos a medida que nuevas aplicaciones y recursos tecnológicos surgen; en tiempo anteriores se desconocían palabras que ahora son muy comunes en el habla cotidiana para nosotros como lo es, internet, *streaming*, *gamer*, y así sucesivamente. Es por esta razón que en una era globalizada las personas deben mantenerse actualizadas con la información que emerge y los términos nuevos. Ser alfabeto en el siglo XXI significa el desarrollo de habilidades intelectuales complejas para leer y escribir críticamente en medios digitales avanzados para así poder comunicarse en un ambiente internacional.

Sin duda el aprendizaje que surge a través de la lectura es de gran impacto hacia todo aquel que la practique, ya que esta acción puede abrir grandes puertas, tanto personales como profesionales de modo que esta actividad pueda volverse un hábito y sea vista como un vehículo en el cual se adquieran competencias lingüísticas para la comunicación y se desarrollen

habilidades metalingüísticas para facilitar la adquisición de conocimientos.

Las competencias que se pueden desarrollar a través del ejercicio de la lectura se verán reflejadas en una buena producción oral y escrita; pues actividades tan sencillas como leer una carta y redactarla, por ejemplo, requieren de conocimientos específicos como lo son tipos de redacción, estilos de redacción, estructura del formato de carta, entre otros, conocimientos que únicamente se adquieren con la práctica y lectura por supuesto. Principalmente, el ejercicio de la lectura debe ser uno de los pilares más importantes para los estudiantes, es necesario hacer lectura para poder aprender, para estudiar para una presentación o examen.

2.1.4 La lectura en los medios digitales

Adquirir un texto en internet es ahora una de las actividades más sencillas de realizar, puesto que si se necesita algún tipo de información sea médica, escolar, histórica ya no es tan necesario acudir a bibliotecas o librerías tal y como se solía hacer hace unas décadas. Incluso se puede señalar lo fácil que es el obtenerla con el mero hecho de abrir el buscador, escribir lo que se pretende encontrar y hacer clic, pero aunado a esto, es necesario ser prudentes y aprender a filtrar cuidadosamente para utilizar solamente la información verídica. y, ¿cómo se puede aprender a filtrar la información? leyéndola y comprendiendo. En este caso podríamos acudir a sitios que proporcionen información y filtrarla de acuerdo a la fecha más reciente, que la fuente de la información sea un sitio reconocido como una institución, etcétera.

Por lo que se refiere a la lectura como método de aprendizaje es primordial en la educación de cualquier grado en específico, implementar la lectura previene el analfabetismo en todo aquel que la práctica. Incluso se menciona que se puede encontrar en el internet muchos métodos como apoyo en la formación de la educación actual, y la lectura es un rubro que sí se busca correctamente y en fuentes fidedignas el material ofrecido será de calidad.

Hoy por hoy el implemento de la tecnología en conjunto de la lectura es algo que simplemente se puede llamar un gran recurso de apoyo, ya que si se menciona todo lo que facilita el poder leer en la actualidad sería una gran lista. Pequeños cambios que la tecnología

proporcionan hacen que la lectura sea más amena, y con esto podemos señalar el sólo pasar de una letra pequeña a una más grande auxilia a todas aquellas personas que no pueden ver las letras pequeñas y así facilitarles cualquier información que necesiten sin la necesidad de descifrar la información que se encuentra en su fuente original. Debido a que al leer mediante los medios electrónicos podemos encontrar grandes recursos como lo es el apartar una página en específico de un libro o artículo, y salir del archivo y que la página que se marcó siga ahí, así como también el subrayar sobre un texto con cualquier color, e incluso añadir una nota de recordatorio, y si hablamos sobre páginas interactivas que nos ofrezcan la simulación de un examen de un tema es específico, podemos considerarlas como un gran apoyo. Ya que al ser interactivas permiten que la persona que está estudiando cometa errores y aprenda de ellos, de manera que pueda prepararse correctamente para el examen de una materia o un curso.

De igual manera se encuentran nuevos recursos que revolucionan el ejercicio de la lectura, una de estas novedosas formas se presenta como audiolibros, método que permite a muchas personas escuchar un libro en específico, sin tener la necesidad de tenerlo en físico o apartar un momento para leer. Sin duda la tecnología ha hecho un gran cambio en las vidas de las personas conforme esta se actualiza, y permite que ciertos recursos puedan ser adaptados a formas más cómodas y así ser mejor aprovechados.

2.2 LA ESCRITURA

2.2.1 *La escritura en la actualidad*

Se puede definir la escritura como la representación escrita y de forma gráfica de un idioma, que por supuesto va a variar acorde al país o continente en el que se produzca. Puesto que no hay un conteo oficial del número de lenguas o idiomas hablados en el mundo no haremos una mención con un número en específico. Conforme el tiempo avanza es posible apreciar las nuevas formas de escribir que surgen. Si hacemos referencias desde los inicios, muchas investigaciones discuten sobre su verdadero origen, y se podría señalar que uno de los primeros vestigios que se consideran parte fundamental de la escritura, es aquella que descende de Mesopotamia. Más específico de los fenicios, ya que su manera de comunicarse se basaba en el uso de pictogramas, los cuales eran un reemplazo de la comunicación de manera oral, y su presentación era a través de dibujos que representan objetos reales, figuras o un concepto. El comunicarse de esta forma facilitaba todo tipo de comunicación con las personas, ya que estos al presentar el objeto que se buscaba identificar, no requería de palabras como tal para expresar el sentir o necesidad de algo. Y fácilmente se podían comunicar con personas extranjeras que no tuvieran noción de su idioma. Actualmente podemos encontrar pictogramas señalando un aviso o una advertencia, un ejemplo de esto son las señalizaciones que se pueden encontrar en la vida cotidiana y en cualquier lugar son las señales alto al momento de cruzar una calle o, incluso cierta variedad de productos señala si su contenido puede ser nocivo para la salud y lo señalan con una calavera, o un producto inflamable encontraremos dichos pictogramas que utilizan un dibujo de un fuego, entre otros más.

Claro que hay mucho más en la historia de la escritura, sin embargo, sólo haremos mención de ciertos acontecimientos importantes y que por supuesto contemplamos fueron un pilar importante en el desarrollo de la escritura. Partiendo de lo anterior, es entonces que se hace mención a los jeroglíficos, ya que estos forman parte fundamental de la historia de la escritura, puesto que es una forma de escritura inventada por los egipcios.

Conforme la evolución de los tiempos avanza se realizan nuevas adaptaciones a la forma

de escribir. En la era tecnológica en la que vivimos podemos ver cómo ha evolucionado la forma de escribir en muchos ámbitos. Ahora, lo más habitual a encontrar en muchos lugares como los hogares, trabajos, incluso en escuelas son las computadoras, ya sea laptop o computadora de escritorio. Y con esto partimos a que es un medio que se podría considerar como una necesidad para desempeñar diversas actividades. Pero antes realizar la escritura mediante un televisor grande y un teclado añadido, no fue la forma más estética bien percibida, cabe recalcar lo anterior mencionado no señala el verdadero propósito al que iban dirigidos estas máquinas.

Cabe recalcar que dicho artefacto con el paso de las décadas fue cobrando popularidad en la sociedad, hasta el punto en el que fue adaptado para el uso cotidiano y por así decirlo se volvió una necesidad. Y esto, ya que es una herramienta en la cual se realizan diferentes actividades como lo sería la redacción de archivos, reportes, cuentas, etc. Si se habla de uno de sus prototipos iniciales, el ENIAC está considerado uno de los primeros computadores de propósito general totalmente electrónicos de la historia. Fruto de acuciantes necesidades bélicas, el cálculo de trayectorias balísticas, su diseño e implementación tuvieron lugar en el que, más de sesenta años después, podemos considerar el hipocentro de la informática tal como la conocemos hoy. Conforme fue avanzando la tecnología fue destinada a distintos usos, así como se le implementaron considerables cambios, como lo fue la implementación de sistemas operativos como lo es Microsoft Windows, Mac os x, Chrome, entre muchos más. y conforme el tiempo transcurría sus actualizaciones mejoraban hasta llegar al presente, en el cual podemos encontrar muchas características que facilitan cualquier actividad a realizar a través de dicho artefacto.

Pero, así como existen todas estas mejoras que permiten a la sociedad desarrollar actividades con más rapidez, incluso se puede apreciar un déficit en la escritura en general de las personas en la era actual. Esto sucede puesto que, al poseer abundantes disposiciones de corrección en la forma de escribir, el propio usuario limita su conocimiento de aprendizaje gramatical. Ya que si se toma como ejemplo a una persona que se le solicita que rellene un reporte o incluso realice una redacción, el contenido encontrado tendrá muchas faltas ortográficas, y es aquí donde reluce la deficiencia de la economía en su lenguaje escrito, ya que la persona al estar acostumbrada a tener una herramienta que le señale el error cometido hace

que su conocimiento decaiga y que con el paso del tiempo se deteriore.

2.2.2 *La escritura en los jóvenes*

Si se contrasta la era global actual con lo que sucedía hace 20 o 30 años, es posible apreciar la gran diferencia que existe en las sociedades, así como lo es la forma de pensar, vestir e interactuar. Un gran cambio que es más significativamente visible es la forma de escribir en la sociedad en general. Es con esto que se abre paso al uso de aplicaciones o tecnologías en las nuevas generaciones, lo que permite apreciarlo desde un punto de vista diferente.

Hoy por hoy, se observa que la comunicación cotidiana se realiza mediante las redes sociales, las cuales influyen en la sociedad en general, pero más en específico en la juventud actual. Ya que como lo indica un artículo de Psyclinic. Hoy en día, el 95% de los adolescentes tienen acceso a un smartphone, lo que permite una accesibilidad inmediata a las RRSS (redes sociales) y, por tanto, un aumento del tiempo que los jóvenes dedican a su uso. Considerando lo anterior, los jóvenes actualmente al encontrarse en un ambiente tecnológico optan por estos tipos de comunicaciones virtuales que fomentan todo tipo de comunicación a través de las aplicaciones y así disipando la comunicación en el contexto oral como también lo escrito.

Un claro ejemplo de la comunicación en redes sociales, sería el uso gradual de la red social WhatsApp, en dicha aplicación se pueden desempeñar numerosas actividades como lo es la comunicación a través de audios, fotos, mensajes, e incluso llamadas y videollamadas. Y todo lo anterior mencionado hace que la comunicación de persona a persona no sea ya tan necesaria. Debido a que dicha aplicación en un contexto más concreto, en el país de México, es fuente de comunicación predilecta, y con base en una investigación de la UNAM, alrededor de 77 millones de personas en México tienen una cuenta de WhatsApp. Esto la convierte en una de las aplicaciones de mayor uso entre jóvenes y adultos mayores por igual, así lo aseguró Cristina Múzquiz Fragoso, de la Dirección General de Cómputo y Tecnologías de la Información y Comunicación (DGTIC).

Sin embargo, la interacción que surge en redes sociales como se ha mencionado, limita

la interacción de manera física que puede existir de persona a persona. No obstante, a esto no es lo único que se limita, incluso se aprecia que suele haber una disminución del conocimiento en la lengua de manera escrita. Ya que los jóvenes al estar en constante exposición a diversas formas de escribir, y con esto se hace referencia a las formas que existen para sintetizar información que se envía a través de la red, puede repercutir en su conocimiento ya aprendido. Debido a que en las RRSS se imponen modas de escritura que sin duda repercuten en el la información obtenida.

En la actualidad es notorio observar que se adaptan nuevos términos a las lenguas, en específico al español. Podemos apreciar que conforme el tiempo transcurre surgen nuevos términos que por supuesto en su mayoría vienen del idioma inglés. Pero el adquirir dichos términos nuevos implican en la modificación de la comunicación verbal.

Y en su mayoría dichas modificaciones que causan los jóvenes surgen a través de redes sociales, observando cómo los jóvenes van generando y adaptando su forma de escribir. El interactuar en RRSS es como otro mundo al que pertenecen que sin duda repercute en amplio sentido a su mundo real. Y todo esto afecta ya que cada vez es más notable como la juventud ignora las reglas ortográficas y hablan a través de estas nuevas jergas. Y como se apreciará más adelante con un contexto más amplio, estas jergas de vocablos surgen a través de la adaptación de un dialogo, o simples frases con faltas ortográficas que se refieren a un contexto en específico, como lo sería una situación de mala suerte, sorpresa, etc.

Un punto bueno a considerar es que, en dichas redes sociales, no solo en WhatsApp, si no en Facebook, Twitter, Instagram, entre otras; no cuentan con una edad límite para sus usuarios, esto permite una mejor recepción para todo tipo de persona. Pero a pesar de que las aplicaciones no tengan explícitamente una leyenda que indique el rango de edad al que se dirigen, muchas aplicaciones van exclusivamente hacia los jóvenes o jóvenes adultos.

El problema que surge con el uso excesivo de redes sociales es que toda persona que se adapta a su uso cotidiano pierde la noción en la escritura del idioma. El idioma es cultura, suma de factores y disciplinas, patrimonio de ideas, valores y obras artísticas, conocimientos

históricos, filosóficos, científicos y de la búsqueda de nuevas formas expresivas. (Blas Gil, 2017, p. 152) “Un idioma representa parte fundamental del desarrollo de nuestra sociedad que conforme avanza”.

Debido a dichas aplicaciones, así como a la influencia de la nueva tecnología, se aprecia cómo las generaciones se van adaptando a lo que se encuentra en su tiempo. Un claro ejemplo es que actualmente vemos como niños pequeños ya saben utilizar smartphones, Tablet, o cualquier dispositivo inteligente que se les proporciona. Y el punto de esta mención es el señalar este tipo de evolución en las nuevas generaciones que les permiten entender con más facilidad las nuevas tecnologías que surgen.

Importar palabras innecesarias es cómo incorporar objetos ruidosos o cambiar gemas por guijarros que convierten, para nosotros, el español en lengua «extranjera». a) la perseverancia en el error; y b) el contagio a un público poco ilustrado. (Blas Gil, 2017, p. 152)

Según Hunt, a medida que maduran, los niños tienden a producir más palabras sobre cualquier tema dado porque tienen más que decir. En segundo lugar, según van creciendo, las oraciones que construyen tienden a ser más largas. Y, en tercer lugar, cuando se hacen mayores escriben una proporción mayor de cláusulas subordinadas (1970, p. 189). Hunt también señala que los niños más pequeños escriben sucesiones de oraciones simples, mientras que los más mayores y los adultos reducen esas oraciones simples a cláusulas subordinadas. (Bartolomé Rodríguez, 2021, p. 84)

El concepto de madurez sintáctica propuesto por Kellogg Hunt en 1970 supone un intento por demostrar objetivamente lo que a priori parece obvio, lógico e intuitivo: los niños más mayores escriben las oraciones de manera diferente a como lo hacen los más pequeños y las oraciones más maduras difieren no sólo en el léxico o el contenido sino también en la sintaxis. Hunt (1970) define la madurez sintáctica o madurez lingüística como la habilidad para hacer muchas incrustaciones (del inglés *embedments*) en una cláusula (p. 36).

2.2.3 Importancia de la escritura en los jóvenes

Los nuevos términos o formas de escritura a menudo se han originado con el propósito de abreviar pulsaciones de teclado, sobre todo por la dificultad y/o rapidez que a veces trae aparejado el uso de algunos dispositivos portátiles. Muchas personas utilizan las mismas abreviaturas en los mensajes de textos y en la mensajería instantánea, así como en las redes sociales. (Amores M.; Arco L.; Barrera A.; 2016, p.48)

Como mencionamos anteriormente la juventud actual vive en una época en la cual todo método de comunicación, tanto escrita como verbal si o si, se ve relacionada con la tecnología. Pero con esta evolución surgen nuevos términos, correctos o incorrectos, así como nuevas adaptaciones que, si no eres de la generación en la que se utilizaron ese tipo de adaptaciones en el lenguaje escrito, posiblemente y difícilmente podrás entender, esto es debido a como se comunicaba en específico esa generación. Ya que haciendo las comparaciones un *babyboomer* no entenderá muy bien a lo que se refiere un término utilizado por alguien de la generación Z. ya que hay una brecha enorme de descontextualización en el vocabulario utilizado. Y un gran ejemplo que se da, y que se puede encontrar es que hasta en programas televisivos hacen referencias de esta brecha de desconocimiento en el lenguaje que puede ocurrir en dos generaciones diferentes. Y que por supuesto esta brecha de desconocimiento generacional seguirá sucediendo mientras una nueva generación surja.

Aunado a todo esto se ve involucrada desde el principio la ortografía, ya que al estar realizando estos cambios al lenguaje, este se ve modificado, y que con la práctica constante de todo esto repercuten en su economía del lenguaje. Con esto queremos enfatizar que el estar implementando constantemente todo lo que recolectan a través de redes sociales en su vida cotidiana puede llegar a interferir de distintas maneras, ya sea de una positiva o negativa.

Debido a que la lectura no es una actividad que se practique de manera adecuada entre los jóvenes, como se solía realizar hace unas décadas, hoy por hoy se aprecia que las nuevas lecturas se actualizaron y pasaron de ser escritas en papel a ser plasmadas en medios del internet. Es así como párrafos extensos en el mundo web surgen, pero esto no da un indicio de que sea

información que aporte al conocimiento general. El fomentar la lectura en los jóvenes es de suma importancia, ya que el estar inmersos en un mundo virtual tienden a adquirir conocimientos que no serán los adecuados para su conocimiento y modificarán los conocimientos que ya tengan adquiridos. Debido a que, al estar inmersos en lugares como las redes sociales, se utiliza un vocabulario poco culto y “más” libre por así decirlo. Puesto que en redes sociales al ser un lugar donde compartes sentimientos, anécdotas, entre otras cosas más; el método de escritura llega a ser despreocupado en su redacción, y al estar en contacto con distintas personas la información recibida en muchas ocasiones o en su mayoría la información se encuentra mal redactada, palabras sintetizadas, etc.

Consecuente a la gran importancia que conlleva la escritura en el aprendizaje de un idioma, es una de las primeras formas en las que se les enseñan a los niños. Ya que es una forma de comunicación, en la cual se codifican signos gráficos relevantes para llevar a cabo la comunicación. Es una habilidad que deben de manejar desde muy pequeños para poder comunicarse y seguir desarrollando más aptitudes en los siguientes años de estudio. La escritura lleva consigo el desarrollar la habilidad de diferenciar la oralidad escrita y lo que si se debe de escribir conforme la situación lo amerite.

Es sumamente importante inculcar a los jóvenes que la escritura es una puerta hacia un ambiente en el que ellos pueden modificar ciertos conocimientos, en el que pueden escribir de manera ficticia recreaciones de mundos, en la que plasmas sus ideas, etc. señalar que la escritura puede llevarse a cabo para uno mismo, o si así lo decide para otras personas. La escritura permite que el autor reflexiones y explore sus conocimientos, es por esto que existen distintos tipos de escritura personales, uno de los cuales destaca la escritura a través de los diarios, en el que el autor plasma su sentir, lo que sucede o sucedió a su alrededor.

Sin duda la escritura es un tema extenso que se puede llevar a cabo en muchos ámbitos como lo es lo laboral, escolar, personal, etc. toda escritura conlleva de planificación antes de la redacción, así como lo es la revisión de lo que uno realiza. Consta de revisión inmersa, en la que el autor debe de verificar si redacción lleva palabras cortas y simple, o si quiere palabras más largas y complejas. Analizar muy bien el tema que estará redactando. Cabe recalca que la

escritura es un medio que permite acceder a muchos beneficios, de acuerdo al grado laboral o estudiantil que uno se encuentre deberá de demostrar, tratar realizarla de una manera correcta, para seguirla dominando e incluso mejorar las habilidades en esta.

2.2.4 La escritura como competencia lingüística

La escritura aparece entonces como un instrumento psicológico que se adquiere como dominio de una práctica cultural específica. Por esto, autores como Ong (1987) reconocen a la escritura como una tecnología, y en contraposición del habla, que es natural, como algo artificial. (Vygotsky, 1979)

De acuerdo con la Universidad Nacional Autónoma de México podemos percibir que *“el lenguaje es la capacidad propia del ser humano para expresar pensamientos y sentimientos por medio de la palabra”*. Asimismo, es un sistema de signos que utiliza una comunidad para comunicarse oralmente o por escrito.

El lenguaje es una capacidad propia que el ser humano expresa y que está en constante interacción con los procesos neuronales, ya que es un acto instintivo en el cual se procesan diferentes decisiones importantes para el ser humano. Este acto debe ser oportuno, claro y preciso para llevar a cabo su comprensión.

La escritura forma parte fundamental en la adquisición de un idioma que por supuesto es una actividad que se mantiene en uso constante y de acorde al uso correcto del idioma que se esté aplicando está será una competencia lingüística que se mantendrá en desarrollo. El término competencia lingüística se refiere al conocimiento inconsciente de la gramática que permite a un hablante utilizar y comprender una lengua. Cuando nos referimos a la lectura como competencia lingüística involucramos todo aquello que tiene que ver con la capacidad de una persona para poder desenvolverse de una forma tenaz y determinada en el acto de la escritura. El portador de esta competencia deberá tener amplio conocimiento gramatical, que le permitirá hacer el uso de la lengua, y desempeñarla en los rasgos del habla, escucha, etcétera.

Como estudiantes en idiomas es susceptible percatarse de la importancia que conlleva la escritura en el aprendizaje de un idioma. Pues se considera que es un vínculo que conecta la comprensión del idioma y la comunicación que se llevará a cabo. Tomando en cuenta que la escritura es como llevar a cabo el acto del habla de una manera diferente y de manera más estricta. Ya que si cometes un error ortográfico rápidamente será detectado, en cambio al llevar el acto del habla, podrás cometer errores de pronunciación, y ortográficos, que sí, podrás corregirlo en el instante, pero si no te das cuenta no pasará nada. La escritura permite transferir de manera consciente y de manera más racional los conocimientos obtenidos a través de la lectura, de escuchar, etc. Sin duda es la mejor forma de adquirir un amplio vocabulario que permitirá al receptor transmitir ideas con más coherencia y acorde a la información adecuada a desenvolverse en ambientes acorde a la situación.

Un gran número de la población mundial posee diferentes dispositivos tecnológicos no solo para comunicarse sino también para crear, manipular, diseñar, construir, organizar o actualizar información. Todo esto no significa nuevas maneras de hacer las cosas o describir; sólo significa aprender a ver al mundo desde una perspectiva diferente adaptando las maneras tradicionales de lectura y escritura a las nuevas tecnologías. La escritura sin duda es una actividad que se puede realizar mediante muchos medios, actualmente con el surgimiento de la tecnología tenemos más opciones que solo el utilizar papel. Pero para llevar a cabo este acto hay que tomar en cuenta que se debe tener una preparación antes de empezar. No únicamente escribir lo primero que se venga a la mente.

El saber de qué va un texto es importante, para saber cuál será su contenido. Ya que si se pone en comparación un guion de una película con un ensayo universitario su estructura será diferente, así como su contenido. Ya que el guion contiene textos cortos que van señalando el turno de la persona que hablará, así como el lenguaje a utilizar podría ser informal. En su contraste con el ensayo universitario, se maneja por cuartillas lo mínimo dos o tres cuartillas en el cual se mantiene en un tema en específico y su lenguaje obligatorio debe ser formal, debe llevar un orden, introducción en la cual se presenta el problema con una descripción clara, en esta parte el escritor debe ser conciso y deberá dar una breve información para que el lector se contextualice. En el desarrollo deberá presentar los argumentos de su investigación, sus ideas,

preguntas si así es requerido, etc. Y finalmente en la conclusión, que significa el cierre de su ensayo concluirá el tema tratado recordando la idea principal del ensayo, y sintetizando sus argumentos y añadiendo un extracto argumentativo o reflexivo.

La escritura es un tipo de notación gráfica que representa oraciones en una lengua natural. Uno de los rasgos que refleja la precisión representativa de la escritura es que palabras que son sinónimos no suelen representarse a través de la misma forma, sino de maneras distintas, comúnmente con signos que identifican cómo suena cada uno. Si bien queda claro que la lectura es un proceso en el que se involucra el pensar, sobre todo el tiempo, debido a que es un acto de reflexión que hace que el autor conecte consigo mismo y piense en profundidad sobre el tema a tratar, así como llevar a cabo el acto de la investigación que le permitirá expandir su conocimiento. Un ejemplo de los textos que podemos encontrar son los textos narrativos, en el cual se ven involucrados la redacción de historias, hechos, eventos, etc. su contenido gramático en su mayoría está expresado mediante verbos dinámicos y adverbios conectores (correr, nadar, crecer, etc.-cuando, aún, luego, etcétera).

Sin duda la escritura es amplia en contenido que una pequeña descripción no sería suficiente, ya que como se mencionó anteriormente hay siempre una característica para toda ocasión. Ya que no es un rubro pequeño podemos encontrar, puesto que para escribir encontramos distintos textos con distintos sentidos. Como lo es el texto expositivo, el cual se encuentra con frecuencia en libros de textos, ya que su contenido es expositivo se utiliza para proporcionar información sobre un acontecimiento en específico en la historia, exponer información de un lugar. Su construcción es basada en acontecimientos verdaderos, leyes, principios causas, etc.; una característica importante es que siempre debe ir escrito de manera neutra y en tercera persona.

Otros textos que pueden ser tomados en cuenta para encontrar, es el persuasivo el cual su propósito es el expresar ideas, su contenido se caracteriza por la elección de palabras que deben de ser desarrolladas en argumentos lógicos y coherentes. Es usual encontrarlos en publicidades, artículos de opiniones, reseñas, etc. y así podemos ir señalando muchos más, que pueden similares en característica, pero siempre serán diferentes.

Hablando de beneficios que puede atraer la escritura es que permite una mejora en la comunicación de persona a persona. Esto se debe a que al momento de escribir uno va desarrollando una habilidad de escoger las palabras correctas para el momento en el que se ameritan, así como la adquisición del vocabulario permite que el sujeto se exprese de una manera explícita ya sea con vocabulario sofisticado, o incluso vocabulario “neutral”. Una persona que se mantiene en contacto con la escritura ya sea de manera digital o escrita físicamente sabrá de las habilidades básicas que se adquieren por default. Una de las habilidades principales a desarrollar es la puntuación y deletreo apropiados de las palabras, así como también tendrá un buen nivel de comprensión lectora. No se le dificultará el leer un texto y podrá identificar muy bien el propósito de dicho texto. Sin duda la lectura es una práctica que conlleva la involucración de muchos medios y que conlleva el aprender constantemente para mantenerse actualizado, así como el nuevo vocabulario que día a día va surgiendo, así como desarrollar grandes habilidades ya sea del pensamiento y de concentración que son útiles para que el autor logre exponer sus ideas en más de un párrafo y con gran detalle.

2.2.5 *La escritura en los medios digitales*

No se puede desdibujar la importancia de la escritura en las redes sociales, ya que lo escrito en estas redes se vuelve de dominio público en una autopista de información y miles de lectores. (Castillo, 2017)

En los inicios de la escritura de aquellas civilizaciones sedentarias que buscaban un medio práctico para almacenar los conocimientos de las ciencias e historia de su pueblo, para difundirlas posteriormente a las próximas generaciones, sólo los miembros más privilegiados tenían acceso a los conocimientos lingüísticos que hasta el momento se desarrollaban. Las personas con cargos importantes dentro de la comunidad como líderes o sacerdotes, y escribas, eran los únicos que poseían conocimiento acerca del correcto uso del sistema de signos (denominado después como sistema de escritura) desarrollado por la civilización en su paso por el tiempo. Eventualmente, la consciencia por educar a los niños de civilizaciones avanzadas para edificarlos como personas productivas dentro de la sociedad tomó fuerza, y la educación y conocimientos de las ciencias comenzaban a enseñarse a los niños privilegiados de los pueblos;

posteriormente, la educación se volvía más accesible para toda la población en general, y con ella, la importancia de aprender a utilizar el sistema de comunicación escrito de la civilización era imprescindible.

De las paredes de cavernas a las piedras; de las piedras a las pieles de animales; de las pieles al papel; y ahora del papel a la red virtual que conocemos como internet; la historia de la humanidad ha sido registrada en cada uno de estos lienzos con el paso del tiempo, y ahora en esta era tecnológica, la información ha trascendido hacia lo digital. Ahora, es fácil encontrar información de toda índole dentro de la red global, información cuyo registro es variado actualmente, puesto que en su forma escrita la podemos encontrar en formatos de libros digitales (e-books) asequibles; los blogs informáticos, que básicamente son páginas de internet cuyo propósito es educar y transmitir conocimientos en su mayoría; pero, la manera por la cual dicha información se puede transmitir y reproducir a escalas inimaginables es aquella que navega por las redes de comunicación digital, es decir, las redes sociales. Estas redes que se han convertido en el principal transmisor de información a escala mundial forman parte del estilo de vida de la mayoría de la población debido a que el acceso a este tipo de sistemas se encuentra en cualquiera que posea teléfonos inteligentes u otros dispositivos con acceso a internet (*tablets*, relojes inteligentes y televisores inteligentes). Ahora es posible enterarse de sucesos y noticias de manera inmediata, incluso si se tratara de hechos no locales que acontecen a miles de kilómetros de distancia; la velocidad en la que la información viaja por internet es extraordinaria, los beneficios de que la población mundial ahora esté interconectada mediante esta red facilitan considerablemente las relaciones interpersonales e incluso las internacionales.

La escritura en redes sociales, si bien como se ha mencionado, la mayoría de los textos escritos de los usuarios suelen no ser ortodoxos gramatical y sintácticamente hablando, sin embargo, logran el objetivo de comunicar y transmitir lo intencionado; lo importante es que el proceso de comunicación se lleve a cabo y que el mensaje sea recibido óptimamente. No obstante, los estilos de redacción poco ortodoxos trascienden mucho más allá del simple hecho de pasar por desapercibidas ciertas faltas de ortografía en la escritura de estos textos, ya que, retomando la idea de Sosa Arévalo: “La libertad de la escritura promueve la falta de interés por la buena ortografía y comúnmente se encuentran con usuarios que *ezcriven azzii*; lo grave no es

tanto la forma de escritura que cada quien tenga, sino que los niños que están en etapa de adquisición del lenguaje se encuentran expuestos a estos hábitos de escritura poco ortodoxos”. (2020, p. 15); esto hace cuestionarnos acerca del impacto que esta “libertad” en la escritura pueda provocar en la educación de las poblaciones infantil y juvenil; y sólo si añadimos el dato de que el 38% de la población mexicana es considerada como lectora activa, leyendo aproximadamente 3.4 libros de manera anual según datos de INEGI en 2021, es cuestión de preocuparse ya que la fuente principal de la adquisición de conocimientos en general viene de la lectura, y si no leemos no nos educamos, lo que conlleva a un pobre desarrollo de las formas de expresión en la lengua, como lo son la escritura afectando gravemente al desarrollo académico y profesional de la población expuesta: “Durante la infancia tardía los niños siguen adquiriendo habilidades lingüísticas y cognitivas que les permiten comprender y producir de manera más eficiente diferentes tipos de discurso (narraciones, descripciones, explicaciones, argumentaciones, entre otros). (Alvarado, Calderón, Hess & Vernon, 2011)

“Escribimos para dejar constancia de nuestro paso por el mundo. Para que, aquellos que lleguen después, sepan que aquí, en este lugar y en este tiempo, estuvimos”. (Rangel M. 2014)

2.2.6 Libertad en la escritura e identidad juvenil

La falta de interés por la preservación de las normas de escritura de la lengua española en los sistemas de comunicación digitales por parte de los usuarios jóvenes, como lo expresa Sosa Arévalo (2020), no solamente es el resultado de los conocimientos limitados que poseen acerca de la ortografía y gramática de su lengua materna como se abordó en el punto anterior, o de los bajos niveles de alfabetización y lectura por parte de la sociedad mexicana en general, (según INEGI en 2021), sino que por el lado psicosocial, es una forma de expresión y fundación de la identidad como jóvenes. Y por supuesto que la escritura no es una excepción como medio de expresión, según La Ó L. en 2011, expone que:

Es innegable que los adolescentes y jóvenes por las características psicológicas que los caracterizan (obviando las disímiles situaciones sociales en los que estos vivan)

muestran una actitud rebelde y de desprendimiento ante la vida; crean sus propios mecanismos de defensa y convivencia en los que no está exenta el habla común. Las diversas maneras que estos desarrollan para comunicarse entre ellos adquieren una significación especial en su proyección como personas y en su distinción como grupo social.

Las expresiones y jergas creadas por los grupos juveniles también se encuentran manifestadas en la escritura, y siendo reproducidas a través de la internet por las redes sociales logran llegar a casi la mayoría de estos internautas jóvenes que están en busca de su identidad. Distintas modas surgen en cuanto a las formas de escribir, por ejemplo: en los años 2000 existió la moda del sobreuso de las grafías x, z y s en las palabras comunes, complementando también esta moda multiplicando ciertas vocales, obteniendo palabras como “*prinzzzzexaaa moxxxxaaaa*” para referirse a “princesa hermosa”, o “*bebezzzzoooootaaa*” para comunicar “bebota”; simultáneamente se involucraron los emoticones dentro de los mensajes de texto para añadir un sentimiento o emoción que el transmisor pudiera estar experimentando, tales fueron y son, hasta la fecha, los elementos más usados en la escritura, un ejemplo de estos emoticonos es el elemento “XD”, haciendo alusión a una cara cuyos ojos están cerrados y ejecuta una sonrisa abierta mostrando los dientes. Las modas pasan pero en algún momento de la historia regresan, y en nuestros días, el hábito de multiplicar ciertas letras, de forma innecesaria ortográficamente hablando, retomó fuerza hace algunos años, esto se hace con el fin de añadir cierto énfasis a las palabras y transmitiendo emoción dentro de la unidad lingüística, para ejemplificar, la expresión “ya seeeeeee”, aunque ortográficamente incorrecta (“seeeeeee” representa el verbo saber conjugado en primera persona del presente indicativo) la palabra hace omisión de la tilde en la letra “e” y la multiplica las veces necesarias para lograr expresar tal grado de emoción, conmoción, o empatía por parte del receptor al confirmar el mensaje y así expresar su opinión con respecto a lo hablado. Y recientemente, la inclusión de siglas inglesas dentro de los textos de jóvenes mexicanos se volvió una tendencia muy popular en la población de 15 a 25 años de edad aproximadamente, tales siglas como “btw” (*‘by the way’* que significa ‘por cierto’) o “pov” (*‘point of view’* que significa ‘punto de vista/perspectiva’), desataron controversia de un día para otro, pues aunque la población mexicana no tiene buenos índices del dominio de la lengua inglesa según el Índice de Nivel de Inglés EF para Escuelas (EF EPI-s) en 2021, los usuarios las

utilizan teniendo presente su traducción en nuestra lengua y haciendo uso de ellas cuando lo amerite la información a compartir.

Es por ello que, la libertad en la escritura por parte de los jóvenes mexicanos puede tener distintas causas, no todas ligadas a la formación de la lengua materna sino a fenómenos ajenos a esta como la cultura y la psicología que son muy importantes para el desarrollo del individuo, sobre todo para aquellos en busca de su identidad como personas. A pesar de eso, ¿en qué podría afectar esta libertad de en la escritura a la sociedad mexicana? ¿representa algún riesgo para la lengua el utilizar de tal manera la escritura?

Nuevamente se rescata el fragmento “lo grave no es tanto la forma de escritura que cada quien tenga, sino que los niños que están en etapa de adquisición del lenguaje se encuentran expuestos a estos hábitos de escritura poco ortodoxos (Sosa Arévalo, 2020, p.15). Hábitos que si se encuentran tan arraigados en el proceso de alfabetización de en los niños puede lograr entorpecer el grado de comprensión y retrasar dicho proceso formativo de la lengua paulatinamente afectándolo de forma considerable en las primeras fases educativas del niño. “El conocimiento del léxico predice el logro académico de los niños y juega un papel esencial en su desarrollo cognitivo. (Dockrell, Messer, 2004)

2.2.7 La tecnología influyendo en los hábitos y tendencias de la escritura

La escritura que se utiliza en estas redes se está convirtiendo en una moda, que hace que las personas ya no lo utilicen solo allí, sino que pasa a la vida cotidiana de las personas; se utiliza en todas partes. (Sosa Arévalo, 2020, p. 19)

Según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, se define como “hábito” al modo especial de proceder o conducirse adquirido por repetición de actos iguales o semejantes, u originado por tendencias instintivas; y como “tendencia” a la propensión o inclinación en las personas y en las cosas hacia determinados fines, esto es, a la influencia a la que las personas se encuentran expuestas hacia determinadas acciones o comportamientos. En este contexto, existen hábitos que se crean a partir de ciertas tendencias o

modas que surgen en la escritura dentro del espacio cibernético, específicamente, en las redes sociales; tendencias que de una u otra manera hacen de este proceso lingüístico un tanto peculiar y diferente de lo que se está acostumbrado o enseñado.

Tal y como se presentó en el punto anterior, diversas tendencias de escritura fueron apareciendo en internet, tendencias que principalmente fueron adoptadas por la comunidad juvenil como modo de expresión e identidad. Estas modas no cumplen con las normas de ortografía de la lengua española, pues en algunas se altera la morfología de las palabras, en otras se recurre al uso excesivo del fenómeno lingüístico conocido como Economía del Lenguaje (previamente presentado), en el cual se omiten de sobremanera unidades lingüísticas con el fin de acortar los textos; y finalmente, en las más nuevas, haciendo uso de elementos no lingüísticos llenos de cierta carga semántica que sólo puede ser interpretada, en la mayoría de los casos, por usuarios relacionados al contexto involucrado y la deixis que representa. Todas y cada una de estas tendencias en la escritura representan en esencia una evolución en los procesos de comunicación dejando de lado los procesos ortodoxos de escritura estricta que abruman a la población joven. Sea entonces, una conversación de tipo formal o informal, lo importante es hacer comunicación y que ambos agentes del discurso puedan lograr el cometido de informar y comprender, es aquí en donde se puede justificar, de cierta manera, la informalidad en el lenguaje de los jóvenes, pues ejercen su derecho de expresión de manera libre:

La informalidad en el lenguaje está relacionada con el uso de la lengua de manera libre, sin barreras normativas, donde la persona se expresa con familiaridad en un plano coloquial con amigos o personas que tiene estima. Esta es la situación que ha resultado en el lenguaje del chat, un claro ejemplo donde priman los sentimientos y no se juzga por dejar de utilizar la norma de ortografía. (Salazar, M. R., 2017, p. 440)

Este tipo de lenguaje informal por supuesto que tiene una mayor presencia en los textos de los sistemas de comunicación digitales principalmente de los jóvenes que se encuentran activos en estas redes la mayor parte de su tiempo; pues el 40% de los hogares tienen acceso a Internet, de los cuales el 70.5% de los cibernautas mexicanos son menores de 35 años (la población principal consumista del internet). De este porcentaje el 73% de los adolescentes (de

entre 12 a 17 años) son los que más navegan en Internet. 46.1% son estudiantes de educación básica, 83% son de educación media superior, y el 94.5% corresponde finalmente al nivel superior según datos del INEGI en 2016. Así que, debido a la cantidad de tiempo que estos se encuentran conectados a internet la formación de hábitos en sus formas de comunicación escrita es un hecho innegable e imparable, pues los usuarios se ven obligados a modificar constantemente (como se ha estudiado) sus escritos, mensajes o *posts* ajustándose a los lineamientos de los sistemas de comunicación como: no sobrepasar la cantidad de caracteres para redactar un texto; algunos no permiten el uso de símbolos de puntuación ya sean acentos, puntos, comas y así sucesivamente; para con esto ignorar las normas de ortografía y ortotipografía de la lengua dentro de la red, pero que van trascendiendo al mundo real colándose en sus escritos académicos o casuales marcando un antes y un después en la producción escrita de los jóvenes. Aunque, existen posturas que afirman que este lenguaje informal de la lengua, que más bien es ciberlenguaje, no debe afectar el buen uso de la lengua escrita, ya que como se desarrolla en contextos informales fue creado precisamente para adaptarse a los nuevos sistemas de comunicación en donde la rapidez y la brevedad son cruciales en el acto comunicativo (Devis, 2004):

No obstante, afirma un estudio del Instituto Cervantes, que este ciberlenguaje no debería afectar el buen uso del español escrito, puesto que se desarrolla en un nivel muy informal, creado para adaptarse a un nuevo estilo de comunicación, donde se exige rapidez y por tanto brevedad (p, 51).

2.2.8 La Economía del Lenguaje en la comunicación escrita por medios digitales

El lenguaje en internet (ciberlenguaje) muestra también propiedades evolutivas, así como lo hacen las lenguas oficiales de la actualidad, pues, la jerga, los tecnicismos, y todo el léxico propio de estos sistemas digitales y de la red de internet en general se encuentra en constante evolución, siendo adaptados y adoptados por los propios usuarios que eventualmente se apropian de este lenguaje moldeándolo acorde a sus necesidades.

El ciberlenguaje es el lenguaje que usamos en los chats, es decir, cuando

escribimos por Whatsapp o por Wechat o alguna red social, a través de un móvil o del ordenador. Este tipo de lenguaje se caracteriza por ser rápido, inmediato. Lo que queremos es comunicarnos de una forma rápida y ágil, sin pensar en la distancia ni en el tiempo. Por eso cada vez usamos más en la comunicación virtual los emoticonos, símbolos o gifs animados, para tratar de expresar algún sentimiento. Y claro, en este tipo de lenguaje también se utilizan mucho las abreviaturas, algunas nos las inventamos y otras son ya muy conocidas. Algunas veces se usan tanto que los mensajes parecen telegramas. (Estévez C. 2020)

Dado que este ciberlenguaje está en constante evolución los fenómenos del lenguaje que yacen de los sistemas lingüísticos también se ven reflejados en este, haciendo que se modifiquen y ajusten con base en las necesidades de comunicación que se van presentando en los internautas. De nueva cuenta, siendo el núcleo de este proyecto de investigación, el fenómeno lingüístico conocido como Economía del Lenguaje (EDL) toma un rol importante dentro del lenguaje de la internet, pues como menciona Estévez (2020) los usuarios necesitan producir sus mensajes de texto de una manera rápida y ágil, por lo que ellos han ido modificando su forma de escribir las palabras para lograr ser lo más breves posibles en la producción de sus textos sin alterar abruptamente la carga semántica-pragmática de estos, es por ello, que se ha recurrido al uso de las abreviaciones tanto necesarias como innecesarias; así como de otros fenómenos lingüísticos como la elipsis; y últimamente utilizando los ideogramas creados para transmitir las propiedades emotivas dentro de los discursos escritos en la red. Entonces, al sobrecargar un texto escrito con cada uno de estos recursos lingüísticos dificulta de manera considerable la comprensión del contenido de estos, empezando por el hecho de que visualmente aparenten ser simples códigos alfanuméricos sin significado alguno o intentos de palabras casi ilegibles, a lo que se refería Estévez en el fragmento "...algunas veces se usan tanto que los mensajes parecen telegramas...", ya que los mensajes del telégrafo se representaban por líneas y puntos que escondían el mensaje para que el receptor y sólo él pudiera descifrarlo, lo que visualmente era un desastre. Un ejemplo de esto pudiera ser la siguiente frase:

"Ola k ac"



"Hola, ¿qué haces?"

"Bn aki en fb y tu"



"Bien, aquí en Facebook, ¿y tú?"

Que como se puede apreciar, a simple vista parecen letras escritas aleatoriamente sin significado aparente, pero estando conscientes del contexto podremos interpretar el mensaje que está siendo transmitido.

Como es posible apreciar en las frases anteriores, se observa la presencia faltas de ortografía, apócope, sustituciones y omisiones de grafías las cuales en el campo de la lingüística son catalogados como vicios del lenguaje que afectan directamente la morfología de las palabras y las propiedades sintácticas de las oraciones (dejando fuera también repercusiones en la fonética y fonología de la lengua); y como subcategoría de estos vicios del lenguaje, se encuentran los barbarismos cuyo significado consiste en escribir o pronunciar mal las palabras, así como usarlas de manera equivocada. Dado que los elementos “ola”; “k”; “ace”; y “aki” son ejemplo claro de una falta de ortografía ya sea intencionada o no, esto no deja de ser un recurso bastante usado dentro de la comunicación digital que ayuda, de cierta forma, a agilizar el proceso de envío y recepción de mensajes en periodos de tiempo cortos; sin embargo, puede complicar la comprensión del mensaje principal si las frases o palabras no son lo suficientemente legibles para interpretarse, por ejemplo el elemento “bn” aparte de ser una palabra morfológicamente alterada, posee una propiedad implícita en su grafía, pues sus sonidos intermedios son omitidos, aplicando la síncope. Por su parte, el elemento “fb” puede catalogarse como un acrónimo de la red social Facebook, debido a que esta nuevo elemento es lo más parecido visualmente a la escritura de su palabra de origen; finalmente el último elemento a analizar es “tu”, aquí el problema radica en el mal empleo del pronombre personal en segunda persona singular confundiéndolo con el adjetivo posesivo de la segunda persona singular, lo cual es muy común en la mayoría de los hablantes nativos ya que olvidan tildar la palabra para diferenciar una de la otra.

Añadiendo entonces el hecho que ciertos vicios del lenguaje fungen de igual manera como elementos partícipes dentro de la Economía del Lenguaje por parte de los usuarios de las redes sociales. A continuación, se describirán los recursos lingüísticos con mayor detalle que se utilizan en las conversaciones cotidianas para economizar lingüísticamente los textos y mensajes de los usuarios de los sistemas de comunicación:

2.2.8.1 Abreviaciones

Una abreviación es el resultado del procedimiento de reducción de una palabra o de una expresión compleja mediante la supresión de determinadas letras o sílabas. Acrónimos, acortamientos, abreviaturas y siglas son abreviaciones, según el *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española* (DEL).

Acorde al *Diccionario Panhispánico de Dudas* (DPD), una abreviación es toda representación escrita reducida de una o más palabras. Hay diferentes clases de abreviación: abreviatura, sigla, acrónimo y símbolo.

Y el *Merriam-Webster Dictionary* define a las abreviaciones como la forma acortada de una palabra o frase escrita utilizada en sustitución de la forma completa de estas, “*a shortened form of a written word or phrase used in place of the whole word or phrase*” (fuente original). También añade que las abreviaciones pueden ser usadas para economizar tiempo y espacio en la escritura, evitar repeticiones, sobre todo de palabras y frases largas, o simplemente son utilizadas como un recurso convencional en los textos, “*Abbreviations may be used to save space and time, to avoid repetition of long words and phrases, or simply to conform to conventional usage*” (fuente original). Lo que refuerza la postura de Estévez (2020) cuando señala que el acto de comunicación en la actualidad se caracteriza por ser breve y ágil obligando a los usuarios a adaptar sus procesos de escritura a estos requerimientos.

Como se observa en las definiciones por los distintos diccionarios, todos tienen en común una subclasificación de abreviaciones. Se han tomado los resúmenes acerca del Libro “Ortografía de la Lengua Española” elaborados por Espinoza (2006) cuyo contenido breve expone de manera clara estas subcategorías, siendo las siguientes:

- a) Abreviaturas: Es la escritura de una o más palabras con menos letras que en su configuración normal y que se lee como si la(s) palabra(s) a que se refiere(n) estuviese(n) escrita(s) con todas sus letras. Una abreviatura no constituye una nueva palabra (como sí ocurre con las siglas); es nada más que la forma abreviada de la(s) palabra(s) a que

remite; es decir, implica pérdida de letras, pero no de sonidos o fonemas (DPD). Un ejemplo muy claro es ‘Dr.’ leyéndose como en su configuración normal ‘doctor’.

- b) Sigla: Es la variedad de abreviación que forma una nueva palabra a partir de la(s) letra(s) inicial(es) consecutiva(s) que constituye(n) la abreviación de palabras, la cual designa entidades, organismos, empresas, partidos políticos, asociaciones, clubes deportivos, sistemas, enfermedades, artefactos, marcas registradas, nombres de lugar, etc. Como cualquier vocablo, una sigla –dependiendo de si es masculino o femenino el género de su primer componente– determina el género del artículo que la precede. En lo referente al aspecto fonético, podemos señalar que si las siglas forman sílabas que corresponden a los patrones normales de la lengua, se pronuncian como una palabra (ONU); si están formadas por puras vocales, por puras consonantes o con predominio de éstas, se pronuncian por deletreo (CGTP, DNL, IGV, OEA, ONP, UNMSM).
- c) Acrónimo: Es la abreviación que se forma con elementos iniciales y finales de otras palabras, y se lee de manera normal, sin deletrear. Ejemplo de esto es el acrónimo ‘informática’ cuyo origen yace en las palabras ‘información’ y ‘automática’, tomando la primera parte de la palabra ‘información’, y la segunda parte de la palabra ‘automática’.
- d) Símbolos: Es la variedad de abreviación consistente en representar, con una o más letras, una palabra o sintagma correspondiente a la ciencia o la técnica. Ejemplos: *m* (‘metro’), *km* (‘kilómetro’).

2.2.8.2 Metaplasmos

Si bien cada una de estas subcategorías de abreviación es utilizada de manera distinta, es un hecho que dentro de la comunicación por medios digitales es un recurso sumamente explotado por los internautas; aunque morfológicamente son bien aceptadas, cabe destacar que en ocasiones los hablantes no tienen el conocimiento suficiente para emplearlas en sus conversaciones cotidianas. Ahora, es necesario aclarar la función de cada uno de estos recursos

lingüísticos pues existen similitudes entre ellos que podrían confundir a los hablantes de la lengua y por consiguiente perjudicar sus textos. Así que, por un lado, existen las modificaciones permitidas de las palabras en la lengua, como lo son las abreviaciones explicadas hace un momento; ahora, lo importante a destacar es el hecho de que también existen otro tipo de modificaciones en las palabras y en la escritura en internet en general cuyo origen viene desde el habla, a estas modificaciones se les conoce como metaplasmos y tienen su origen principalmente en el fenómeno lingüístico conocido como oralidad escrita.

Los metaplasmos o *figuras de dicción* son alteraciones que se producen en las palabras cuando utilizamos nuestro idioma español oral, producto de la incorrecta pronunciación. Estos errores en el hablar se originan cuando omitimos, agregamos o cambiamos un sonido en alguna palabra. Un metaplasmo es una transformación fonética que se realiza sobre una palabra y por lo general hay tres tipos de metaplasmos:

- a) Por adición o suma: Añadidura de letras a las palabras, y como subtipos tenemos a la prótesis (adición de letras al principio de la palabra); la epéntesis (adición de letras a la mitad de la palabra); y la paragoge, (la adición de nuevas letras al final de la palabra).
- b) Por supresión o eliminación: Sustracción de sonido o grafía en las palabras, y como subtipos encontramos la aféresis (la sustracción ocurre al principio de la palabra); la síncope (sustracción en medio de la palabra); la apócope (sustracción al final de la palabra); y la haplogía (supresión de una sílaba idéntica a la contigua).
- c) Con otros juegos de palabras: En este caso se presentan nuevos fenómenos aplicados a las palabras, los cuales pueden transformarlas completamente:
 - i. Transposición: Es el cambio del orden de letras y sonidos en la palabra.
 - ii. Asimilación: Es la igualación de dos palabras que no lo eran.
 - iii. Disimilación: Es la distinción de dos palabras.
 - iv. Contracción: Es la fusión de dos palabras para agilizar la fluidez al hablar.

Debido a que los metaplasmos surgen a partir de la mala dicción de las personas, estas

nuevas “formas” de pronunciar las palabras transmutan a la forma escrita, y este fenómeno cuyo proceso consta en escribir las palabras tal cual son pronunciadas, es conocido como *oralidad escrita* o *escritura oralizada*. (Vaquero, 2012)

Por cuestiones de agilidad y tiempo, los usuarios dejan a un lado las normas de uso de la lengua española escrita y recurren al uso de la oralidad escrita para poder expresarse de una forma más natural y relajada, según ellas, y así poder comunicarse más rápido; sin embargo, comienzan a dar paso a los malos hábitos de escritura que se forman a partir de estas cuestiones, e inconscientemente reemplazan la ortografía de las palabras por los vulgarismos.

2.2.8.3 *Vulgarismos*

Los vulgarismos son una categoría de vicios del lenguaje que consisten en el empleo del lenguaje en una forma incorrecta incumpliendo las normas de escritura, pronunciación, semánticas o sintácticas. Etimológicamente la palabra “*vulgarismo*” proviene del “*lenguaje vulgar*”, que era el tipo de lenguaje que la población no culta o poco instruida utilizaba.

Estos vicios del lenguaje se encuentran altamente presentes en las producciones escritas de personas cuyo nivel léxico no es sólido, pero, sobre todo, se encuentra presente en los escritos de niños y jóvenes que se encuentran habituados a escribir de forma oralizada, pues la forma en la que hablan y modifican la pronunciación de las palabras ya sea por falta de conocimiento, moda o costumbre, migra hacia los textos que escriben. Así que, un listado de los vulgarismos más frecuentes en los textos es:

- a) Las faltas de ortografía;
- b) Las erratas, o fallos en la escritura mecanizada o ingreso de datos;
- c) El desplazamiento de los acentos;
- d) La sustitución de las grafías;
- e) Los metaplasmos (previamente explicados); y
- f) Los cambios de roles gramaticales de las palabras.

Entonces, a cualquier tipo de falta que incumpla las normas ortográficas, sintácticas, semánticas y de pronunciación es considerada como un vulgarismo, por lo tanto, dado el hecho de que la población, en su mayoría, desconoce por completo todas y cada una de estas normas, ahora es un poco justificable la presencia de estos fallos en el empleo del lenguaje escrito, pero ¿por qué poco justificable? Pues por la sencilla razón de que el acceso a la educación, al menos en el territorio mexicano, es asequible y gratuita, además de que este tipo de conocimiento es transmitido desde los primeros niveles de educación en nuestro país, teniendo alta exposición en la educación básica (Primaria) cuya transmisión es continua por seis años asegurando la adquisición de este conocimiento de la lengua materna al menos alcance un nivel básico. De aquí, surge la inquietud por conocer el estatus de calidad en la enseñanza de nuestra propia lengua materna en los niveles educativos tempranos, pues es necesario ocuparse de transmitir los conocimientos del correcto empleo de nuestra lengua española desde la edad temprana para evitar en su mayor parte la mala producción de esta, ya que, de no hacerlo, nos volveremos susceptibles a cualquier formación de malos hábitos en la escritura y asimismo los reproduciremos hasta deformar la lengua.

2.2.9 *Sobreuso de deixis y asimilación del contexto (sobreuso de ideogramas como referente en el acto comunicativo)*

Como último recurso utilizado por los hablantes para economizar el lenguaje escrito en redes, está altamente explotado el uso de la deixis y frases deícticas que nos ayudan a comprender el contexto de las situaciones que a las cuales nos referimos. Según Urbina (2016), “la deixis se ocupa directamente de la relación entre la estructura de un idioma y el contexto en el que se utiliza el lenguaje. Es un fenómeno por el cual determinadas características del contexto de emisión se codifican por medios léxicos o gramaticales”. Esto es, que la deixis nos ayuda a comprender los contextos específicos de situaciones específicas, pues la naturaleza de las frases deícticas es que son subjetivas para que puedan ser empleadas en distintos actos comunicativos variables y no se limitan a puntos de referencia únicos.

Comprender una frase no consiste simplemente en recuperar significados, sino

también en identificar referentes. No basta con entender las palabras; hay que saber a qué objetos, hechos o situaciones se refieren. La asignación de referencia constituye, pues, un paso previo e imprescindible para la adecuada comprensión de las frases, y sólo la situación puede proporcionar los datos necesarios para que el destinatario comprenda perfectamente la realidad a la que se está refiriendo su interlocutor. Todos los datos que faltan dependen de la situación comunicativa. (Escandell, 1993)

Es esencial que durante el acto comunicativo se tenga presente el contexto en el cual éste se lleva a cabo, el lugar, el momento, los participantes y el tema de conversación son elementos que cumplen con una función específica dentro de la situación comunicativa según Dell Hymes, y es en este punto dónde el problema tiene su máximo apogeo, la *asimilación del contexto* dentro de los actos comunicativos de los usuarios de las redes sociales. Las personas dan por hecho que son comprendidas por toda la comunidad virtual al momento de postear algún mensaje o ideograma, pues pasan por alto que para poder hacer comunicación es necesario que exista tanto un emisor (quien emita el mensaje principal) como un receptor (un ente que pueda recibir, interpretar y comprender el mensaje); por lo que, en la mayoría de los casos en publicaciones de redes sociales sólo existen emisores y no receptores, pues naturalmente ninguna persona es conocedora de todas las situaciones que acontecen en el mundo, ya que mientras uno no se vea involucrado o pueda interpretar y/o comprender el mensaje emitido de un emisor, entonces uno no puede ser partícipe de este acto.

En otras ocasiones el referente (aspecto concreto al que se refiere el mensaje), el código (el tipo de lenguaje) o el canal (medio por el cual se transmite el mensaje) no ayudan al receptor a comprender el mensaje, haciendo fallar el acto comunicativo, lo cual es más común de lo que parece, debido al hecho de que es probable que no sepamos aún cómo hacer comunicación, un motivo podría ser que el referente no sea lo suficientemente claro; o ya sea porque la forma en la que expresamos el mensaje no es la más óptima, y por consiguiente que no sea comprendida o adecuada; o quizá, porque el recurso que utilizamos para transmitir el mensaje no fue el mejor. Para ilustrar lo anterior es necesario tomar como ejemplo lo siguiente, supongamos que tenemos un contacto en la red social Facebook, y un día encontramos un post como el siguiente: “*Nenis, ya llego su pedido de shein. Ya saben donde es el punto de entrega nos vemos a las 6*”; como

primer punto a analizar es identificar al emisor de este mensaje, a pesar del hecho de que el post no brinda la suficiente información contextual para que un usuario fuera de este círculo social pueda comprender el mensaje, lo que es evidente es el hecho de que el emisor se trata de un o una vendedora de ropa en línea que utiliza la tienda virtual de ropa Shein como proveedora, así que, ya tenemos un poco de contexto acerca del emisor. Ahora bien, el o los receptores de este acto comunicativo, evidentemente, serán todas aquellas personas que sean clientes o que hayan comprado ropa en el periodo correspondiente al sistema del vendedor en aquellos días de la publicación del post (regularmente por determinadas fechas), por lo que es natural el hecho de que alguien que no sea cliente o haya comprado algún producto a esta persona pueda fungir como receptor en este acto particular, en otras palabras, los usuarios ajenos a este círculo social no cuentan con la suficiente información contextual como para interpretar el mensaje de la publicación. Por su parte, tenemos al referente de este mensaje, aquí el tema principal es anunciar que los productos encargados por los clientes ya han llegado y están listos para ser entregados añadiendo un breve recordatorio sobre el lugar de entrega (por lo que se aprecia en el mensaje ya es un lugar conocido por ambos agentes de la conversación, por lo que el fragmento “*ya saben donde es el punto de entrega*” es una frase déictica que señala la ubicación espacial en donde se llevará a efecto la acción), y la hora; posteriormente tenemos el tipo de lenguaje que emplea esta persona al dirigirse a su público, la palabra “*nenis*” que hace referencia a “*nenas o chicas*” se viralizó hace un tiempo como una forma más cariñosa para referirse al público femenino, el cual tenía mayor presencia en estos actos de compra-venta en línea; “*nenis*” ahora es una jerga utilizada mayormente por los vendedores en línea para referirse a sus clientes sean hombres o mujeres; y para concluir con el análisis de los elementos del acto comunicativo de este post tenemos el canal por el cual la información ha sido difundida, en esta ocasión Facebook fue la herramienta tecnológica donde tuvo lugar el acto.

Cada uno de los elementos que conforman el acto comunicativo juega un rol importante dentro del mismo, pues si alguno de dichos elementos no funge de manera óptima con su papel, tal proceso de comunicación no cumplirá con su propósito. Ahora nos centraremos en el código de este mensaje, es decir, el tipo de lenguaje empleado, pues hay mucho que analizar morfológicamente; como se ha venido exponiendo, la escritura juega un papel muy esencial dentro de la redacción de textos, y dicha manera de escribir puede afectar la interpretación del

mensaje en ojos de los receptores. A continuación, se mostrará una tabla en donde se expondrán los fallos en la escritura de las palabras del post, asimismo se explicará un poco de la deixis o la carga semántica-pragmática implícita dentro de cada una de ellas:

Tabla 1 *Análisis de frase*

<i>Fragmento (palabra)</i>	<i>Corrección morfológica</i>	<i>Carga semántica-pragmática o deixis</i>
“nenis”	Nenas o chicas	Apelativo utilizado para las clientas.
“llego”	Llegó. (Presencia de un vulgarismo ya sea por falta de ortografía; errata; o desplazamiento de acentos debido a la mala conjugación del verbo “llegar” en pasado simple en la tercera persona)	Los productos de los clientes han llegado a su destino y están listos para ser entregados.
“pedido”	(No aplica)	Sustitución para la palabra “compra”.
“shein”	Shein. (Debido a que es el nombre de una tienda oficial debe escribirse con mayúscula al tratarse de un nombre propio)	Tienda virtual de ropa y accesorios para toda la familia conocida por su ropa de tipo <i>fast-fashion</i> . Las compras en línea se volvieron un canal de seguridad cuando la pandemia por Covid-19 obligó a los vendedores a emplear protocolos de higiene y salubridad en sus ventas, por lo que las personas se sentían más seguras y cómodas comprando por internet, además de ser un medio practico si deseaban evitar perder tiempo en ir a las sucursales físicas de otras tiendas.
“saven”	Saben. (Presencia de un vulgarismo: sustitución de una letra dentro de la palabra para conjugar el verbo “saber” en presente indicativo en su segunda persona plural)	Pauta para hacer hincapié en el hecho de que los receptores poseen el conocimiento acerca del lugar en cuestión debido a que en anteriores ocasiones siempre ha sido el mismo lugar en donde se llevó a cabo el evento de entrega.
“donde”	Dónde. (Confusión con el adverbio relativo de lugar “donde”)	En este caso, la palabra correcta es “dónde” puesto que puede responder a una pregunta que demanda la ubicación espacial; ubicación que ya es conocida por los receptores con anterioridad. Se trata de una

		palabra deíctica, pues su contexto y referente cambiará en toda situación.
“punto de entrega”	(No aplica)	Jerga utilizada para expresar la ubicación espacial dónde se llevará a cabo el acto de entrega de productos.
“nos vemos a las 6”	(No aplica)	Aquí se convoca a los involucrados para citarlos en la hora y lugar previamente definidos. La hora por su parte, dependerá del momento en el que se publicó el post, si se publicó antes de las 6 am, seguramente sea a esa hora; por otro lado, el sentido común dice que sería a las 6 pm ya que las 6 am es un horario poco favorable para llevar a cabo este acto, regularmente el día de muchos comienza a esa hora, por lo que no tendrán la disponibilidad para cumplir con la convocatoria.

Nota: Se lleva a cabo un análisis a nivel morfosintáctico y semántico-pragmático de una frase expuesta en párrafos anteriores.

Así que, tal y como se ha observado en el análisis de la frase anterior, es necesario ser conocedor al menos del contexto o la información básica de los acontecimientos que suceden a nuestro alrededor, pues para poder interpretar el contexto de la frase anterior, fue necesario que unos servidores se vieran involucrados en el contexto de las compra-ventas en línea que se volvieron populares en pandemia principalmente, así como también, gracias al carácter viral de la información en internet, llegó hasta nosotros información referente a la nueva jerga dentro de este grupo social; de lo contrario, hubiera sido aún más complicado hacer el análisis anterior, puesto que se comprueba con este hecho que los textos en redes están saturados de frases y elementos deícticos cuyo referente es altamente limitado y casi exclusivo de círculos sociales específicos. Tal y como en su momento usted se cuestionó acerca de esta nueva palabra “nenis”, asimismo, nosotros nos lo preguntamos aún a pesar del hecho de “pertenecer” a ese contexto de compra y venta de ropa en línea.

La exageración y exceso del uso de frases deícticas en las conversaciones en los sistemas de comunicación digitales, complica mucho más la interpretación de los mensajes teniendo

como consecuencia que no se ejecute satisfactoriamente el acto comunicativo. La tecnología avanza y ofrece muchos recursos que enriquecen nuestras conversaciones: *emoticones*, *stickers*, *emojis*, *memes*, *GIFs*, y así sucesivamente, todos y cada uno de estos recursos facilitan por supuesto la transmisión de propiedades semánticas, pragmáticas, y ahora fático-emotivas de nuestro lenguaje oral, ahora para que nuestros textos no se perciban tan monótonos tenemos la facilidad de transmitir un poco de estas propiedades a través de estos recursos digitales. Por ejemplo, si un mensaje como el siguiente es recibido: ¿A qué hora llegas?, la manera en la cual se puede interpretar esto variará dependiendo de la perspectiva del receptor y de los contextos experimentados entre ambos agentes previamente; supongamos que es una pareja de novios que acaban de pelear, se encuentran enojados y no se han dirigido la palabra en horas, entonces uno manda ese mensaje, la forma en la que se puede interpretar el mensaje dependerá del tono en el que se pronuncie la frase, sin embargo, esto es texto escrito y carece de tono o forma sonora, por lo que el mensaje se puede interpretar como con sentido de reclamo, regaño o enojo si se toma como referente la disputa previa; pero si en lugar de eso el emisor olvidó la disputa y mandó el mensaje sin esa intención, aun así al observar que el texto no está enriquecido con algún recurso que añada alguna propiedad de tono o modo, aunque el mensaje no tenga intención de disputa, el otro agente lo interpretará como tal al momento de tener como referente la disputa anterior; y si en otra circunstancia ¿el emisor añade un “*emoji*” con un referente de cariño o amor? El receptor lo interpretará como una tregua y desechará el referente de disputa, pues en la redacción del mensaje se encuentra implícita la propiedad fático-emotiva, aunque lingüísticamente ese “*emoji*” no signifique nada, posee una carga semántica lo suficientemente alta como para dar un sentido diferente al código del mensaje.

Desafortunadamente sucede lo mismo con estos nuevos recursos que con el sobreuso de las frases y elementos deícticos, en ocasiones la falta de ese referente o contexto relacionado se encuentra ausente o muy limitado para ser interpretado por agentes ajenos al acto comunicativo.

En la mayoría de los casos, los usuarios usan en exceso estos recursos dejando a un lado el acto de escribir como tal, pues cada uno de estos recursos como *memes*, *emojis*, *emoticonos* y *GIFs* posee una carga semántica-pragmática que incluso puede llegar a representar una idea compleja sin necesidad de que el mensaje contenga unidades lingüísticas (palabras) escritas;

teniendo entonces conversaciones cuyo contenido se limite sólo al uso de estos ideogramas en mayor presencia durante el acto comunicativo, en ocasiones hasta reemplazar por completo a las unidades fraseológicas comunes así como los saludos, respuestas sistemáticas, emociones o sentimientos. Tales recursos son herramientas muy útiles para economizar los textos y el tiempo de respuesta en las conversaciones, no obstante, los usuarios se han habituado al uso de estos formando costumbres dentro de su redacción a través de estas plataformas digitales.

2.2.10 La Economía del Lenguaje aplicada a los textos escritos en los actos comunicativos en redes

En la historia, las primeras deformaciones en la escritura registradas en medios electrónicos surgieron a partir del año 1992, cuando se mandó el primer mensaje de texto vía teléfono celular. Tales cambios en un principio surgieron tras la necesidad de crear abreviaturas con el fin de ahorrarse caracteres a fin de no exceder su capacidad máxima y evitar el cobro de dos mensajes de texto. Las primeras que se registraron fueron K (¿qué?), PQ (¿por qué?) y ¿? (qué pasa)”. (Sosa Arévalo, 2020, p.14)

Ya se ha estado estudiando la variedad de fenómenos lingüísticos empleados como economizadores del lenguaje escrito en actos comunicativos dentro de la red internet; primero, presentamos algunos vicios del lenguaje que transmutan de la forma oral hacia la escrita, vicios como los metaplasmos por ejemplo, cuyo comportamiento es modificar la morfología de las palabras a partir de alteraciones en su pronunciación; aunque por otro lado, existen modificaciones que si son permitidas, estas son, las abreviaciones. Como segundo punto, tenemos la presencia de vulgarismos, los cuales se encuentran muy arraigados en el habla, generando nuevas formas de expresar ideas y de emplear palabras haciendo mal empleo de la escritura y uso de las palabras; y tercero, existen alta presencia de elementos deícticos para referenciar situaciones contextuales particulares, sumado al hecho de que se añade el sobreuso de ideogramas como referentes contextuales, que, en ocasiones son acompañados del fenómeno lingüístico conocido como elipsis para acortar frases. Todos y cada uno de los elementos mencionados son empleados de maneras tan creativas que hacen de este ciberlenguaje un sistema tan complejo, pero a la vez tan libre para expresar de formas infinitas la información

deseada.

Llámesse deformidad, alteración o distorsión de la lengua, la escritura en redes no está regulada por normas de escritura estrictas que penalicen las faltas de ortografía en la escritura de las palabras, ya conocemos que uno de los motivos puede ser debido al funcionamiento y capacidad de los procesadores de texto de las plataformas, ya que muchas de estas están programadas con un límite máximo de caracteres permitidos para redactar textos escritos, es aquí donde el usuario toma ventaja de los recursos tanto digitales como lingüísticos para hacer posible la comunicación y evitar que sus textos se vean afectados en su contenido por aquellas limitaciones; Sosa Arévalo (2020) nos da el dato de que la plataforma Twitter posee un límite máximo de 140 caracteres permitidos para publicar o “*twittear*” algo, por lo que el usuario debe reflexionar muy minuciosamente para crear un texto que pueda transmitir lo deseado, y que sea lo más comprensible y conciso posible. He aquí que el uso de abreviaciones se vuelve un recurso sumamente esencial dentro de, al menos, esta plataforma:

Un factor importante que contribuye al uso de abreviaturas o alteraciones en Twitter es la limitada cantidad de caracteres permitidos para una publicación, pues el usuario debe intentar expresar todo lo que pretende decir en un máximo de 140 caracteres. Ante esta situación, ¿se crea la necesidad de encontrar la forma de resumir una idea por lo que se puede caer de nueva cuenta en abreviaturas como las ya mencionadas q?, pq?, tm (p. 15).

De igual forma se procede con el uso de los ideogramas para añadir las propiedades fático-emotivas dentro de los textos escritos, y muchas plataformas permiten emplear estos recursos aún dentro de las estructuras sintácticas, tomándolas este nuevo subgénero de estructuras mixtas como parte de la jerga de internet:

“Los acrónimos, símbolos del teclado, y abreviaturas, también son de uso frecuente y más o menos normalizado, y, por tanto, integran lo que puede llamarse jerga de Internet”. (Amores M.; Arco L.; Barrera A.; 2016, p. 48) •

Previamente expuesta, la oralidad escrita es en términos sencillos la expresión gráfica

del lenguaje oral dentro del lenguaje escrito; “se escribe a como se habla”, fenómeno muy común en la población virtual y en sus producciones escritas. Tal recurso lingüístico es mayormente utilizado con el propósito de añadir ese factor emotivo y emocional a los textos para cargarlos de propiedades que están ausentes en lo escrito, pero que en la forma oral de la lengua representan una parte significativa dentro de los eventos del habla: “Todo parece indicar que existe la intención manifiesta de trasladar las características de la oralidad a la escritura, de acentuar el carácter fático-emotivo propio de este tipo de comunicaciones y, en todo caso, de hacer gala de las transgresiones propias de la jerga juvenil. (Betancourt Arango, 2010, p.16)”.

2.3 EL TEXTO

De acuerdo con la RAE, define al texto como un enunciado o conjunto coherente de enunciados orales escritos. Con esto podemos apreciar al texto como un acto de comunicación, en el cual se puede ver expresada la intención de exponer una información, de tal forma se pueden apreciar un conjunto de frases y palabras siguiendo un orden coherente que permite se transmitan las ideas plasmadas de un autor.

Conforme a la información encontrada, el texto se puede transmitir de dos formas, la primera manera en la que se lleva a cabo su transmisión, es a través del canal de comunicación oral; ya que se transmite al momento en el que el autor lee en voz alta, y con su voz va manejando ciertos timbres de voz, que permitirán que el receptor al que se está dirigiendo la lectura entienda el contexto en el que se encuentra esta. Un claro ejemplo de esto es, al estar leyendo un fragmento de una historia de misterio, el tono de voz que se debe de manejar es neutro, sin expresar un ápice de alegría que pueda confundir al receptor. Ya que el timbre de voz permite que se transmitan las sensaciones y emociones que el autor original dio como propósito a la lectura.

Un complemento más por añadir es el uso de códigos extralingüísticos como lo es el uso de ademanes que transmitan ciertas acciones que se están cometiendo o interpretando del texto. Incluso los gestos permiten que se transmitan ciertas sensaciones como lo podría ser la impresión sobre un acto, la referencia de sentir dolor, entre muchas más.

En cambio, si se describe un texto escrito su medio de comunicación puede ser a través de múltiples canales, como lo puede ser a través del papel, mediante la tecnología actual, como aplicaciones (Word, PowerPoint, PDF), mensajes de texto. Su codificación es por signos gráficos, como las palabras, signos de puntuación, entre otros. Este mantiene una transmisión indirecta y de manera inmediata. Ya que el autor del texto no se dirige a alguien en específico.

Para De Beaugrande y Dressler (1981), “un texto es un acontecimiento comunicativo

que cumple siete normas de textualidad”: coherencia, cohesión, intencionalidad, aceptabilidad, informatividad, situacionalidad e intertextualidad. En complemento con lo anterior, la importancia del léxico que se debe manejar en los textos escritos es de suma importancia, de manera que una palabra mal escrita puede restar importancia y credibilidad a lo que se busca transmitir, incluso, tal como sería la mal acentuación de una palabra.

Entre otras cosas que pueden ser añadidas son las características que nos describen a un texto. Asimismo, podemos encontrar textos con diferentes extensiones, con esto queremos indicar que un texto puede constar de un solo párrafo o más de uno. Y la función principal que este debe de comunicar es el mensaje que el autor proyecta en su escrito, a su vez también debe de ser coherente en su redacción.

Cuando se toma el término de coherencia en un texto, nos hay una referencia a que las ideas que se implementan en el texto deben llevar una relación lógica, logrando una armonía en lo que se escribe. No obstante, en cuanto al uso del léxico podemos apreciar que no siempre encontraremos muchos textos que utilicen un vocabulario culto, de jerga formal o técnica. Después de todo lenguaje español es muy extenso, y debido a ello apreciaremos distintos usos como lo es el lenguaje coloquial de acuerdo a la región de la que provenga el texto, o incluso vocabulario un poco más vulgar.

2.3.1 Uso del texto en internet

Hoy por hoy, se aprecian miles de textos expuestos en muchos lugares como lo son las redes sociales, libros, incluso escritos realizados por estudiantes y trabajadores. Pero realmente no se sabe la importancia que representa un pequeño texto escrito. Si se toma como base lo que la UNAM nos proporciona, muestra que un texto destaca la importancia de una buena redacción al momento de transmitir un mensaje escrito, para lograr una adecuada comunicación. Además, explica los criterios básicos (sintáctico, semántico y pragmático) del proceso de comunicación y cómo se deben aplicar.

Desde el punto de vista discursivo, hablar o escribir no es otra cosa que construir piezas textuales orientadas a unos fines o planes, que se dan en interdependencia con el contexto (Penas Ibáñez, M.a Azucena, 2018, p. 32). El uso del texto es significativo puesto que es una fuente que proporciona datos por así decirlo naturales. Se categorizan los tipos de textos a encontrar en el día a día. El primero a mencionar es el de categoría narrativa. En el cual podemos señalar que se encuentra en los cuentos, los poemas, relatos, leyendas, novelas, entre otras más. Dentro de la narración se puede encontrar una historia ficticia, como también puede ser real. En este texto se relata una situación ocurrida, otro rasgo es que puede ser solamente de un personaje en específico o de más de uno. Su cometido tiene un objetivo y puede ser informativo, de enseñanza o de mero entretenimiento.

En comparación a lo anterior mencionado, el texto de procedimientos como tal no puede seguir una historia lineal, no necesita de personajes. Ciertamente este tipo de texto, como lo señala su nombre indica los procedimientos a seguir, tal como puede ser dentro de una receta, para realizar una actividad. Así mismo su objetivo es enumerar de manera ordenada el cómo realizar cierta acción, de tal forma que va indicando lo que se debe ir realizando detalladamente, desde el inicio hasta la conclusión de la actividad.

Este tipo de texto de exposición permite abordar un tema de manera objetiva, por lo tanto, no puede contener nada fantasioso. La finalidad que este tiene es el dar a conocer datos o informar sobre hechos ocurridos. Debido a que es un texto con finalidad de transmitir información, sus datos deben ser claros, objetivos y directos. Por lo tanto, su contenido puede ser extenso y amplio en temas a tratar.

Mientras tanto en el texto descriptivo suele ser comparado con el narrativo, debido a que permite que la información proporcionada para el lector sea la suficiente para que este pueda formular sus propias ideas mentales. Ya que la descripción que el texto contiene trata de detallar todo minuciosamente. Así como sus temas a tratar pueden ser sobre fenómenos ocurridos, algo ocurrido a una persona, una situación en concreto, entre otras más. Cabe mencionar que hay muchos más tipos de textos a encontrar, puesto que la narración de un texto como lo vimos anteriormente puede ser muy variada, tanto en su contenido, como lo es la forma de su

redacción.

Posteriormente también mencionamos que la redacción de un texto no es exclusivamente en papel, ya que gracias a que el mundo se ha actualizado tenemos muchas más posibilidades de presentar un texto. Como se mencionó, este se puede llevar a cabo mediante aplicaciones que facilitan su redacción. E incluso facilitan su difusión. Puesto que cuando empezó el boom de la tecnología, la primera forma de compartir el texto fue a través de blogs, que permitían que la gente opinara y redactara sobre temas de distintas categorías. Gracias a un blog se pueden sacar a la luz muchos tipos de texto —escritos, sonoros, gráficos, o una mezcla de todos—, y hacerlos llegar a millones de personas (siempre y cuando estas tengan algún interés en leerlo, por supuesto). Estos textos no tienen “orden preestablecido, sólo ofrecen de entrada una primera y posible versión” (Barrera L.; 2009, p. 221; Barrera, 2015, p. 35). Si un texto nos permite llegar a su cometido por el cual ha sido creado, ya sea el exponer una noticia, mostrar una historia, exponer una opinión, y se entiende correctamente, significa que habrá cumplido su cometido final.

2.4 REDES SOCIALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

2.4.1 *Medios de comunicación digital y su desarrollo*

La primera forma de comunicación digital se llevó a cabo en el año 1971, en un laboratorio de Massachussets. Dicha comunicación fue realizada por el programador estadounidense Ray Tomlinson, el cuál fue el responsable de enviar el primer email de la historia. Dicho programador trabajaba para Bolt Beranek and Newman (BBN), empresa que en el año 1969 desarrolló el sistema ARPANET, como anteriormente hemos mencionado fue un medio de comunicación entre las organizaciones militares.

Debido a que con el paso del tiempo el correo electrónico se volvió una herramienta principal de comunicación, de acuerdo con una estadística en el 2021, fueron enviados y recibidos un estimado de 300.000 millones de correos electrónicos diarios en todo el mundo, con una cifra que indica podría crecer hasta en un 17% en el 2025.

Conforme el tiempo transcurría surgieron nuevas formas de comunicación digitales que facilitaban la comunicación entre los internautas. Actualmente podemos encontrar distintos medios de comunicación que permiten realizar diversas actividades a través de la red virtual, algunos de esos medios permiten realizar cosas de la vida cotidiana, e incluso gestionar actividades con cierto de nivel de complejidad.

Haciendo mención a lo anterior se encuentra mucha información que permite facilitar acciones de la vida cotidiana, un gran ejemplo sería el acudir a cualquier blog de cocina que proporcione los pasos a realizar de manera detallada, e incluso contenga fotos que describan los pasos a realizar. Así como acudir también a YouTube a ver un vídeo de cocina, clara mente explicado por una persona. Y de la forma más compleja podemos ejemplificar la búsqueda de un empleo y tener en cuenta que en estos tiempos no solo se puede ver la oferta de empleo, sino sí sigue vigente la vacante, así como también se puede realizar la postulación vía internet y obtener respuesta del empleador a través de esta misma vía. Y esto muestra una gran diferencia

a la comunicación de hace unos años, que la persona tenía que acudir a los establecimientos a solicitar el empleo, e incluso la búsqueda se daba a través de anuncios publicitarios en los periódicos.

Debido a que poco a poco la sociedad cada vez se sumerge más en el uso del internet como forma de comunicación, no es posible demeritar que aún existen medios digitales utilizados en la sociedad actual y que no necesariamente se tiene que utilizar el internet para recurrir a estos.

Y uno de los principales medios de comunicación sería la radio, ya que de acuerdo con la encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales realizada en el 2018 por el instituto de federal de telecomunicaciones (IFT), una tercera parte (39%) de personas escuchan la radio en México. Esto nos indica que el uso de la radio sigue vigente en nuestro país, pero no tanto como lo es el su consumo a través del internet. Aunque en dicha misma encuesta se menciona que la población catalogada como *millennial* se encuentra poco atraída al uso de la radio. Ya que la forma en la pueden llegar a sintonizar la radio es mediante trayectos al trabajo u escuela, así como lo es la escucha a través de cualquier medio de transporte público.

Y como segundo medio de comunicación del que será mencionado será la Televisión, como tal es un medio que aún sigue vigente con más importancia en comparación con el anterior mencionado. Y con esto nos referimos a que fue un medio de comunicación que se fue revolucionando con el paso del tiempo, ya que de acuerdo a la época en la que se encontrara se iba adaptando. Un gran ejemplo sería la adaptación de su imagen a color en el siglo XX gracias al mexicano Guillermo Gonzáles Camarena, así permitiéndole a todo aquel que poseyera una televisión pudiera apreciar y distinguir los diferentes colores y no una escala de grises. Igualmente, otra gran adaptación sería la televisión por cable (CATV), asimismo México al ser uno de los países colindantes a Estados Unidos fue uno de los principales en obtener la señal. De la misma forma que las anteriores la televisión fue adaptada a su tiempo, y hoy por hoy vemos como se revolucionó a lo que hoy se considera el *streaming* que de acuerdo al concepto encontrado se refiere a cualquier tipo de contenido relacionado con los medios digitales, ya sea contenido en vivo o grabado, dicho contenido puede ser captado únicamente en dispositivos que

permiten el acceso al internet. Actualmente el contenido ha variado y lo que se puede encontrar de contenido en el *streaming* sería los podcasts, contenido musical, series de distintos géneros, así como también webcast, películas, entre muchas más.

En México la televisión es un medio que aún sigue vigente y que, de acuerdo con una encuesta realizada por la Encuesta Nacional sobre disponibilidad y Uso de Tecnologías de la información en hogares, alrededor de 32. 2 millones de hogares mexicanos cuentan con al menos un televisor. Esto nos permite apreciar el 92.9% del total del país de acuerdo con esta misma encuesta.

2.4.2 Redes sociales

De acuerdo con la RAE se define a una red social como una plataforma que ofrece a los usuarios del internet una comunicación a través de esta vía, para que estos generen un perfil con datos personales, facilitando la creación de comunidades con base en criterios comunes y permitiendo la comunicación de sus usuarios, de modo que puedan interactuar mediante mensajes, compartir información, imágenes o videos, permitiendo que estas publicaciones sean accesibles de forma inmediata por todos los usuarios de su grupo. Así también Zamora nos define las Redes sociales: como “formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. “Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos”. (Zamora como se citó en Leiva, 2009, p.8)

Y partiendo de esta definición, podemos apreciar la característica principal que posee una red social, que es el almacenar datos de usuarios del internet que tengan un interés en común y generar una comunidad de usuarios con el mismo interés. Y como principal red social que puso en práctica lo anterior mencionado y sería la primer aplicación pionera, y la base de muchas aplicaciones en un futuro es *sixdegrees*.

Dicha aplicación creada por Tim Berners-Lee, permitía la comunicación entre usuarios

del internet, la cual actuaba a través de localización en listas creadas de amigos, de acuerdo a la teoría de los seis grados que hacía posible la comunicación con cualquier otra persona en el mundo en solo 6 pasos. Su función principal fue el tener una lista o especie de directorio electrónico que fuera formada con conocidos de otros conocidos. Teniendo en cuenta que dicha aplicación en su tiempo fue sensacional. Como tal ahora se podría decir que no es nada funcional y recalando que su cierre rotundo fue en el 2001. Pero viéndolo desde otra perspectiva fue el factor detonante para aplicaciones que en un futuro serían de uso cotidiano como lo es Facebook y lo cual se puede relacionar como lo más parecido a encontrar y a comparar con *sixdegrees*.

Debido a que las bases de una red social ya estaban establecidas, nuevas redes sociales fueron surgiendo y que marcarían a cada generación de acuerdo a su forma de comunicación. Y una red social que marcó a una generación (*millennial*) fue *MySpace*. Dicha aplicación creada por Tom Anderson y Chris DeWolfe en 2003, y adquirida en julio del 2005 por News Corporation, y al día se unían un estimado de 230,000 usuarios. Como toda red social, por su puesto su popularidad empezó en Estados Unidos donde fue el sitio web más visitado, de acuerdo a encuestas aplicadas a los internautas de ese momento ganando por encima de Yahoo!, Messenger, Google y YouTube.

Aunque es una aplicación muy similar a *sixdegrees*, puesto que su objetivo principal era el conectar con amigos de amigos, la diferencia es que no se trataba de un directorio telefónico, sí no que buscaba que sus usuarios pudieran interactuar compartiendo fotos, música favorita, e incluso compartieran comentarios. A pesar de su gran auge que tuvo en su momento, ahora es una red social poco conocida y que no tiene tal relevancia como lo es Facebook, Twitter o Instagram.

Y es así como Facebook ha cambiado su nombre a Facebook Meta. Aplicación creada por Mark Zuckerberg, Chris Hughes, Dustin Moskovitz y el brasilero Eduardo Saverin, en el año 2003 y llamada Facemash. Y en 2005, llamada oficialmente Facebook, así dando paso a nuevos usuarios en 2006 y compitiendo con las plataformas del momento LinkedIn, Flickr, entre otras más.

Esta plataforma permite la comunicación entre usuarios, de tal manera que estos se puedan enviar mensajes de manera privada, así como también publicar en los “muros” o perfiles de los internautas. No solo eso, si no que permite compartir vídeos imágenes, algo muy similar a MySpace. Pero dicha aplicación permite el añadir a cualquier persona del mundo, así como el rechazar la solicitud enviada por otro usuario. Incluso destacando y sirviendo como una plataforma que permitiría a sus usuarios vender productos así siendo una de las aplicaciones con más competencia. Incluso añadiendo que cada usuario puede transmitir en vivos de su día a día, y en algunos casos monetizando dichos vídeos u en vivos.

Y es en esta parte que surge la interacción entre los usuarios de dicha aplicación mediante de reacciones como lo sería un *like*, y que ahora las reacciones se basan en los *emojis* característicos que representan alegría, tristeza, enojo y conservando el *like* o me gusta que tenía como reacción principal dicha aplicación.

Y es así como cada día van surgiendo más aplicaciones que van formando parte de nuestra rutina y se vuelven indispensables como la anterior mencionada. Ya que se extendería más de lo deseado, dejamos fuera la mención de varias aplicaciones “indispensables” o que simplemente tienen relevancia en estos momentos entre los usuarios del internet.

2.4.3 Consumo de las redes sociales

Ahora bien, ya se ha destacado la importancia que tienen las redes sociales, y sobre todo a que es una red social, y el mostrar ejemplos de las redes sociales que fueron destacadas en su momento, la utilidad y vigencia que tienen o tuvieron en su momento. Pero un punto clave de dichas aplicaciones es el número de usuarios que las consume. Ya que como se mencionó anteriormente, están las generaciones como lo son los *millennials*, *generación Z*, o los famosos *baby boomers*, y que, por supuesto su consumo en contenido jamás será igual, de acuerdo a la diferencia de intereses que las distintas generaciones tienen.

De acuerdo a una estadística de redes sociales en México 2021 publicada por Global Overview Report indica que cada año la cantidad de usuarios aumenta. Desde una vista de la

situación creada por la pandemia nuevas tendencias y hábitos surgieron en el consumo de los medios digitales. Ya que en enero del 2021 una población total de 115.4 millones cuenta con conexión a internet en celulares. Ya que en el país en ese momento contaba con 129 millones de habitantes, esto nos indica que por lo menos el 89% por ciento de la población cuenta con un dispositivo móvil.

Debido a que en estos tiempos es imposible estar incomunicado, y el hecho que las redes sociales se han vuelto nuestra nueva forma de comunicación, hay que destacar que en contexto México cuales son las aplicaciones más solicitadas. Y es consecuente a esto un mexicano tiene por promedio un registro de como un mínimo de 10 aplicaciones o redes sociales registradas en su teléfono. Destacando aplicaciones de comunicación, *streaming*, o media musical.

De acuerdo con datos proporcionados por Digital Report 2021, un internauta mexicano se conecta al mundo virtual un aproximado de 3 horas y media a una plataforma de red social. Es así que proporcionan datos de conexión a WhatsApp un total de 94.3% de la población, Facebook con un porcentaje de 93.4%, Instagram 79.1%.

Entrando un rango de consumo en usuarios de entre 18 y 29 años. Añadiendo que las personas mayores de 55 años que ocupan el 49% de la población, recurren a redes sociales con menos frecuencia como motor de búsqueda de noticias. En cambio, personas más jóvenes tienden a consumir más contenido relacionado con noticias, pero de mera forma incidental ya que no es la razón principal de su conexión a dichas aplicaciones.

Las estadísticas mencionadas con anterioridad muestran que nuestra sociedad se encuentra sumergida en redes sociales, aplicaciones de *streaming*, y dependen casi al 100% para mantenerse comunicados tanto los unos con los otros, como lo es la comunicación que sucede en otros países, y como lo es la distracción en momentos comunes que suceden en nuestro día a día. Así concluyendo el punto 2 que nos engloba todo referente a redes sociales y la importancia que estas están teniendo conforme el tiempo transcurre Las redes sociales han supuesto un cambio sin precedentes. Imponen rapidez en la respuesta y, además, que la actitud de la organización sea conversacional (Mariñas, 2016). Los nuevos canales de comunicación aportan

inmediatez y permiten llegar a muchos públicos a los que antes era mucho más lento o difícil llegar. Pero ahora esos públicos son más participativos y la organización tiene que ser capaz de conversar con ellos. (Berceruelo, 2016; Galera, C. G., Muñoz, C. F., & del Olmo Barbero, J., 2018, p. 157I)

México.

2.5 CIBERLENGUAJE Y CIBERPRAGMÁTICA

Se define como *ciberlenguaje* al “lenguaje de internet, el cual se entiende como el código que comparten los usuarios de las redes sociales, especialmente los jóvenes, con el fin de identificarse como parte de un grupo”, citando a Arias Chávez, D., Ramos Quispe, T., Núñez Lira, L. A., & Inga Arias, M. G. (2018); y añadiendo la contribución de Sosa Arévalo en 2020 (p.16) al referirse a la característica que posee este tipo de lenguaje entre los jóvenes formando así códigos inentendibles para los que utilizamos la grafía convencional, pero que ellos los han adoptado como un entretenido lenguaje para comunicarse entre sí, lo cual es un elemento básico de la teoría de la comunicación, tanto el emisor y el receptor deben conocer los mismos códigos para que exista la retroalimentación, por ende la comunicación.

Un código en el ámbito de la comunicación es todo aquel lenguaje o encriptación de elementos por los cuales se transmite un mensaje desde un emisor hacia un receptor; ahora bien, dentro del marco lingüístico, el ciberlenguaje funciona como código lingüístico al estar basado en los idiomas o lenguas oficiales de los usuarios alrededor del mundo, puesto que está compuesto de sistemas y unidades de lenguaje pertenecientes, en este caso, a la lengua española en México. Sin embargo, cabe destacar que, debido a la naturaleza de la composición de los códigos lingüísticos, éstos pueden utilizar elementos ajenos a la lengua base para complementar el ejercicio de la comunicación y desarrollo de mensajes, es así como el ciberlenguaje o lengua del internet se considera como un tipo de lenguaje autónomo y propio del mundo digital independientemente de las lenguas bases oficiales.

Es por ello que, el lenguaje dentro del internet no puede compartir las mismas propiedades semánticas-pragmáticas de las lenguas naturales empleadas en el mundo exterior, ya que los propios contextos y situaciones se crean dentro de la misma comunidad virtual a pesar de tener origen en el mundo físico, es decir, que aunque un acontecimiento surja en el mundo real y sea capturado para ser cargado al internet, la polémica o reacción que inicie a partir de eso será absoluta de la comunidad virtual y del poder de la viralidad del mismo acontecimiento.

2.5.1 Códigos entre jóvenes (jergas)

El código juvenil, jerga, o simplemente el modo en el cual las generaciones jóvenes de hoy día se comunican entre ellos es un tipo de sistema que no muy fácilmente se puede comprender si no se pertenece al rango de edad estimado o grupo social determinado. La forma en la que los jóvenes se expresan, hablan y se comunican a través del internet es una forma de libertad de expresión y forjamiento de la identidad propia, incluso puede tomarse como rebeldía ante la autoridad estricta que representan los adultos “legalistas” en la sociedad contemporánea. Si bien, el ciberlenguaje es un sistema de comunicación lo bastante amplio como para analizar en términos generales, ahora se añade el hecho de que los usuarios jóvenes de las plataformas de internet forjan y crean sus propios sistemas de comunicación basados a partir de múltiples aspectos como sus niveles educativos, culturas, emociones, sentimientos, y adicionalmente la mayor explotación de los recursos que ofrecen estas plataformas digitales para enriquecer sus procesos comunicativos.

Los grupos toman las lenguas como forma de expresión. Cogen palabras, giros, frases... como suyos. Lo hacen también los gremios en busca de funcionalidad, precisión y una forma de distinguirse. Los jóvenes son además grandes creadores de léxico y de cambios de acepción de palabras. Eso se ve en las redes. Muchos *youtubers* son epítomes de esa oralidad juvenil, líderes lingüísticos que afectan a sus seguidores. (Pazó, 2020)

Según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española una jerga es “un tipo de lenguaje especial utilizado originalmente con propósitos crípticos por determinados grupos que a veces se extiende al uso general”. Es aquí donde el término se adecua perfectamente al tipo de lenguaje empleado en los jóvenes para comunicarse por internet, ya que, las palabras, frases, y elementos que utilizan para expresarse connotan propósitos que implícitamente se encuentran muy escondidos o muy difíciles de interpretar si no se pertenece al grupo social, además de que en muy pocas ocasiones, elementos de este sistema emigran hacia un uso general por parte de otros miembros de distintos grupos que les dan una connotación diferente o amplían su contenido pragmático.

Estos códigos por supuesto que llevan un proceso de evolución constante que incluye adición y sustracción de elementos dentro de su léxico o simbología. Se ha mencionado en el apartado anterior que este tipo de lenguaje además de estar basado en la lengua oficial de un pueblo también contiene nuevos elementos que complementan el proceso de comunicación, y como se ha estudiado a lo largo de este trabajo de fin de grado, tales elementos son proporcionados por la misma red de internet y sus plataformas de comunicación digital, las redes sociales, cuyo contenido ofrece más que el acceso a la mensajería instantánea a distancia, sino que ofrece recursos digitales como son los *ideogramas* o *herramientas de apoyo visual con carga pragmática específica*, (como nosotros preferimos conceptualizarlas), que facilitan aún más la creación de textos escritos y otorgan a los escritos esas propiedades fático-emotivas que son carentes de los textos escritos.

Las redes e Internet introducen en la escritura rasgos de la lengua oral, que es espontánea, inmediata e interactiva; pero como hay cosas que no se pueden reflejar (los gestos, el volumen...) se recurre a ciertos signos, como mayúsculas y minúsculas o alteraciones en la puntuación. Las redes han añadido todo eso. Crean una cuña entre la oralidad y la escritura, menos sujeta a la gramática”, reflexiona José Pazó, doctor de Lengua Española y profesor en la Universidad Autónoma de Madrid (UAM).

2.5.2 *Ideogramas*

Vila Ponte en 2018, conceptualiza el término *ideograma* como la:

Simbología que acompaña al texto en las publicaciones y que tienen la función de expresar los estados de ánimo del usuario, las actitudes, sentimientos, etc.; la tercera rama, que lleva el nombre de contenido audiovisual, hace referencia a las publicaciones de fotografías, audios y vídeos. (p. 27)

Por lo tanto, se concibe la idea de que estos elementos visuales son símbolos no lingüísticos que representan ideas y no letras o sílabas en primera instancia. Regularmente estos símbolos contienen mensajes simples que complementan el contenido semántico del texto

presentado.

En un principio, se denominaba como “*escritura ideográfica*” a la escritura cuya práctica se concebía con la formación de palabras a partir del uso de un alfabeto para crear oraciones o ideas; sin embargo, en algunas ocasiones cuando se requería representar un concepto de una manera más simple se optaba por el uso de estos elementos visuales, o ideogramas, que captaban la esencia del acto o concepto a plasmar. El término “ideográfico” fue primeramente utilizado por el egiptólogo francés Jean-François Champollion en 1822 para referirse al sistema jeroglífico egipcio; y desde aquel entonces este término ha sido punto de referencia hacia cualquier sistema de símbolos que represente ideas, por lo que, podemos aplicarlo al sistema de símbolos nuevos que expande las posibilidades de formas de expresión y redacción de textos en las redes sociales actuales.

Así que, teniendo presente el significado de *ideograma*, a continuación, se presentarán las variables de símbolos que existen en la actualidad y que han revolucionado la escritura digital en los últimos años:

2.5.2.1 Meme

Se conoce como *meme* o *fenómeno de internet* a aquella imagen acompañada de un texto jocoso que se torna popular y se expande velozmente por internet. Esa alta capacidad de transmisión es lo que convierte a los memes en virales, como si de un virus informático se tratase, así es como lo plantea Vila Ponte (2018, p. 179-180). “Un meme se caracteriza por el amalgamamiento de códigos verbales, icónicos y audiovisuales que conforman una sola unidad significativa” (Valverde E.; 2015, p. 17).

Si bien, la primera vez que se utiliza este término fue en la obra “*El gen egoísta*” de Richard Dawkins, científico y divulgador británico, en la cual se introduce el término “meme” como un análogo de la palabra “*gene*” en inglés traducida como “gen” en nuestra lengua. La palabra “*meme*” provendría entonces del griego “*mímeme*” que se refiere a las unidades mínimas de transmisión y replicación cultural, en ese caso, refiriéndose a los genes humanos

que replican el código ADN humano a escalas y velocidades impresionantes. Es así que, comparando ambos términos “*gen*” y “*meme*”, en la actualidad podríamos decir que poseen propiedades semejantes de replicación y transmisión de datos o códigos, puesto que los memes indirectamente toman ese rol en el desarrollo de la cultura y comportamiento social independientemente de ser recursos digitales. Ambos términos reciben el nombre de meme debido a la similitud en sus etimologías relacionadas a la memoria y mimesis; además de la similitud fonética que existe en ambas palabras en inglés. De esta manera, mientras que los rasgos genéticos se reproducen por genes, de igual modo, los rasgos culturales se replican por memes (González P., p. 14).

Necesitamos un nombre para el nuevo replicador, un sustantivo que conlleve la idea de una unidad de transmisión cultural, o una unidad de imitación. Mímeme se deriva de una apropiada raíz griega, pero deseo un monosílabo que suene algo parecido a gen. Espero que mis amigos clasicistas me perdonen si abrevio mímeme y lo dejo en meme. Si sirve de algún consuelo, cabe pensar, como otra alternativa, que se relaciona con «memoria» o con la palabra francesa *même*. En inglés debería pronunciarse [mi:m]” (Dawkins R., 1976, p. 218).

Entonces, un “meme” es la información cultural que se transmite de un individuo a otro a través de la enseñanza, de la asimilación o de la imitación. De esta manera, “*un meme se considera óptimo cuanto más fácilmente reproductible o replicable es*”; según Cortés Morató, las características de los memes son: la fecundidad (se reproducen o producen fácilmente); la longevidad (que permanecen durante mucho tiempo en la red); y, por último, la fidelidad en la replicación (que se mantienen similares al formato original en su transmisión), aunque por otro lado, los memes puedan tener la capacidad de ser moldeables respecto a su forma original según Davidson (2012, p. 126).

Otra propiedad que define a los memes es que la autoría, diseño o edición no es de carácter privado obligatoriamente, es decir, que la autoría puede no está sujeta a una sola persona, sino que cualquier otro usuario que desee puede editar o rediseñar el elemento. Por su parte, existe otra propiedad en los memes que involucra a otros campos disciplinares de la

lengua, la intertextualidad; esta es una función elemental en los memes, debido a que es necesario enlazar las ideas de un meme junto con el conocimiento cultural para entenderlo, es decir, para interpretar y comprender un meme es necesario conocer la actualidad de la sociedad, los temas candentes en redes sociales, esto es, semántica y pragmática en los memes; y para que esto sea posible es necesario conocer previamente el contexto de la situación para poder comprenderlo.

Para que un meme sea interpretado de manera acertada y difundido, los miembros de una comunidad cultural que participan en el proceso colaborativo de producción y recepción de estos deben poseer conocimientos y supuestos socioculturales compartidos concretos, lo que contribuye al afianzamiento de la identidad colectiva. (González., 2019)

2.6 HUMOR EN INTERNET Y CULTURA POPULAR

Humor puede traducirse como líquido o humedad, y es que el mismo procede de otro vocablo griego porque en la Antigua Grecia se consideraba que el cuerpo del ser humano estaba formado por cuatro humores o líquidos (sangre, bilis amarilla, bilis negra y agua) que se relacionaban con los cuatro elementos de la naturaleza (aire, fuego, tierra y agua). Como tal podemos definir al humor como un recurso utilizado para la lectura, u cinematografía y ser llamada como un tipo de género al cual se puede recurrir.

Por otro lado, se desarrollan una serie de importantes estudios que tratan de dar una explicación del humor como fenómeno que sucede dentro de la comunicación desde una perspectiva pragmática, centrándose fundamentalmente en las teorías del humor lingüístico o verbal. El humor lingüístico se produce cuando se transgreden las expectativas creadas a través de procesos lingüísticos discursivos; para ello, es preciso compartir los esquemas, marcos y guiones, las normas y convenciones o incluso cierta ideología. (González, 2020, p. 8)

El humor puede ser clasificado de acuerdo a los tipos humorísticos utilizados. Las clasificaciones que podemos encontrar son del tipo humor negro y humor gráfico. En el humor negro se puede destacar todo tipo de contenido “humorístico” que haga burla hacia una situación trágica, dolorosa, o complicada. Así mismo puede ser utilizado de una forma que expresa una crítica social. Y en el cual se pueden utilizar elementos de como el sarcasmo, la ironía, entre otras más.

El humor gráfico, en este tipo de contenido se puede encontrar todo lo relacionado con contenido humorístico expresado en imágenes. Anteriormente se veían en viñetas en los periódicos, tiras cómicas y actualmente vemos en los conocidos memes. El contenido que representa es un chiste gráfico que consiste en una ilustración, acompañada de un breve texto. Podemos encontrar de cualquier tipo de contenido, desde tomado de referencias de personajes de caricaturas, tiras cómicas, películas, entre otras más. Este tópico es más enfocado a nuestro tema de investigación y que se ve más relacionado con nuestro instrumento metodológico

(corpus) utilizado. Un gran ejemplo es que tomamos los memes del internet, redes sociales, entre otros, y se analiza su contenido semántico. El contenido de las imágenes puede variar según su origen, ya que se tomaron fragmentos de películas, series, e incluso contenido viral del internet u programas televisivos. El contenido que de lingüística que contienen puede variar desde una forma mal redactada, así misma sacada del contexto original que la imagen o fragmento suponía transmitir.

El internet al ser prácticamente otro mundo y en el que almacena demasiada información que se puede compartir se puede encontrar información de todo tipo. Pero con base al humor es algo que surge de repente, un gran ejemplo es el surgimiento de los memes que surgen de pequeños fragmentos tomados, ya sea de un vídeo, película, serie, entre otros y su contenido tiende a volverse viral. Ya que si hacemos mención de fragmentos tomados de películas que en el momento que surge pasa desapercibido, pero conforme el transcurre el tiempo un internauta del ciberespacio crea un meme que haga referencia a una situación de la vida cotidiana y se vuelve viral en todo el internet. Y un gran ejemplo fue el fragmento tomado de la película ¿dónde están las rubias? (*White chicks*). El dialogo que se volvió viral ¡Diablos señorita!, pasó a ser un meme icónico de la cultura popular así otorgándole la popularidad a la película y que en su momento no logró alcanzar. Los memes son un instrumento para la interactividad, característica básica de la comunicación digital. En efecto, apelan a la reacción de los usuarios sobre una determinada temática social y esta respuesta existe. (Valverde E., 2015, p. 63)

Y como último punto se define a la cultura popular o cultura del internet. Puede ser definida como un conjunto de prácticas, o formas de interacción social que se llevan a cabo mediante los recursos de tecnología como lo es la herramienta principal el internet. La cultura del internet se relaciona en su totalidad con el internet y sus usuarios, ya que este permite a sus usuarios la exportación de contenido y que estos se puedan “adueñar” por así decirlo de los contenidos y reproducen su propia forma de cultura para su comunicación. Dicho contenido recabado por los usuarios será difundido a través de las distintas redes sociales, como lo sería Twitter, Facebook, WhatsApp, entre otras más. Para finalmente ser utilizado de manera cotidiana en la comunicación digital e incluso en algunos aspectos transmitirlos en un contexto verbal y de acuerdo a la situación presentada como lo sería el estar con amigos o compañeros

de confianza que puedan entender la referencia utilizada.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
México.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1 TIPO DE ESTUDIO

3.1.1 *Enfoque de estudio*

El siguiente capítulo estará dedicado a la justificación de las opciones metodológicas que encaminan la presente investigación hacia un enfoque humanístico, esto es, refiriéndose a un enfoque de carácter cualitativo. Dado que se tiene como objetivo general de investigación “interpretar los significados semántico-pragmáticos que contienen cincuenta de los ideogramas más populares y virales vigentes desde el año 2022 hasta el primer trimestre del año 2023, cuyo rol ha destacado en las conversaciones de las generaciones jóvenes”, se pretende obtener los datos y propiedades de tales elementos (ideogramas) a partir del diseño y empleo de una herramienta de concentración de datos (corpus), la cual permita identificar los elementos lingüísticos requeridos para ejecutar los análisis correspondientes, uno semántico y otro de carácter pragmático, de los valores léxicos de estos recursos, entre otros datos. Se considera que tal instrumento de recolección de datos cumple con los estatutos necesarios que facilitarán a la obtención de los datos requeridos para ejecutar tal estudio.

La investigación cualitativa asume una realidad subjetiva, dinámica y compuesta por multiplicidad de contextos. El enfoque cualitativo de investigación privilegia el análisis profundo y reflexivo de los significados subjetivos e intersubjetivos que forman parte de las realidades estudiadas. (Mata, 2019)

El enfoque cualitativo también es denominado naturalista-humanista o interpretativo, y cuyo interés “se centra en el estudio de los significados de las acciones humanas y de la vida social. (Barrantes, 2014, p. 82)

El investigador está inmerso en el contexto de interacción que desea investigar. Se asume que la interacción entre ambos y la mutua influencia son parte de la investigación. (Dalle, Boniolo, Sautu y Elbert, 2005, p. 40)

3.1.2 Alcance de estudio

Una vez delimitado el enfoque de la investigación, se ha dado paso a la definición del estudio, siendo en esta ocasión, una investigación con enfoque cualitativo de alcance descriptivo. Alcance que es planteado en el título del proyecto “Exceso de la Economía de Lenguaje a través de los ideogramas en la comunicación por redes sociales (Facebook y WhatsApp) y su repercusión en las formas de expresión”, tomando así el concepto de ‘Economía del Lenguaje’ como fenómeno principal a describir dentro de los actos comunicativos de los grupos juveniles, que son influenciados por los ideogramas. Añadiendo a lo anterior, las interpretaciones que pueden yacer a partir de los contenidos semántico-pragmáticos que contienen estos recursos como nuevos signos lingüísticos dentro de la lengua española mexicana.

La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere. (Fidias G. Arias, 2012)

Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente. (Tamayo y Tamayo, 2003)

La investigación de tipo descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos. (Sabino, 1992)

3.2 CONTEXTO

La presente investigación se sitúa, más en específico las redes sociales. Solo se verán involucradas aquellas redes sociales que fueron partidarias a la difusión, y recolección de los ideogramas más populares entre los usuarios del internet.

3.3 POBLACIÓN

3.3.1 *Universo*

De acuerdo con Sanpieri (2014), define el centro de estudio como el conjunto desde el cual se extraerá la información y hacia el que se generalizarán las conclusiones obtenidas (p. 64). El universo en el cual se estará basando la información recaudada serán ideogramas. Un ideograma se define como representaciones gráficas que incluyen términos que denotan la simbología, que acompañan al texto en las publicaciones y que tienen la función de expresar los estados de ánimo del usuario, actitudes, sentimientos, etcétera. (Vila Ponte, 2018, p. 148)

3.3.2 *Población*

La población de este estudio estará conformada por los principales ideogramas más virales del 2022-2023 obtenidos a través de las redes sociales Facebook y WhatsApp. Con la finalidad de identificar como su contenido semántico-pragmático repercute, ya sea de una forma negativa o positiva en la comunicación de manera escrita y modo de expresión en un ámbito social. Así como también se determinará la forma que se interpreta el contenido de los ideogramas y en los distintos grupos sociales dentro y fuera de la comunidad cibernética.

3.3.3 *Muestra y propiedades*

Podemos definir que la muestra es aquella parte proporcional de un grupo, o subgrupo de una población, la cual es escogida de acuerdo a ciertos parámetros que cumplen, y estos son establecidos de acuerdo con el/los investigadores involucrados que los determinan para ser estudiados y realizar conclusiones.

El grupo muestra de la presente investigación contará con un total de 50 ideogramas. En virtud de lo cual se llevará a cabo un análisis a través de un corpus, paralelamente este deberá representar la carga semántica-pragmática que dichos ideogramas utilizan en la producción de sus textos, así como el contenido de unidades léxicas, y para ser más específicos, el carácter emotivo-fáctico y encaje de contexto que transmite. Así como también la tipografía utilizada y el origen de extracción del ideograma.

Debido a que los ideogramas fueron tomados de las redes sociales (WhatsApp y Facebook) como principal fuente, se hará mención y enumeración de las numerosas de las fuentes (páginas y aplicaciones) que facilitaron la obtención de dicho contenido.

Páginas de Facebook:

- | | |
|----------------------------------|---|
| 1. <i>MAEM</i> | 18. <i>Benito el gato chido</i> |
| 2. <i>Dhasia Wezka</i> | 19. <i>Blair Waldorf</i> |
| 3. <i>Eva de Metal</i> | 20. <i>Katrine Mi</i> |
| 4. <i>Cary</i> | 21. <i>Classroom nos asignó</i> |
| 5. <i>Hilarious Ted</i> | 22. <i>OkChicas</i> |
| 6. <i>Alien Roig</i> | 23. <i>DOÑA LUCHA</i> |
| 7. <i>Reese Wilkerson</i> | 24. <i>En Perra</i> |
| 8. <i>Memes Noveleros</i> | 25. <i>Memes De Gomez</i> |
| 9. <i>La colocha</i> | 26. <i>Betty Betty</i> |
| 10. <i>Despido injustificado</i> | 27. <i>Vete a la Miau</i> |
| 11. <i>Jakenis</i> | 28. <i>El maravilloso mundo de la maquila</i> |
| 12. <i>Mamalón</i> | 29. <i>Velma</i> |
| 13. <i>Imperio Shelby</i> | 30. <i>Chuchito GT</i> |
| 14. <i>Arte & Ciencia</i> | 31. <i>Otra página de blackdiosas</i> |
| 15. <i>Indie Post</i> | 32. <i>Nueva mujer</i> |
| 16. <i>Hispanos en UsA</i> | 33. <i>Juanda.</i> |
| 17. <i>Inglés a la Mexicana</i> | |

Aplicaciones para la creación de stickers:

1. Crear stickers
2. Hacer stickers para WhatsApp
3. Sticker Maker
4. Memes & Emojis Stickers
5. Sticker Studio for WhatsApp
6. Fotos Stickers

3.4 INSTRUMENTOS

En esta sección se describirá la instrumentación utilizada para la recolección de los datos cualitativos requeridos para continuar con el proyecto de investigación. Como dato a retener, es importante mencionar que para el diseño del instrumento oficial de esta investigación se tomó como punto de partida desarrollar un pre-instrumento que serviría como validación del instrumento clave debido a que la naturalidad del mismo no permitía llevar a cabo un proceso de validación común como se tiene por costumbre con otros instrumentos. Siendo el instrumento principal de esta investigación un corpus lingüístico; por lo que la instrumentación de esta investigación consta de dos fases, teniendo un pre-instrumento, el cual filtrará la información y ayudará al diseño y rediseño del instrumento oficial una vez se identifiquen las flaquezas de este último.

3.4.1 *Justificación de los instrumentos*

El instrumento clave que dio cabida al proceso de muestreo fue un Corpus Lingüístico, cuyo propósito consistió en concentrar 50 de los ideogramas más virales del periodo 2022-2023 utilizados en actos comunicativos de las redes sociales Facebook y WhatsApp, para proceder a la interpretación de sus cargas semántico-pragmáticas. Pero, para ello, con anterioridad fue necesario diseñar una Rúbrica de Validación de Ideogramas que sirvió como un pre-instrumento, el cual, se desempeñó como filtro para definir a la muestra que compondría el corpus finalmente.

Teniendo entonces los aspectos a considerar para el muestreo de ideogramas, se aplicaría la rúbrica para seleccionar y definir los 50 ideogramas clave para la continuidad del estudio, y poder continuar con su minucioso análisis y procesamiento.

3.4.1.1 *Validación del Corpus Lingüístico de Ideogramas*

Para validar el Corpus Lingüístico de Ideogramas y poder justificar la selección de los objetos de estudio (ideogramas), se presenta la Rúbrica de Selección de Ideogramas utilizada

como filtro para definir a la muestra de este estudio.

Tabla 2 Rúbrica de Selección de Ideogramas

RÚBRICA DE SELECCIÓN DE IDEOGRAMAS					
		Escala de resultados			
Criterios		Óptimo (4 pts)	Bueno (3 pts)	Aceptable (2 pts)	Rechazado (1 pt)
A	Viralidad	+5000 veces compartido	3000-5000 veces compartido	1000-3000 veces compartido	-1000 veces compartido
B	Alcance de reconocimiento contextual	Reconocible	Semi-reconocible	Poco reconocible	Reconocimiento limitado
		(Reconocido dentro y fuera del propio alcance estimado)	(Reconocido por una media de población mayor a su grupo social y alrededores)	(Reconocido por los usuarios de un grupo social específico y de las personas aledañas)	(Únicamente reconocido por los usuarios de un alcance estimado)
C	Fidelidad a la obra	Muy fiel	Fiel	Poco fiel	Fidelidad nula
		(Extrae fielmente el cuadro de imagen y cita textual expresado en la obra)	(Extrae fielmente uno de los elementos expresados en la obra: cuadro de imagen o cita textual)	(Utiliza parcialmente los elementos de la obra: cuadro de imagen y cita textual)	(No respeta el cuadro de imagen ni la cita textual original; sino que su edición va desde lo mínimo hasta lo irreconocible)
D	Versatilidad en la aplicación a distintos contextos en su estado original	Versátil			No versátil
		(Aplicable a todos los contextos posibles)	-	-	(Aplicable sólo en su propio contexto)

		Nulo	Mínimo	Moderado	Extenso
E	<i>Rango de edición y adaptabilidad a otros contextos</i>	(Edición no permitida ya que devaluaría el mensaje esencia)	(Edición mínima, aún conserva un poco de la esencia, pero el mensaje aún no está devaluado)	(La edición se percibe más y el mensaje y esencia son alterados a una escala mayor)	(Se aleja totalmente de su esencia y mensaje original para crear uno nuevo)

Nota: Esta tabla muestra los criterios de evaluación que se tomaron en cuenta para la selección de la muestra final del corpus.

Esta Rúbrica de Validación de Ideogramas mediría y tomaría en cuenta cinco criterios clave para seleccionar el recurso digital viable para la investigación, tales como: *el carácter viral* de cada ideograma representado en el número de veces compartido dentro de la red social, es decir, la cantidad de ocasiones en las que se compartió y/o posteó dicho elemento; *el rango de alcance de reconocimiento contextual del contenido* del ideograma, esto es, qué tan popular o resonante es la referencia o deixis extraída tanto como para la población cercana y aledaña, como para la más alejada contextualmente hablando; el siguiente criterio a tomar en cuenta es *la fidelidad a la obra*, aquí se toma en consideración si se mantiene la cita textual original de la obra así como del cuadro de imagen, dado que los propósitos principales de los memes son referenciar textos o cuadros de obras populares. De la mano se encuentra otro criterio a evaluar por cada ideograma, y es el de *la versatilidad en la aplicación de la referencia a distintos contextos* sin perder el mensaje; y para concluir, tenemos el criterio que evalúa *el rango de edición del cuadro de imagen y la cita textual*, esto es, cómo la edición (dependiendo del autor y el contexto dado) hace que el mensaje o esencia original del elemento digital se altere o llegue a perderse, dando paso a la creación de un nuevo ideograma totalmente diferente de su antecesor.

Ahora, para poder aplicar esta rúbrica mientras se consideraban los ideogramas como prospectos a objetos de estudio, cada criterio ofrece una escala en la cual se evalúan las características de tales recursos digitales; dichas escalas otorgan puntos que se suman una vez

revisados todos los criterios, para así determinar si el ideograma es candidato para el estudio. Teniendo un mínimo de 5 puntos y un máximo de 20.

Tabla 3 Resultados de la Valoración de los Ideogramas

<i>ID DEL IDEOGRAMA</i>	<i>PUNTOS OBTENIDOS EN LA RÚBRICA</i>	<i>ID DEL IDEOGRAMA</i>	<i>PUNTOS OBTENIDOS EN LA RÚBRICA</i>
IDG#01	A=4 B=3 C=4 D=4 E=4 → 19	IDG#26	A=4 B=3 C=2 D=1 E=3 → 13
IDG#02	A=3 B=4 C=3 D=4 E=2 → 16	IDG#27	A=4 B=4 C=4 D=4 E=4 → 20
IDG#03	A=4 B=4 C=4 D=4 E=1 → 17	IDG#28	A=4 B=4 C=3 D=4 E=3 → 18
IDG#04	A=4 B=3 C=3 D=4 E=4 → 18	IDG#29	A=4 B=4 C=4 D=4 E=4 → 20
IDG#05	A=3 B=3 C=3 D=3 E=2 → 14	IDG#30	A=4 B=4 C=4 D=4 E=4 → 20
IDG#06	A=4 B=4 C=4 D=4 E=3 → 19	IDG#31	A=4 B=4 C=4 D=4 E=4 → 20
IDG#07	A=4 B=4 C=3 D=3 E=1 → 15	IDG#32	A=4 B=4 C=4 D=4 E=4 → 20
IDG#08	A=4 B=3 C=4 D=4 E=1 → 16	IDG#33	A=4 B=4 C=2 D=4 E=3 → 17
IDG#09	A=4 B=3 C=3 D=4 E=1 → 15	IDG#34	A=4 B=4 C=4 D=4 E=4 → 20
IDG#10	A=3 B=3 C=4 D=4 E=4 → 18	IDG#35	A=4 B=4 C=4 D=4 E=4 → 20
IDG#11	A=4 B=4 C=3 D=1 E=4 → 15	IDG#36	A=4 B=4 C=4 D=4 E=4 → 20
IDG#12	A=4 B=3 C=3 D=4 E=4 → 18	IDG#37	A=4 B=4 C=4 D=4 E=4 → 20

IDG#13	A=4 B=4 C=4 D=4 E=4 → 20	IDG#38	A=4 B=4 C=4 D=4 E=4 → 20
IDG#14	A=4 B=3 C=4 D=4 E=4 → 19	IDG#39	A=4 B=4 C=2 D=4 E=3 → 17
IDG#15	A=4 B=4 C=4 D=4 E=4 → 20	IDG#40	A=4 B=4 C=3 D=4 E=4 → 19
IDG#16	A=4 B=4 C=4 D=4 E=4 → 20	IDG#41	A=4 B=4 C=4 D=4 E=4 → 20
IDG#17	A=4 B=4 C=3 D=1 E=3 → 15	IDG#42	A=4 B=4 C=2 D=4 E=3 → 17
IDG#18	A=4 B=4 C=4 D=4 E=4 → 20	IDG#43	A=3 B=4 C=4 D=4 E=4 → 19
IDG#19	A=4 B=4 C=2 D=4 E=3 → 17	IDG#44	A=4 B=4 C=4 D=4 E=4 → 20
IDG#20	A=4 B=4 C=4 D=4 E=4 → 20	IDG#45	A=4 B=4 C=4 D=4 E=4 → 20
IDG#21	A=4 B=4 C=2 D=4 E=3 → 17	IDG#46	A=4 B=4 C=4 D=4 E=4 → 20
IDG#22	A=4 B=4 C=2 D=4 E=3 → 17	IDG#47	A=4 B=4 C=4 D=4 E=4 → 20
IDG#23	A=4 B=4 C=2 D=4 E=3 → 17	IDG#48	A=4 B=4 C=4 D=4 E=4 → 20
IDG#24	A=4 B=4 C=4 D=4 E=3 → 19	IDG#49	A=4 B=4 C=4 D=4 E=4 → 20
IDG#25	A=4 B=3 C=4 D=4 E=4 → 19	IDG#50	A=4 B=4 C=2 D=4 E=3 → 17

Nota: Se presentan los resultados obtenidos de cada criterio a evaluar por ideograma para su próximo análisis

Una vez que se midieron las características de los ideogramas, se cotejaron con una escala de aceptación que dio luz verde a considerarlos parte del corpus lingüístico. Los elementos considerados para la continuidad del estudio deberían estar evaluados con un mínimo de 10 puntos a favor.

Posterior al diseño y aplicación del pre-instrumento que validó los elementos a usar en el estudio (ideogramas); se recopiló información más específica de cada uno de los elementos en la primera versión del corpus para su posterior interpretación semántico-pragmática, los cuales se analizarían mediante ciertas pautas establecidas, como: fuente u origen del elemento; las unidades léxicas por las cuales se compone el recurso digital; el carácter emotivo-fático que transmite cada ideograma; y por supuesto, el contexto o deixis relacionado.

3.4.1.1.1 Descripción e implementación del Corpus Lingüístico de Ideogramas

De acuerdo con Ospina Reyes (2020), los corpus lingüísticos son un conjunto de textos de materiales escritos u orales que son cuidadosamente recopilados. El contenido de los textos es utilizado para conseguir datos de análisis lingüísticos más profundos y específicos, como lo son de nivel fonológico; morfológico; sintáctico; y en nuestro caso; semántico y pragmático.

El Corpus Lingüístico de Ideogramas es un instrumento creado a partir del diseño de un pre-instrumento (Rúbrica de Selección de Ideogramas) que fungía como filtro selector de estos elementos digitales, el cual facilitaba, por medio de ciertos aspectos, la selección y consideración como prospectos a objetos de estudio de estos recursos digitales. Así que, habiendo recolectado los ideogramas necesarios para el estudio, se procedió a la indagación e investigación de los elementos característicos de los mismos, como: el origen, obra o pieza de la cual fueron extraídos; las unidades léxicas empleadas; el carácter emotivo-fático que se transmite; y la viralidad expresada en las veces que se compartió el ideograma en la red. Todos los elementos mencionados se concentrarían en un archivo que pondría a disposición las propiedades de los ideogramas para complementar los futuros análisis, semánticos y pragmáticos.

El Corpus de Lingüístico de Ideogramas comprende los cincuenta ideogramas previamente seleccionados, ya identificados e indagados para su pronto análisis, a continuación, se muestra la distribución oficial de cada una de sus propiedades:

Tabla 4 Muestra de Pre-análisis de Ideogramas

#1	Origen (extracción): Película “¿Dónde están las rubias?” (título en español latino)	
	Tipografía: OPTIIgnite	
	Unidades léxicas: 2	
	Propiedad emotivo-fática transmitida: Asombro, sorpresa, sentido de incredulidad	
	Deixis: Momento en el que se descubre algo inesperado y difícil de asimilar. Algo fuera de lo común.	
	Viralidad: 5,870 v.c.	Escena de la película “White chicks”, el dialogo se reproduce en el minuto 45, en el cual el personaje de Latrell (Terry Crews) expresa sorpresa al ver el personaje de Marcus (Marlon Wayas) ingerir comida en exceso (2004).

Nota: Se resaltan los aspectos a tomar en cuenta para la categorización de los ideogramas para los análisis futuros.

Como se muestra, los datos de origen se representan en dos apartados diferentes, en el primero, únicamente se identifica el nombre de la obra del cual es extraído el ideograma; mientras que el apartado que se encuentra debajo del cuadro de imagen provee información más a detalle de los acontecimientos que transcurren durante la escena y datos de la obra. Ahora bien, en cuanto al contenido léxico, se establece un conteo de las unidades léxicas (palabras) utilizadas como texto escrito, reflejo o cita del habla del personaje, lo cual tendría la función de establecer rangos de complejidad para la comprensión del contenido de los ideogramas; la ortografía y faltas de ortografía intencional que repercuten en la producción de la lengua de los usuarios; cobertura de contextos y deixis.

En la categoría del carácter emotivo-fático, se ven representados sentimientos,

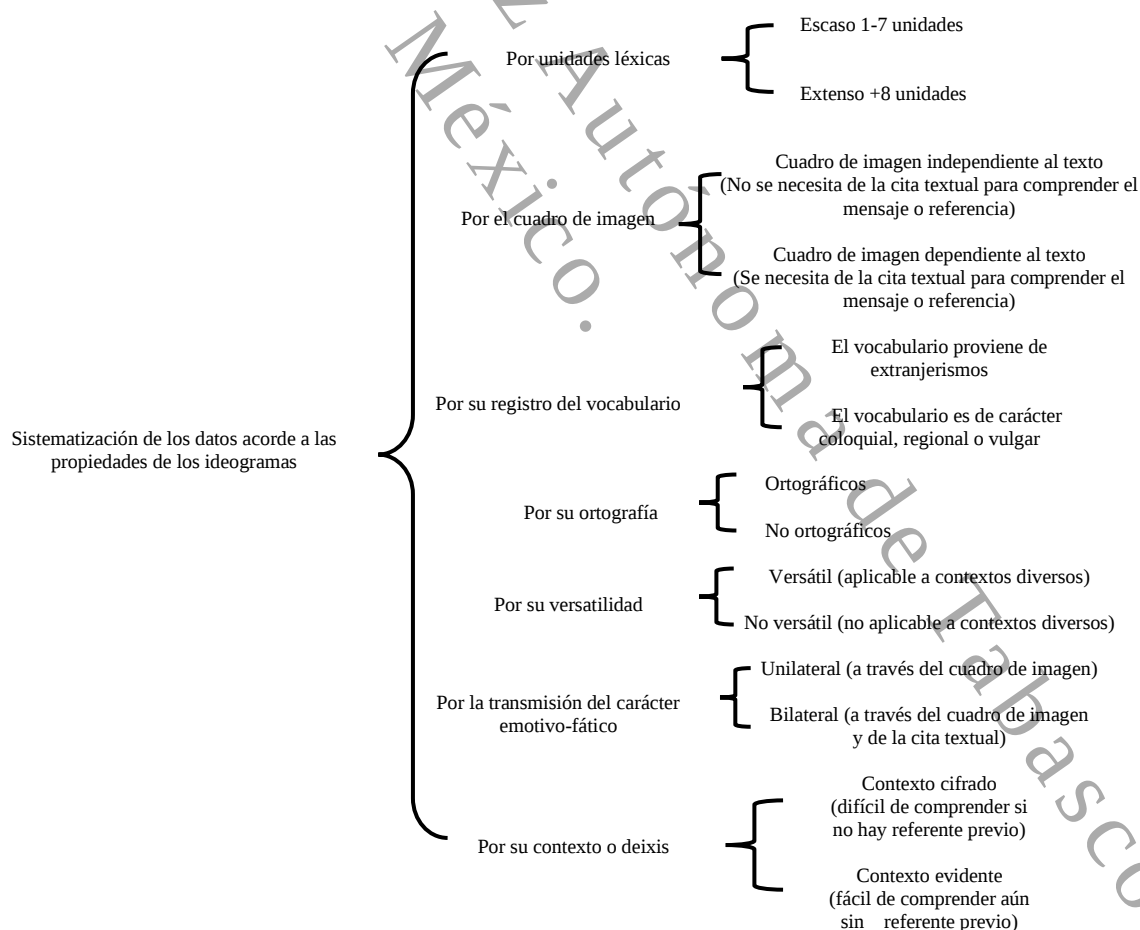
emociones, reacciones, gesticulaciones y hasta tonos de los personajes del ideograma, los cuales se pueden percibir en el cuadro de imagen. De la mano con las propiedades anteriores (origen de extracción; carácter emotivo-fático; y unidades léxicas) obtenemos el planteamiento del contexto o deixis mediante el análisis del cuadro de imagen y el texto escrito; se puede de la misma manera identificar los paralelismos y analogías con el mundo real, pues, es este aspecto el que nos ayudará a descubrir el rango de versatilidad que tiene.

Y como último punto a resaltar, obtenemos el dato de viralidad cuya procedencia viene de la red social Facebook, la cual indica el nivel de popularidad que tiene el ideograma al ser compartido cierta cantidad de veces por los usuarios, factor que refleja la vigencia o apogeo del mismo.

3.5 CODIFICACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DE LOS DATOS

Concluida la etapa de recolección de datos a través de los instrumentos, se ha procedido a clasificarlos y categorizarlos según la naturaleza de las propiedades que muestran todos y cada uno de los ideogramas; obteniendo 7 categorías las cuales miden y analizan, en su defecto, las propiedades tanto semánticas como las pragmáticas, no dejando de lado la importancia de las características morfosintácticas del contenido de los mismos. A su vez, cada una de las categorías se subdividen en otras dos que pueden llegar a contrastar una gran parte del conjunto de estos objetos de estudio. A continuación, se presenta la distribución de las categorías en forma de cuadro sinóptico:

Cuadro 1 Sistematización de los datos acorde a las propiedades de los ideogramas



Nota: En este cuadro se crean las categorías en las cuales se evaluarán a detalle las propiedades de los ideogramas.

Categoría 1 “Sistematización de los datos acorde a las Unidades Léxicas”

Cuadro 2 Sistematización de los datos acorde a las Unidades Léxicas

Por unidades léxicas	Escaso 1-7 unidades léxicas	{ ID#01, 03, 08, 11, 39, 42, 45, 46, 47 (9 elementos)
	Extenso +8 unidades léxicas	{ ID#02-ID#50 (41 elementos)

Nota: Categorización por número de unidades léxicas empleadas en los ideogramas

La propiedad a analizar en esta primera categoría fue la del *contenido léxico*, es decir, la composición de los párrafos o frases manifestados de manera escrita en los ideogramas y su extensión. A su vez, esta categoría se subdivide en dos ramas que evalúan la misma extensión del texto escrito: siendo la primera categoría la encargada de concentrar los elementos de *contenido escaso de unidades léxicas*, cuyo valor no rebasa las 7 unidades léxicas o palabras; mientras que, por otro lado, el contenido de los ideogramas puede también ser de *carácter extenso*, lo que significa que se rebasa la cantidad de 8 unidades léxicas o palabras empleadas en la figura digital para establecer una deixis del escenario.

Ilustración 1 Muestra de ideogramas Categoría 1

Grupo A (contenido léxico escaso)	Grupo B (contenido léxico extenso)
	

Nota: Muestra de los ideogramas categorizados.

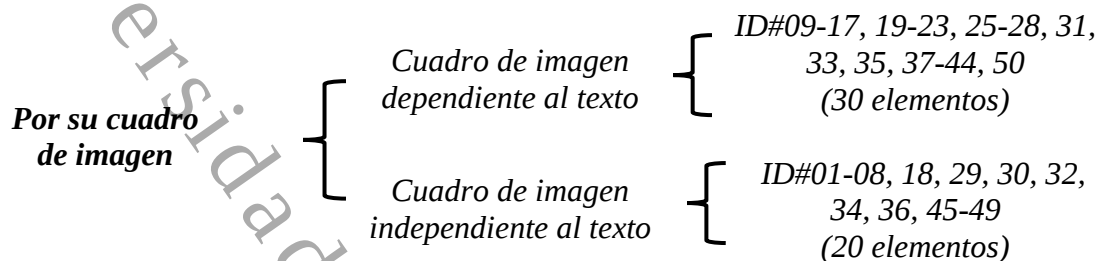
Entonces, ¿de qué manera afectaría la extensión de la cita textual dentro de estos ideogramas al momento de usarlos como referentes a una idea abstracta o emociones dentro de los actos comunicativos de la lengua? Tal y como puede verse en la tabla anterior, la extensión del apartado textual otorga al ideograma ese carácter versátil para su interpretación y aplicación como referente a posibles escenarios por parte de los usuarios. Por ejemplo, notamos que en el Grupo A, conformado por los elementos que contienen una redacción breve, los ideogramas tienden a expresar una *frase de tipo exclamativa*, la cual *resalta alguna emoción o sentimiento* que puede percibirse gracias al cuadro de imagen que complementa el valor semántico. Por su parte, en el Grupo B, se puede observar que la extensión de la redacción tiene un rol más protagonista dentro del mismo, ya que, se plantean *situaciones hipotéticas o posibles contextos* en los cuales hacen que el *referente del ideograma* pueda ser más fácil de comprender y aplicar a situaciones similares las expuestas.

Así que, se puede establecer que en esta categoría hay una presencia mínima de ideogramas (9 elementos en su totalidad) que únicamente expresan una emoción o emiten una reacción sin brindar un contexto en particular, esto es, emitiendo una frase exclamativa junto con una reacción perceptible en las gesticulaciones de los personajes, salvo el referente que proviene de su escena de origen. Mientras que el resto de ideogramas, que es mayoría con un total de 41 elementos, expresa su mensaje a través de una situación particular, creada por el editor, que no deja de lado el carácter emotivo-fático que se percibe en el cuadro de imagen capturado para la creación del ideograma complementándose así el nuevo contexto creado con la cita textual original de la obra, y su cuadro de imagen.

Es por ello que, al momento de seleccionar la muestra de ideogramas para el corpus, se optó por abarcar una variedad más abierta en cuanto a la intención del mensaje, para que de esa forma se pudiera analizar la forma en la que el texto es participe al momento de establecer un referente para alguna situación en particular.

Categoría 2 “Sistematización de los datos acorde al Cuadro de Imagen”

Cuadro 3 Sistematización de los datos acorde al Cuadro de Imagen



Nota: Categorización por el grado de dependencia del cuadro de imagen con la cita textual.

El cuadro de imagen, o la parte visual del ideograma también representa un valor muy importante dentro del campo de la interpretación del texto en internet, pues esta propiedad ayuda al internauta a captar ese *sentido de emoción o reacción* que es compartido y a la vez referenciado en una sola imagen mientras se lleva a cabo una conversación de tipo virtual.

Dada la naturaleza de este tipo de conversaciones, las emociones, sentimientos o reacciones esperadas por parte de los participantes no pueden ser vivenciadas o testificadas debido a que el acto comunicativo no se da de manera presencial en donde se puedan percibir estas propiedades del habla, fenómeno que hace que las conversaciones a través de las plataformas digitales sean *monótonas* y hasta *átonas*, lo que provoca que los mensajes no sean interpretados correctamente en su mayoría. Es por ello que, la implementación de estos recursos digitales favorece a la simplificación y el enriquecimiento de las conversaciones regresando de una u otra manera ese carácter emotivo que se pierde al momento de sostener una conversación por escrito.

He aquí que en esta segunda categoría se toma muy en cuenta la importancia que tiene el cuadro de imagen para poder brindar a los usuarios esa propiedad de emoción y tono dentro de las conversaciones; por lo que hemos dividido en dos subcategorías que evalúan si la *imagen depende del texto para su interpretación, o si es independiente y logra transmitir por si sola la*

emoción o reacción referenciada. A continuación, se plantea un contraste en dos de los ideogramas usados para este estudio:

Ilustración 2 Muestra de Ideogramas Categoría 2

Grupo A (imagen dependiente del texto para su interpretación)	Grupo B (imagen independiente del texto para su interpretación)
	

Nota: Muestra de los ideogramas categorizados.

En el Grupo A se puede observar un ideograma el cual su cuadro de imagen está etiquetado como *dependiente del texto para su interpretación*, pero ¿cómo es esto? Si se le retira a este meme el elemento textual que funge como encabezado nos quedaremos con la pura imagen que en realidad no nos dice nada, pues es una edición en la cual una cantante se encuentra con vestuarios que a simple vista no tienen un referente; sin embargo, si leemos atentamente el nuevo contexto proporcionado por el autor, entonces si podremos relacionar la deixis planteada, la cual es una referencia a una caricatura cuyos personajes mencionados poseen la paleta de colores que coincidentemente porta la cantante en esas capturas de sus conciertos, sumando a lo anterior se puede ver en el rostro de la cantante ciertas muecas o gestos que se relacionan con el rechazo, la queja o la indiferencia. Estos últimos sentimientos por si solos no evocan nada, pero al adentrarse al contexto proporcionado en el meme, se obtiene la información que tal caricatura se trata de unas super niñas con poderes que salvan a una ciudad repleta de villanos, y que en cada emergencia el alcalde de la ciudad las contacta para resolver la situación, aunque los personajes nunca se quejan; entonces ¿en dónde se encuentra la referencia en cuanto a las

gesticulaciones? Pues aquí entra en juego otra propiedad que hace de los memes un elemento muy explotado en redes, estando llenos de *humor*. En este contexto, si suponemos que esta caricatura fuese real, existe la posibilidad de que los personajes se quejen un día y hagan de esa rutina una vida insoportable.

Caso contrario vienen siendo los ideogramas del Grupo B, los cuales, aunque se les retire el apartado textual, logran tener un poco de sentido o de evocar al referente proveniente de su obra u origen; en el caso del meme de la serie “La Nana”, la cual en esta ocasión evoca una reunión de amigas en donde lo común es platicar, divertirse y disfrutar de la compañía. En este último tipo de ideogramas el apartado textual solo complementa de manera muy precisa el mensaje que se quiere dar a conocer, por lo que no es grave ni perjudicial el hecho de que éste sea retirado, pues no compromete a la interpretación por parte del receptor.

Categoría 3 “Sistematización de los datos acorde al Registro de Vocabulario”

Cuadro 4 Sistematización de los datos acorde al Registro de Vocabulario

Por su registro del vocabulario	{	Proveniente de extranjerismos	{	ID#01 (1 elemento)
		Proveniente del lenguaje coloquial, regional o vulgar		ID#02-ID#50 (49 elementos)

Nota: categorización por el registro empleado en el vocabulario.

Aunque se puede notar en el cuadro que la primera subcategoría del registro de vocabulario sólo contiene un elemento, se considera importante traer a la luz que el registro utilizado en las obras, y posteriormente en los ideogramas de internet, influye mucho en el habla de las personas que están habituadas a consumir este tipo de contenido, pues el registro de vocabulario es muy diferente al que se usa en la vida cotidiana. No todas las personas hablan de igual manera aún su propio idioma, cada pueblo, región o grupo social posee un estilo de habla, acento o vocabulario, esto último es registro. Al momento de consumir contenido producido

desde el extranjero estamos expuestos a que el doblaje de las obras sea el más neutro posible sobre todo si el contenido habrá de ser reproducido en más de un país con el mismo idioma. Es así como sucede con las películas norteamericanas, al ser dobladas al español latino, no únicamente se considera al país mexicano, sino a todos aquellos países del continente americano cuya lengua oficial sea la española. Y si, hablamos el español, pero no es la misma variante que se habla en Europa; es por ello que el registro en las traducciones debe cuidarse para que no se discrimine o se rechace a algún tipo de población.

Así que, dado que los ideogramas son extracciones de las mismas obras tanto del elemento visual como del textual, al momento de referenciar la obra inconscientemente se utiliza el registro empleado en el doblaje. Como ejemplo, se muestra el único ideograma que emplea el registro neutro ya que la obra es proveniente del extranjero, en contraste con otro ideograma que utiliza lenguaje coloquial:

Ilustración 3 Muestra de ideogramas Categoría 3

Grupo A (registro neutro: proviene de extranjerismo)	Grupo B (registro regional, coloquial, vulgar)
	

Nota: Muestra de los ideogramas categorizados.

El ideograma del Grupo A es un elemento cuya cita textual proviene de un lenguaje con un registro neutro al tratarse del doblaje de una película norteamericana, esto es, porque literalmente se traduce la línea que el actor dice “*Damn it, lady*”; frase que traducida a un español neutro (porque el doblaje al español latino abarca varios países) la hace más viable y

entendible para todas las regiones del continente el producto que ya conocemos “*Diablos, señorita*”; pues si analizamos la frase y la comparamos con el registro mexicano, se pueden obtener numerosas alternativas que los mismos nativos podrían o no aceptar dependiendo de la región en la que se ubiquen, esto es tan sólo en nuestro país. Cabe destacar que el elemento del Grupo B emplea un registro más vulgar al utilizar las unidades léxicas “*chida*” y “*asu makina*” que reemplazaría su ortografía correcta “*¡a su máquina!*”, siendo esta última una frase exclamativa que denota sorpresa, mientras que la anterior evoca a una cosa de carácter óptimo o con la cualidad más favorable para usarse en aquella situación.

Si bien el tipo de lenguaje es muy importante para el desarrollo y uso de la lengua, sobre todo en los internautas más jóvenes, por lo que sí es de suma importancia reconocer que el registro empleado en los actos comunicativos de los usuarios también se ve afectado por el contenido que consumen en redes.

Categoría 4 “Sistematización de los datos acorde a la ortografía”

Cuadro 5 Sistematización de los datos acorde a la Ortografía

Por su ortografía	{	Ortográficos	{	ID#01-50* (44 elementos)
		No ortográficos	{	ID#03, 11, 25, 42, 43, 46 (6 elementos)

Nota: categorización por la ortografía.

En esta categoría se analiza la calidad de la ortografía de los textos, pues como se planteó en el capítulo 2 de este trabajo investigación, los errores ortográficos son cada vez más frecuentes dentro de las redacciones de los usuarios haciendo que estos adopten los malos hábitos creados a partir de la nula regulación de la escritura por parte de las plataformas digitales, lo que afecta la producción escrita y con ello se desencadenan problemas en la formación académica de los usuarios.

Si bien es importante plantear el hecho que las posibles causas por las cuales cierta cantidad de ideogramas presenta una mala ortografía, pueda deberse a que, en primera instancia, el editor no tenga el conocimiento adecuado de las reglas ortográficas, lo que conlleva a que de manera inconsciente redacte erróneamente; en segundo plano, es posible que el editor ya esté habituado a omitir las normas de regulación ortográficas debido a que sea consumidor de redacciones cuya ortografía no sea la óptima a pesar de conocerlas. Una tercera justificación podría ser el hecho de que el autor intencionalmente haga su redacción omitiendo las normas de ortografía, usando tal estilo de redacción como modo de expresión o marca de identidad, o simplemente sea por seguir estilos, tendencias o incluso modas.

No omitimos que, al momento de analizar esta propiedad ortográfica en cada uno de los ideogramas se haya tenido una reacción de sorpresa debido al hecho que una mínima parte del conjunto de ideogramas, representada en tan sólo un 10% aproximadamente, presentaba una que otra unidad léxica mal escrita. En contraparte, se puede observar que los textos escritos del resto de los ideogramas se conservan con ortografía.

Ilustración 4 Muestra de ideogramas Categoría 4

Grupo A (correcta ortografía)	Grupo B (incorrecta ortografía)
Cuando empiezas a aprender a manejar tus emociones:  Tranquilo, tranquilo, ya pasó...	 q ise

Nota: Muestra de los ideogramas categorizados.

Como se muestra en la tabla, existe una tendencia por parte del Grupo B en la cual se modifique hasta cierto punto la unidad léxica, y esto puede ocurrir dependiendo de muchos

factores como lo es la espontaneidad, carisma, humor, conocimiento de las normas ortográficas, estilo, y la más importante, por economía del lenguaje. Término el cual ha sido desarrollado en el capítulo dos de este trabajo. Es este el apartado en el cual se puede percibir el empleo de la economía del lenguaje en el contenido de los textos: frases acortadas o apocopadas, reemplazos o sustituciones fonéticas entre letras, simplificación absoluta en las palabras, hasta la omisión de la puntuación. Aunque es notorio observar que la propiedad no ortográfica de los elementos se liga a un nivel alto de humor y comedia.

Categoría 5 “Sistematización de los datos acorde a la versatilidad”

Cuadro 6 Sistematización de los datos acorde a la Versatilidad

Por la versatilidad	Versátil	ID#02, 4-7, 9, 10, 13, 14, 20-22, 24-26, 28, 33, 37, 43 (18 elementos)
	No versátil	ID#01, 3, 8, 11,12,14, 15-19, 23, 25, 27, 29-32, 34-36, 38-42, 44, 46-50 (32 elementos)

Nota: Categorización por la versatilidad de los ideogramas al ser aplicados a distintos contextos.

En este punto es donde se conoce el grado en el que los ideogramas pueden ser aplicados a los múltiples contextos, por su puesto dependiendo del contenido léxico, así como se abordó en la primera categoría, pues se ha notado que los memes con un contenido léxico muy limitado expresan sentimientos o reacciones, lo cual los puede volver multicontextuales debido a que como se trata de reacciones o frases, pueden ser aplicadas a una situación ajena a la presentada. Por lo que, la propiedad de versatilidad de los memes se relaciona estrechamente con su contenido léxico; no obstante, existen otros elementos que no comparten esta propiedad de extensión textual minina, y aun así se pueden aplicar a otras situaciones, dando cabida al carácter pragmático del mismo contenido y a sus posibles interpretaciones dependiendo del receptor. •

Ilustración 5 Muestra de ideogramas Categoría 5

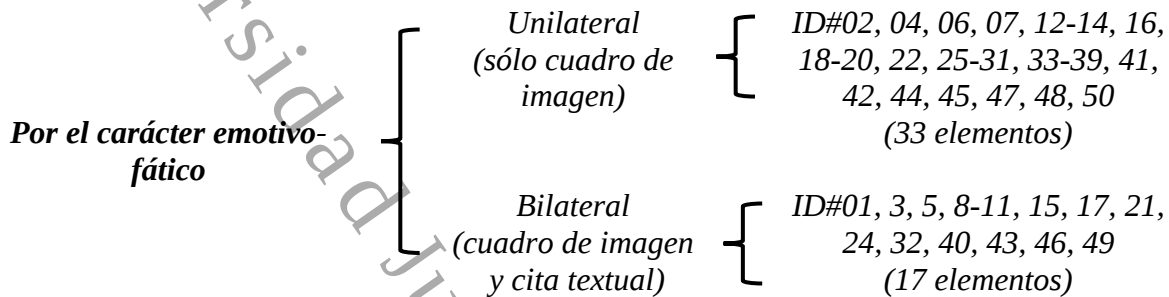
Grupo A (Aplicación versátil)	Grupo B (Aplicación no versátil)
El cliente, si no me atienden rapido me voy a ir. Yo: 	

Nota: Muestra de los ideogramas categorizados.

En el elemento del Grupo A, se muestra claramente una reacción a la situación de molestia a causa de una persona, pues es tal el grado de incomodidad o rechazo que el personaje come ansias porque la persona en cuestión se retire, no importando si su comentario es prudente para el resto de los oyentes o no. Así que, este ideograma cuenta con esa propiedad de versatilidad ya que, si se opta por cambiar el contexto dado en la parte superior de la imagen por uno similar o que pueda ser aplicado el mensaje, sin problema puede ser interpretado. Por su parte, el elemento del segundo grupo no puede ser aplicado en algún otro contexto o situación ya que se limita únicamente a una deixis, que es la de la trama de la obra de la que se extrae la referencia, además de que el meme no extraído fielmente de la obra, pues es una edición en la cual se utilizó una escena cualquiera de la película homónima en la que no hay cita textual que pueda fungir como referente.

Categoría 6 “Sistematización de los datos acorde a la transmisión del carácter emotivo-fático”

Cuadro 7 Sistematización de los datos acorde al Carácter Emotivo-fático



Nota: Categorización por el carácter emotivo-fático que transmite el cuadro de imagen

El contenido de emoción, tono y expresión del lenguaje oral toma protagonismo en esta categoría, pues como se ha presentado con anterioridad, estas propiedades del habla oral no se encuentran presentes en los textos escritos, aun así cuidando la ortografía el sentimiento, emoción o tono del mensaje no puede ser percibido a través del simple texto; para lograr esto, fue necesario incorporar a los actos comunicativos en las redes herramientas como los son los memes, stickers, y emojis que complementan a las conversaciones brindando ya una ilustración que representa alguna emoción o reacción para cada posible situación. Es por ello, que con la llegada de estos recursos digitales, los actos comunicativos tuvieron una evolución al implementar estos elementos pues ya era posible expresar el sentir mientras se conversaba.

La imagen tiene mucho que ver en esta categoría, pues el cuadro de imagen es el primer elemento que se percibe a simple vista antes de la llevar a cabo la lectura del texto; con ayuda del cuadro de imagen uno puede hacer esas conexiones que permitan relacionar la referencia con el referente y aplicarlo para hacer la comparativa a la situación expuesta en el medio. En ocasiones, la simple imagen hace todo el trabajo como referencia, pues como es la captura de una reacción o expresión, es posible asimilar y empatizar con el personaje; así fue como se ha subdividido esta categoría, conteniendo el primer grupo a los elementos cuyo cuadro e imagen

posee toda o la mayoría de la carga y significado semántico, pues sólo basta ver la imagen para aplicarla a nuestra situación.

Por otro lado, en el segundo grupo, los ideogramas necesitan de ambos elementos (cuadro de imagen y cita textual) para poder fungir como un solo referente, y así poder asimilar la situación para empatizarla con la propia, aunque es un grupo más pequeño, los ideogramas muestran que se complementan sus citas con su imagen para funcionar correctamente, pues si se omite alguno de estos el mensaje implícito estaría incompleto y la referencia no sería interpretada.

Ilustración 6 Muestra de ideogramas Categoría 6

Grupo A (carácter emotivo-fático unilateral)	Grupo B (carácter emotivo-fático bilateral)
Cuando no pasa ni una semana desde que pagaron y ya se te acabó el sueldo 	— Encuesta de la beca: ¿En qué trabaja tu papá? — Yo: ¿Qué es un papá? 

Nota: Muestra de los ideogramas categorizados.

La imagen del ideograma perteneciente al Grupo A es una clara referencia a una novela en cuya escena el personaje mostrado expresa lo escrito en el texto “*la pobreza me está respirando en la nuca, Marce*”; aun extrayendo esa cita textual el mensaje sigue presente en el cuadro de imagen, pues el meme hace captura en el momento en el que se expresó lo anterior. Aquí la cuestión es que ya hay una deixis establecida en la imagen, pues lo que viene a la mente al momento de ver la imagen es esa escena, claro, para aquellos que la hayan visto; sin embargo, en el ideograma del Grupo B, el cual es una edición de dos facetas del personaje que realizó en

momentos diferentes, no obstante, es evidente que el creador del meme halló el momento ideal para expresar ese momento en el que una persona aparentemente sufre o se entristece, mientras que es consciente de su mentira, sensación que todos alguna vez hemos experimentado. Claro está que este segundo elemento no contiene como tal una referente a algún fenómeno o hecho específico no es posible relacionarlo con sólo mirar la imagen, para que funcione es sumamente necesario establecer una situación que funcione como referente.

Categoría 7 “Sistematización de los datos acorde al contexto o deixis”

Cuadro 8 Sistematización de los datos acorde al Contexto o Deixis

Por su contexto o deixis	Contexto cifrado	{ ID#02, 4-7, 9, 10, 14, 20-22, 24, 26-28, 33, 37, 43 (18 elementos)
	Contexto evidente	{ ID#01, 3, 8, 11-13, 15-19, 23, 25, 29-32, 34-36, 38-42, 44, 46-50 (32 elementos)

Nota: Categorización por el nivel de dificultad de la interpretación del contexto de los ideogramas.

En ocasiones el cuadro de imagen no es suficiente para poder comprender el contexto de algún meme, pues como aconteció con los elementos de Grupo B de la categoría anterior, es necesario tomar en cuenta la cita textual del mismo, aunque ni siquiera sea tan fácil como se espera en ciertas ocasiones. Por esa razón se realizó una última categorización que toma en cuenta la dificultad que representa interpretar un ideograma. Teniendo dos grupos, como en las ocasiones previas, el primero contiene los ideogramas cuyo contexto se encuentra cifrado, es decir, que para poder comprender el mensaje y sentido del meme es necesario poseer cierto conocimiento previo, como, por ejemplo: tener algún conocimiento del origen del mismo; manejar el registro en el que se expresa el texto; tener relación con el grupo social en el que se desenvuelve la situación y estar actualizado acerca de las tendencias y modas de expresión.

El Grupo B, se compone de los elementos cuya interpretación del contenido se logra con un discernimiento de la cita textual y de la percepción del cuadro de imagen, aunque no se limita a recurrir al conocimiento de alguno de los puntos a tomar en cuenta del Grupo A: registro, origen, relación con el grupo social, etcétera. Así como es mostrado en el ejemplo siguiente, se puede observar que la ejemplificación del Grupo A, es hasta cierto punto incomprensible debido a que no hay una relación directa entre el contexto planteado y el origen del cual se extrajo la imagen, además de, mencionar la terminología usada, mientras que la muestra del Grupo B, es uno de los ideogramas cuyos análisis previos muestran un nivel de versatilidad y adaptación a casi cualquier contexto que se desee establecer, tratándose así de una reacción o expresión hacia algún suceso, esto es gracias al carácter emotivo-fático que posee.

Ilustración 7 Muestra de ideogramas Categoría 7

Grupo A (Contexto cifrado)	Grupo B (Contexto evidente)
Cuando intento comportarme como un ser de luz, pero la gente sigue probando los límites de mi paciencia. 	

Nota: Muestra de los ideogramas categorizados.

El primer ideograma al no estar relacionado con la obra fuente no es posible obtener suficiente información que sirva para complementar la interpretación del mismo, pues el único elemento a considerar parte de la misma obra es el cuadro de imagen; ahora bien, si analizamos el texto escrito es posible notar que el mensaje y el humor se centran en aquel movimiento u onda de autopercepción y cosmovisión de la existencia del ser y su rol en el universo, en este caso la autopercepción de ser un “ser de luz”, lo cual representa ser una persona serena, amable, dispuesta a ayudar, y amigable en todos los aspectos, por lo que no debería ser correcto exaltarse

de maneras abruptas que puedan ofender o herir a las personas, ya que sería una contradicción de la autopercepción. Por lo que la interpretación siempre estará sujeta a la terminología que se emplee en el contexto dado.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
México.

3.6 PROCESO Y ANÁLISIS DE DATOS

En este apartado se llevará a cabo la descripción del proceso del análisis semántico, y pragmático que se realizó para la recolección de los datos de los ideogramas. Primero que todo, podemos definir al análisis semántico como un proceso que nos permite extraer el significado, o la interpretación de un texto. En cuanto al lado pragmático del análisis, aquí se representa la comprensión o la interpretación percibida por terceros.

En el proceso de análisis semánticos, se realizó como primer punto la identificación del mensaje o idea original que transmitían cada uno de los cincuenta ideogramas. En la parte inferior se verá ejemplificado el análisis, así como también se verá señalizado con recuadros de colores que representan en verde el significado original de la idea que transmitió el autor principal del ideograma; la parte señalizada de rojo representa la propiedad emotivo-fática que originalmente el autor intentaba transmitir en el ideograma; y finalmente señalizado de color amarillo, se ve resaltado la identificación al tipo de categorización al que pertenece, ya sea por el tipo de registro empleado en el vocabulario, por las unidades léxicas, por su ortografía, por la versatilidad con la que cuentan al momento de aplicarlos a contextos ajenos al presentado, etcétera.

En cuanto al lado pragmático del análisis, se representa la comprensión o la interpretación de los ideogramas, que puede ser percibida por terceros. Ya que esta parte es trascendental, puesto que la idea original que ha sido plasmada, puede que no sea captada en su totalidad por todo aquel al que llega el ideograma, debido a que puede ser interpretada de un modo ofensivo, o si su contexto está cifrado lo cual hace que pueda ser interpretado de distintas formas al propósito original por el cual fue creado, y se necesite de una explicación para captar el “humor” o contexto al que se refiera. En la parte inferior se ejemplifica lo anterior. Señalizado con azul, se muestra el sentido en el que puede ser interpretado el texto de manera diferente a la idea original; mientras que lo señalizado de rosa muestra el carácter emotivo-fático que puede ser percibido con ayuda del cuadro de imagen.

MUESTRA DE ANÁLISIS SEMÁNTICOS Y PRAGMÁTICOS

Tabla 5 Simbología para los análisis semánticos y pragmáticos

Simbología para análisis				
Verde: Mensaje transmitido por el autor (análisis semántico)	Rojo: Propiedad emotivo-fática transmitida por el autor	Amarillo: Categoría resaltante en cuanto al procesamiento de información	Azul: Mensaje percibido por terceros	Rosa: Propiedad emotivo-fática percibida por terceros

Nota: Señalización de los colores utilizados para resaltar las propiedades de los análisis en las próximas tablas (6 y 7).

Tabla 6 Ejemplificación de los análisis en un ideograma

Ideograma	Análisis Semántico (Interpretación original)	Análisis Pragmático (Interpretación de terceros)
	<u>(Significado)</u> El mensaje del meme resalta el sentido de asombro que provoca ver que cierto arquetipo no encaja con una figura culturalmente establecida. <i>(Propiedad emotivo-fática)</i> Tal asombro es expresado con la frase (proveniente de extranjerismos) “diablos, señorita”, la cual no proviene de nuestra lengua española, sino que es resultado del doblaje de películas estadounidenses al público latinoamericano.	<i>(Interpretación por terceros)</i> El sentido de la frase del meme evoca hacia la libertad de expresión que existe para dar a conocer la opinión de uno, en este caso, sorpresa, incredulidad, asombro e incluso sarcasmo.

Nota: Se hace el análisis y el resaltado de las propiedades de un ideograma en sus análisis.

Partiendo de lo anterior, dichos aspectos de los análisis fueron favorables para indagar de manera más específica en la información, y complementar el punto clave de la investigación que es analizar las cargas semánticas-pragmáticas de los recursos digitales en cuestión y las repercusiones que afectan a los usuarios al momento de producir la lengua de manera escrita,

esto es la economía del lenguaje. Ya que como se definió en secciones anteriores y simplificándolo, se comprende que la Economía del Lenguaje es el proceso en el cual se minimiza el esfuerzo invertido al momento de llevar a cabo un acto comunicativo, sea escrito u oral. Es por lo que, estos análisis permiten una mejor comprensión del contenido léxico, semántico y pragmático para complementar el proceso de interpretación, puesto que la interpretación semántica y pragmática nos permite analizar los vínculos que ocurren en las palabras, y asimismo comprender el carácter emotivo que expresa la oración o el texto original, el carácter fático que se percibe del cuadro de imagen y las gesticulaciones de los personajes involucrados.

A continuación, los análisis del resto de los ideogramas del corpus:

Tabla 7 Análisis semánticos y pragmáticos del resto de los ideogramas del corpus

Ideograma	Análisis semántico (Interpretación original)	Análisis Pragmático (Interpretación de terceros)
#2 	(Bilateral) El contenido del meme ilustra el impulso por la compra de cosas no tan vitales para el día a día. (Significado) O bien, ejemplificando la mala administración del recurso monetario justificándolo con la falsa idea de no poder (proveniente de extranjerismos) gozar del recurso a tiempo mientras haya vida.	(Interpretación por terceros) Malinterpretación del proverbio “vivir la vida como si fuera el último día de nuestra vida”, se toma tan literal la frase que no hay una buena administración de todos los bienes de la persona, la cual, en este mensaje, (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) malgasta o pierde todos sus bienes sin pensar en el futuro próximo.
#3 	(Versátil) En este meme, el mayor peso en contenido viene por parte de la imagen, (Propiedad emotivo-fática) debido a que expresa resignación y arrepentimiento (Significado) de algo no beneficioso para uno mismo, lo cual no tiene remedio o reparación.	(Interpretación por terceros) Es un referente a una lamentación por parte de uno mismo, el cual no es comúnmente expresado hacia alguien. Probablemente dada a que la situación (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) ocurrió sin un total consentimiento o aprobación.
#4	(Unilateral) Alusión a una desilusión o incredulidad (Significado) que proviene de un apego a una última esperanza que aligera la carga de un estado (Propiedad emotivo-fática) de presión o de sufrimiento. En este	(Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) Desánimo, incredulidad, enojo y decepción (Interpretación por terceros) por crear una expectativa al recibir una recompensa a causa de un gran esfuerzo y sacrificio que al final no

	caso, de un trabajo cuya recompensa no era la esperada.	valió la pena.
#5 	(Cifrado) Alude a la emoción de sentir decepción (Significado) al captar que él, o lo que se esperaba, es totalmente distinto, por ende, (Propiedad emotivo-fática) transmite el sentimiento de tristeza.	(Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) Sensación de desagrado y decepción (Interpretación por terceros) por obtener algo muy diferente a lo que se esperaba conseguir.
#6 	(Contexto dependiente) En este meme el contenido principal se representa con el texto, que alude a un (Propiedad emotivo-fática) acontecimiento de carácter serio; (Significado) con una réplica del personaje principal con un argumento poco serio sobre la nula superación que tiene hacia su ex pareja.	(Interpretación por terceros) Es la representación de una pregunta obvia que debería tener una respuesta asertiva, pero se responde con algo diferente del contexto al que se esperaba, (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) representando un aura de confusión y asombro.
#7 	(Contexto evidente) Contenido que recae principalmente en la imagen, (Significado) representando del conflicto interno, o la voz interna que emerge y genera el sentimiento de (Propiedad emotivo-fática) frustración y avaricia al querer comprar o adquirir un objeto nuevo y percatarse que el estado económico es paupérrimo como para obtenerlo.	Representación de la (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) confrontación con uno mismo, (Interpretación por terceros) ya sea por una actitud o acción inesperada que repercute el ambiente económico.
#8 	(Contexto versátil) El contenido principal se ve representado en los personajes, (Significado) y en el cómo pasan de un momento tranquilo a uno que evoca (Propiedad emotivo-fática) el asombro y el miedo en una plática espontánea.	La intención es captar (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) la sorpresa y/o asombro (Interpretación por terceros) que puede existir en una situación imprevista.

#9 	(Cuadro de imagen dependiente) contenido ilustrado que (Significado) permite representar el carácter de (Propiedad emotivo-fática) burla y rebeldía hacia un acontecimiento que se percibía como negativo.	Se puede (Interpretación por terceros) representar como la percepción de una actitud (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) egocéntrica de una forma descarada que se emite por un comentario o una actitud percibida.
#10 	(Registro coloquial) Emisión de un comentario con (Propiedad emotivo-fática) "sinceridad" (Significado) de manera vulgar hacia las actitudes cometidas por individuos externos al círculo social.	Comentario (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) vulgar emitido en una conversación que puede ser ofensivo. (Interpretación por terceros) o clasificado como humor negro, que puede ser bien percibido o no.
#11 	(Cuadro de imagen dependiente) El contenido principal es el ilustrar la (Propiedad emotivo-fática) glotonería que ocurre debido al exceso (Significado) de comida que se posee en una fecha en específico, como lo es fin de año o navidad.	De manera gráfica se ve representada la (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) exigencia (Interpretación por terceros) hacia algo en específico y que no se puede esperar hasta tenerlo.
#12 	(Cuadro de imagen dependiente) Se representación gráficamente una reunión (Significado que acontece entre amigas y/o conocidas; (Propiedad emotivo-fática) donde se emiten comentarios agradables, y/o críticas.	(Interpretación por terceros) Representación gráfica de una reunión entre un círculo cercano de amigos, (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) que emiten comentarios agradables o poco agradables y que solo pueden ser aprobados por los que se encuentran presentes.
#13 	(Carácter versátil) Representación gráfica de la emoción de (Propiedad emotivo-fática) alivio, alegría y burla, (Significado) hacia algo o alguien que se espera se retire a la brevedad.	Emisión de una expresión que trata de transmitir (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) desagrado, impaciencia, (Interpretación por terceros) hacia alguien que emitió un comentario poco agradable.

#14 	(Cuadro de imagen dependiente) Representa gráfica de un equipo emocionado por (Propiedad emotivo-fática) desterrar, a alguien y (Significado) obtener un beneficio positivo debido a lo acontecido.	Representación de (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) alegría, triunfo, (Interpretación por terceros) al percatarse que ha ocurrido un evento que se esperaba fuera de resultado positivo.
#15 	(Carácter unilateral) Representación gráfica (Significado) del manejo nulo de las emociones (Propiedad emotivo-fática) (enojo, calma, alegría, etc.) que se emiten.	(Interpretación por terceros) Representación gráfica del poco o nulo manejo de las emociones (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) de coraje, enojo, que emite una persona.
#16 	(Contexto evidente) Se representa gráfica una sensación (Propiedad emotivo-fática) de sorpresa e incredulidad (Significado) hacia un acto obvio que contiene consecuencias negativas.	Representación anímica y gesticuladora de (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) sorpresa (Interpretación por terceros) al percatarse de algo inesperado.
#17 	(Carácter bilateral) Representación escrita de la mala interpretación o el cambio de significado, (Significado) que puede ocurrir al momento de leer un texto (Propiedad emotivo-fática) y cambiar el sentido positivo que tiene la lectura a uno negativo.	(Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) Representación de la dislexia o mala interpretación (Interpretación por terceros) de las palabras que ocurre al momento de una lectura.
#18 	(Contexto versátil) El sentido principal es representar un comentario (Propiedad emotivo-fática) "negativo" por parte de un familiar (Significado) que puede repercutir en una acción y que afecte en la vida de la persona hacia la que se dirige dicho comentario.	Se puede representar como la emisión de un comentario (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) negativo y/o burlón (Interpretación por terceros) hacia algo o alguien en particular y que puede significar mucho en el cambio de las actitudes que cometa.

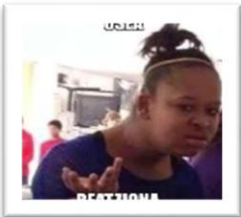
#19 	(Contexto no ortográfico) Cambio repentino de estado de ánimo en comparación a una actitud previa, (Propiedad emotivo-fática) formando un contraste sentimental (Significado) que expresa inestabilidad emocional.	Cambio de estado anímico (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) (enojo, sorpresa, aprecio) (Interpretación por terceros) debido a las acciones y/o actitudes cometidas por uno mismo.
#20 	(Cuadro de imagen dependiente) Representación gráfica de los cambios de ánimo (Propiedad emotivo-fática) (calma/enojo) (Significado) debido a constantes cambios que ocurren dentro de un entorno.	Se puede percibir el cambio de ánimo (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) negativo al no poder controlar las emociones (Interpretación por terceros) por algo o alguien que perturba la estabilidad en el estado del ánimo.
#21 	(Cuadro de imagen dependiente) Representación gráfica (Significado) de la típica relación de hermanos que no conviven de buena manera, a menos que sea por (Propiedad emotivo-fática) obligación o conveniencia.	(Interpretación por terceros) Representación de las actitudes comunes y emociones (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) (alegría, amor, enojo) recurrentes en la relación entre hermanos.
#22 	(Contexto cifrado) El acontecimiento representa los cambios de estado de ánimo (Propiedad emotivo-fática) (sorpresa, enojo, desprecio) (Significado) debido a la recepción de un comentario que no es percibido como positivo.	(Interpretación por terceros) Representación de una reacción de cambio de ánimo (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) prejuicioso y negativo hacia un comentario recibido que es percibido como negativo.
#23 	(Carácter extenso) El acontecimiento simula un (Propiedad emotivo-fática) efecto de burla (Significado) hacia alguien que cambia de actitud de manera artificial, para emular olvido hacia ciertas costumbres o actividades que solía realizar.	La intención sería transmitir (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) burla o desagrado, hacia un comentario o actitud emitida por alguien en particular.

#24	(Carácter escaso) El contenido principal se enfoca en la expresión (Propiedad emotivo-fática) que transmite frustración, sorpresa, (Significado) debido al cambio de planes que ocurre.	(Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) La intención sería el representar sorpresa, asombro e incluso frustración, (Interpretación por terceros) que puede ser adaptada a distintos contextos.
#25	(Registro coloquial) El contenido principal se ve representado el texto, (Propiedad emotivo-fática) que evoca una sensación o emoción de lamento (Significado) por una sensación que se está percibiendo.	(Interpretación por terceros) La intención de representar un contexto sorpresivo y puede evocar el sentimiento de (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) sorpresa, asombro, o incredulidad.
#26	(Carácter unilateral) El acontecimiento principal del meme se ve enfocado en el personaje, (Significado) y en la situación decadente en su economía, y se aprecia como repercute en su situación "mental" de una forma (Propiedad emotivo-fática) triste, ya que obtiene poco efectivo por trabajar en una gran cantidad.	(Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) Se percibe como un contexto de aceptación, y a su vez decepción (Interpretación por terceros) ante una situación de carácter habitual, en el contexto de un individuo.
#27	(Cuadro de imagen dependiente) El contenido principal ilustra a los personajes representados, (Significado) y el cambio de percepción que ocurre entre estos, así como la representación del cambio de expresiones. Y el cómo que mantienen una expresión de (Propiedad emotivo-fática) asombro y/o recelo ante un acontecimiento.	(Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) La intención es el representar sorpresa y asombro, con un ápice de burla (Interpretación por terceros) hacia un acontecimiento futuro.
#28	(Cuadro de imagen independiente) El contenido principal se ve representado en la imagen que expresa (Propiedad emotivo-fática) sorpresa, burla, e incluso asombro, (Significado) ante una situación presentada.	(Interpretación por terceros) La situación en la que se ve adaptada es de contexto cotidiano, y representa (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) asombro por una acción cometida por un individuo.

#29	(Cuadro de imagen dependiente) El contexto original ilustra (Significado) una imagen fusionada, la cual representa un contexto académico en el cual se emiten comentarios falsos que evocan (Propiedad emotivo-fática) tristeza y lástima.	La intención es el transmitir una serie de emociones (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) alegría, falsa tristeza o preocupación, (Interpretación por terceros) con la intención de engañar o aparentar un sentimiento falso al que en realidad se está percibiendo.
#30	(Cuadro de imagen dependiente) El sentido principal del meme recae en la imagen, (Significado) ya que representa un momento en el que ocurre una acción (tic), que puede ser causa del (Propiedad emotivo-fática) estrés y/o presión laboral.	La situación que se transmite, (Interpretación por terceros) es el realizar una actividad que remunera de manera económica, (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) pero da pereza realizar.
#31	(Cuadro de imagen dependiente) El sentido del principal se ve representado en la imagen, (Significado) ya que el personaje presentado realiza actividades de un modo inconforme y a su vez emite una expresión de (Propiedad emotivo-fática) desagrado.	La intención es el transmitir (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) desagrado (Interpretación por terceros) hacia un acontecimiento cotidiano de la vida laboral.
#32	(Carácter escaso) La intención del meme es el transmitir una respuesta de manera (Propiedad emotivo-fática) asertiva, y de índole injusto, (Significado) hacia una situación laboral.	Se trata de representar una respuesta (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) insolente, ante (Interpretación por terceros) una situación que puede ser de carácter laboral, social y/o estudiantil.
#33	(Contexto evidente) El sentido del meme ilustra el actuar del (Significado) personaje y cómo este recibe una crítica que afecta de forma (Propiedad emotivo-fática) negativa la percepción de sí mismo.	La intención es el transmitir la sensación de sentir (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) vergüenza, confusión, (Interpretación por terceros) sobre un comentario recibido.

#34 	(Contexto escaso) El sentido del meme resalta la expresión de (Propiedad emotivo-fática) saludo, y agrado, (Significado) dirigida hacia un sujeto de carácter agradable.	La intensión es el transmitir un saludo de (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) carácter antipático y sarcástico, (Interpretación por terceros) dirigidos a una persona de carácter desagradable.
#35 	(Contexto evidente) El carácter principal es el transmitir una expresión que permita captar las emociones (Propiedad emotivo-fática) de ira, asombro y/o enojo. (Significado) Que será emitida como comentario, hacia un sujeto en específico.	El carácter principal es el transmitir una expresión (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) burlesca, sarcástica, (Interpretación por terceros) que pueda ser transmitida hacia una persona en específico.
#36 	(Contenido extenso) El sentido principal busca transmitir (Propiedad emotivo-fática) ironía, burla, (Significado) hacia una actitud incipiente cometida por un familiar.	Se representa como una expresión de (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) burla, en una situación que involucre tres personas; (Interpretación por terceros) o puede ser utilizada de forma metafórica, cuando se refiera a pocas personas.
#37 	(Contexto evidente) El enfoque principal se ve ilustrado en las imágenes, (Significado) que representan a las chicas super poderosas y a los gestos emitidos (Propiedad emotivo-fática) de desagrado debido a la llamada recibida.	(Interpretación por terceros) Se representa como una posible gesticulación, y ademanes que pueden ser emitidos, mientras se recibe una orden, u comentario poco (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) agradable.
#38 	(Carácter unilateral) El enfoque principal recae en la expresión del personaje que transmite (Propiedad emotivo-fática) sorpresas, asco, asombro (Significado) debido al comentario desagradable obtenido.	Representa (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) una gesticulación de asombro, (Interpretación por terceros) hacia una actitud poco esperada y/o desagradable.

#39 	(Contexto evidente) El meme transmite una situación de (Propiedad emotivo-fática) desagrado y desprecio, (Significado) cometido o emitido hacia un acontecimiento.	Transmite una (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) actitud burlona y de carácter grosero y antipático, (Interpretación por terceros) como respuesta a una situación ocurrida.
#40 	(Contenido escaso) El sentido principal recae en la imagen, (Significado) que expresa un semblante de (Propiedad emotivo-fática) cansancio y desesperanza emitido.	Transmite una actitud de carácter (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) antipático, cansado y/o irritado, (Interpretación por terceros) hacia una acción u acontecimiento que se espera termine pronto.
#41 	(Cuadro de imagen dependiente) El sentido del meme es el transmitir un gesto de carácter (Propiedad emotivo-fática) triste, (Significado) en el que el personaje capta un suceso de carácter angustioso.	Se representa una expresión de (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) tristeza, y/o decepción (Interpretación por terceros) emitida hacia un comentario de carácter directo.
#42 	(Contexto evidente) El sentido del meme recae en la imagen (Significado) que busca transmitir de una forma más abstracta de la (Propiedad emotivo-fática) presunción y antipatía que ocurre en una situación en específica.	La intención que se le asigna es el ser (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) presuntuoso, burlón (Interpretación por terceros) ante un acontecimiento de la vida cotidiana o que tenga un significado en específico.
#43 	(Contexto versátil) El meme intenta ilustrar una situación (Propiedad emotivo-fática) confusa y dudosa (Significado) para el personaje que piensa minuciosamente la respuesta que debería de proporcionar.	(Interpretación por terceros) La intención es el transmitir una respuesta de carácter (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) lógico y a su vez dudoso e irónico.

#44 	(Significado) La intención del meme es el transmitir un contexto (Propiedad emotivo-fática) triste y arrepentimiento, (proveniente de) ya que el mayor peso se ve representado en la imagen.	La intención que se le otorga es el transmitir una situación de (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) confusión, (Interpretación por terceros) y que en situaciones (académicas, laborales) pueden llegar a ser de gran representación de estrés y/o perjudiciales.
#45 	El meme (contexto versátil) representa un acontecimiento de carácter (Propiedad emotivo-fática) agresivo (Significado) cometido hacia algo en particular que resulta irritante	(Interpretación por terceros) Forma de representar el actuar ante una situación de (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) carácter insoportable o importuno de un modo literal.
#46 	(Significado) El meme resalta el (contexto dependiente) gráficamente el sentido de (Propiedad emotivo-fática) confusión al percibir una acción anormal.	La frase se ve presentada ante situaciones de (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) carácter de emisión dudosas, confusión, (Interpretación por terceros) añadiendo el ademan (de la imagen presentada) como un contexto de comprensión en específico.
#47 	(Cuadro de imagen dependiente) El sentido del meme recae en la representación del personaje (Significado) que emite comentarios (Propiedad emotivo-fática) pasivo-agresivos.	(Interpretación por terceros) La finalidad es el representar con la frase un estado (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) de asombro, irritación, e incluso burla hacia un acontecimiento.
#48 	El sentido principal del meme se enfoca en (Cuadro de imagen dependiente) transmitir de manera gráfica la sensación de (Propiedad emotivo-fática) cansancio y tristeza (Significado) por un acontecimiento esperado.	El humor se ve representado a través de (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) la percepción de la apariencia no tan agradable, (Interpretación por terceros) y como un individuo busca señalar la percepción de su semblante.

#49 	El sentido del meme es (Significado) demostrar de una forma (contexto extenso) “metafórica” el nivel (Propiedad emotivo-fática) decadente socio económico en el que se percibe una persona.	(Interpretación por terceros) Expresión utilizada de manera humorística para sobrellevar un acontecimiento u expresar (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) burla en un tema monetario.
#50 	El carácter representativo (cuadro de imagen dependiente) del meme se ve resaltado con la imagen, que expresa emociones de (Propiedad emotivo-fática) alegría, aburrimiento, (Significado) ante una situación señalada.	(Interpretación por terceros) Representación de emociones (Propiedad emotivo-fática percibida por terceros) (Confusión, alegría, aburrimiento) que sucesos que acontecen de manera aleatoria.

3.7 INTERPRETACIÓN DE DATOS

Resultados de la recolección de ideogramas a través de un corpus lingüístico

Para poder llevar a cabo los análisis proyectados a los ideogramas, fue necesario elegir una muestra que contara con las características necesarias para llevar a cabo un correcto análisis, sin embargo, en un principio resultaba muy complicado determinar qué elementos cumplían con tales requisitos, es por tal motivo que, se optó por crear un Corpus Lingüístico en el cual se concentraran elementos con las características necesarias para llevar a cabo el estudio. Con ayuda de una Rúbrica de Selección de Ideogramas, se logró determinar la muestra para la creación del Corpus, que posteriormente dio paso a una mejor organización y administración de la información de cada elemento digital. Dicho instrumento no sólo permitió documentar información general del objeto de estudio, sino que ayudó a la concepción e identificación de las categorías que posteriormente servirían para estudiar a mayor detalle cada recurso digital; información como: el origen de donde provenía el meme; el número de unidades léxicas empleadas para la construcción del contexto; la viralidad o popularidad del mismo en redes sociales; así como la primer muestra de interpretación superficial, eran elementos que compondrían el diseño del corpus.

Resultados de la categorización de ideogramas

Los datos muestran que cada uno de los ideogramas tomados en cuenta para la realización de este estudio posee una característica que sobresale al momento de compararlas y reagruparlas entre sí; pues, tales elementos funcionan de una manera muy específica dependiendo de su aplicación e interpretación, ya que su carga semántico-pragmática y su carácter emotivo-fático son únicos por cada elemento debido a que estos representan una reacción o sentimiento que surge de alguna situación o fenómeno en particular: “los memes son discursos icono-verbales que se usan para representar una realidad extraída de la cosmovisión popular, por lo que, a más de ser un producto cultural se consideran vehículos para la opinión pública”. (Valverde, 2015)

Al reagrupar cada uno de los ideogramas para analizar una propiedad en particular, se observó que todos los elementos que conformaban un subgrupo actuaban como una unidad más concreta que permitía llevar a cabo un análisis general de dicha propiedad, lo que significa que, al evaluar la misma característica en todos los elementos, ya era posible percibir los ideogramas de tal grupo como una amalgama que podía ser estudiada desde una sola perspectiva, lo que permitió que con sólo una pequeña muestra (uno o dos elementos) del subgrupo se pudiera estudiar la propiedad en cuestión ignorando así los múltiples contextos y situaciones que expresaban los elementos del resto del grupo, pues lo que se evaluaba era la forma en la cual los ideogramas enriquecen los actos comunicativos a partir de cada una de sus propiedades: versatilidad; carácter emotivo-fático; contextualidad, registro del vocabulario; entre otras propiedades que involucran la parte visual.

Se tomaron en cuenta siete propiedades a evaluar por cada uno de los elementos, los cuales a su vez conformaban subgrupos por propiedad cuyo propósito consistía en revelar las dimensiones de las características de los ideogramas, es decir, medir la forma en la que la propiedad del ideograma está presente tanto en lo visual como en lo léxico. Los resultados de la primera categoría que evalúa las unidades léxicas que componen los memes muestran que mientras más unidades (palabras) sean empleadas en el ideograma, mayor complejo y elaborado puede ser el contexto representado o el referente; mientras que los ideogramas que se componen de una cantidad menor a 7 unidades léxicas se definen como muestras de expresión y reacción a alguna situación, lo que hace que sean aún más versátiles para su empleo, puesto que puede ser aplicados como referente en múltiples contextos. Por otro lado, en la categoría que evalúa la parte visual de los ideogramas obtenemos que el cuadro de imagen tiene un rol mucho más importante de lo previsto, ya que complementa la parte textual del mensaje o contexto empleado, haciendo que el carácter emotivo-fático sea percibido a través de la misma imagen, lo cual crea lazos más directos con el referente y hace que las conexiones con el usuario se refuercen al compararlos con las experiencias vividas por parte de los internautas; se establece que el cuadro de imagen facilita en cierto punto el proceso de interpretación del meme, pues algunos por sí mismos tienen la mayor carga semántica reflejada en la imagen, lo cual hace que el texto escrito pase a una categoría de importancia menor para el usuario pues la atención se enfoca en el referente que la imagen evoca.

La categoría que evalúa el registro permite observar que la esencia de los ideogramas es expresar reacciones, sentimientos y evocar a eventos con humor, y para lograr ello, el registro empleado en el vocabulario utilizado debe estar acorde a la comunidad y el medio por el cual es compartido, es decir, que el lenguaje está inteligentemente adaptado para una población en específico cuyo registro y humor es el mismo para poder interpretar el contenido semántico y pragmático del elemento. Es por ello que, existen ideogramas que son difíciles de interpretar debido a que probablemente el receptor no posea el registro adecuado para lograr una interpretación correcta y por ende una comprensión; por su puesto que la ortografía también es un detalle muy importante, y esta es otra propiedad evaluada en los memes. Al menos en la muestra recolectada para el Corpus Lingüístico, existe una mínima cantidad de elementos cuya ortografía no es la adecuada, pero se observa que el uso de una mala ortografía es usado como modo de expresión y asimismo como vehículo para expresar el humor, aunque no se omite el hecho de que también las causas provengan de los malos hábitos de escritura por parte de los creadores. (Salazar M. R. 2017)

Continuando con la evaluación del carácter emotivo-fático de los ideogramas, en esta sección se pudo reconocer que esta propiedad está ligada de manera muy directa al cuadro de imagen ya que esa característica de expresión y tono no puede ser transmitida a través del simple texto escrito, sino que es necesario tener un referente visual para poder percibir esto, lo que se logra con la imagen del ideograma, pues podemos establecer referentes al ver las expresiones de los personajes involucrados, así como se describió anteriormente. Y finalmente, en los análisis de las últimas categorías: versatilidad y contextualidad de los ideogramas, se concretó que para que un meme sea versátil en cuanto a la aplicación de múltiples contextos es necesario que su carga semántica se limite a reacciones, sentimientos o ilustraciones de eventos relacionados a una experiencia que pueda ser evocada por el mismo; segundo, que su registro pueda ser entendible por una comunidad más amplia y no se limite a un grupo social o medio social en específico; y tercero, que su contexto no esté muy cifrado, es decir, difícil de interpretar si no hay conocimiento previo. Con tales elementos a considerar, se puede establecer que un ideograma, en este caso un meme, es versátil ya que puede ser aplicado en diferentes contextos porque su carga semántica expresa una reacción o sentimiento; porque su vocabulario es entendible; y porque su deixis es maleable.

Resultados de los análisis semánticos y pragmáticos

Una vez sintetizada la información del contenido de cada ideograma, los análisis semánticos y pragmáticos fueron llevados a cabo en cada uno de ellos dando como resultado la exposición de los significados intrínsecos del contenido de los mensajes, revelando así las interpretaciones del mensaje principal del meme, los cuales los autores querían transmitir; no obstante, esto último se refleja en el análisis semántico pues es aquí en donde se observa que el propósito de la creación de los mismos favorecen a un proceso de empatía y asimilación de un sentimiento o reacción provenientes de un suceso, por lo que la carga de mensaje contiene únicamente esos elementos que generan una deixis específica a la cual tomar como punto de referencia.

Por su parte, en los análisis pragmáticos, la percepción del contenido cambia drásticamente debido a la propiedad de versatilidad en la aplicación de los ideogramas a distintas situaciones, pues es aquí donde las posibilidades para interpretar el contenido del mensaje se vuelven cada vez más amplias, ya que los receptores ligarán los referentes obtenidos a sus propios conocimientos empíricos, haciendo que haya más de una interpretación posible para un tercero teniendo más de un punto de referencia.

Así que, se puede concretar que debido a las propiedades de versatilidad a la aplicación multicontextual que poseen los ideogramas, es posible obtener más de una interpretación por parte de los receptores, mientras que únicamente existe una interpretación por parte del autor, o en su defecto del emisor del acto comunicativo la cual permanecerá fiel al sentido, sentimiento o reacción emitida en la captura de la obra en la cual el ideograma es basado como referente.

CONCLUSIONES FINALES

En este estudio se confirmó una vez más que el lenguaje está en constante evolución, aun siendo en forma digital, la lengua ha sido adaptada a este nuevo medio. Los usuarios al expresarse enriquecen sus escritos con nuevos recursos que favorecen a una mejor expresión de los mensajes de sus textos, otorgando una identidad propia y un estilo diferente a ese proceso comunicativo, lo que hace que exista una gran diferencia entre el lenguaje escrito en un plano físico y el lenguaje escrito a través de medios digitales como lo son las plataformas de redes sociales actuales. La revolución y evolución de estos medios ha ocasionado que la forma en la que se comunican los usuarios sufra de todo tipo de cambios, unos beneficiosos, pero otros un poco perjudiciales; sin embargo, es inevitable pensar que estos cambios en el lenguaje han ayudado al desarrollo de la misma sociedad, pues con estas nuevas formas de comunicación se crean lazos más estrechos y sólidos al momento de llevar a cabo un acto comunicativo haciendo que ambas partes del acto, emisor y receptor, formen una conexión más fuerte a nivel semántico-pragmático y psicosocial, ya que todos los conocimientos empíricos, la cosmovisión, y la percepción de la realidad logran establecer un grado de empatía en ambos participantes, teniendo como resultado que el flujo e intercambio de información pueda ser concebido tal cual como se lleva a cabo en el plano físico.

Durante esta investigación se abordó como objeto de estudio a los ideogramas como signos lingüísticos que contienen una carga semántica definida previamente por el autor, la cual tiene la facultad de ser o no ser interpretada correctamente por parte del receptor del acto comunicativo si este posee o no los conocimientos empíricos necesarios para llevar a cabo dicha interpretación. Cada ideograma representa una referencia a algún evento o suceso conocido, y puede variar su tipo dependiendo de las propias características del mismo, como lo son su extensión léxica, registro de vocabulario, versatilidad para la aplicación a contextos variados, etcétera. Así que, dependiendo del propósito por el cual el ideograma es creado, el contenido semántico-pragmático será de una u otra forma abstracta, en el aspecto de que su significado se encuentra a merced de la percepción y posterior interpretación del o los receptores. Tal es el grado de complejidad del mensaje de ciertos ideogramas que hacen que funcionen como un

objeto independiente de interpretación que resuelve la necesidad de describirlo con palabras dentro de la conversación, por lo que los usuarios economizan un poco el lenguaje al únicamente utilizar esos referentes dentro de sus actos comunicativos.

Los ideogramas como portadores de un contenido semántico-pragmático predefinido se limitan a ser empleados como referente de un solo evento o grupo social, aunque, es necesario mencionar que el diseño y la creación del mismo jugarán un papel más importante del pensado; esto es, que si un ideograma es diseñado exclusivamente para referenciar un evento que únicamente cierto grupo social conoce, vuelve a este elemento inservible como referente para otro tipo de comunidad, puesto que su creación se habría limitado a un registro específico, una deixis específica, y hasta una fuente un poco más privada a diferencia de los otros ideogramas con carácter multicontextual, los cuales si pueden ser aplicados a diferentes contextos y ser utilizados como vehículos de conexiones referenciales en la comunicación de diversos grupos sociales y hasta generacionales; con estos el proceso de interpretación del mensaje no se cerrará a una deixis específica o un registro específico.

Y una vez comprendidas un poco más las funciones y significados de los ideogramas dentro de las conversaciones, y habiendo estudiado la manera en la cual estos recursos digitales crean referencias a partir de eventos con fragmentos de obras de entretenimiento social, se llevó a una conclusión acerca de estas referencias y su repercusión en el plano social. La inclusión de las referencias hacia la cultura popular dentro de los actos comunicativos permite que los participantes conciban a las mismas referencias como una realidad alterna al momento en el que se lleva a cabo la conversación, pues los ideogramas fungirían como esos signos lingüísticos que evocan a los sucesos previamente vividos o experimentados que vuelven a la conciencia de los participantes creando las relaciones con la referencia y experimentando un sentimiento de empatía que ayuda a comprender en su totalidad el mensaje que el emisor quiere dar a conocer. Es así como estas referencias se vuelven cada vez más recurrentes en las conversaciones de los internautas no sólo dentro de los medios digitales, sino que también se van expandiendo al mundo físico tomando forma de ejemplificaciones que sirven para crear un chiste o darle un grado diferente de humor a la conversación relacionándolo con un evento dentro de la misma cultura popular.

Siendo que la postura final se incline a confirmar que el fenómeno de Economía de Lenguaje si se encuentre presente en los actos comunicativos de todo tipo de internautas y que no se limita únicamente al uso de ideogramas para enriquecer tales procesos, pues se puede lograr esto con la configuración de frases y palabras para tornarlas más cortas y fluidas; o empleando estos recursos como signos lingüísticos cuya carga posee la facultad de ser interpretada como un conjunto de ideas y conceptos que complementan el propósito del mensaje por parte del emisor. Los ideogramas entonces son complementos necesarios para llevar a cabo conversaciones en la actualidad, pues como se ha planteado a lo largo de esta investigación su propósito es de añadir a los actos de comunicación escrita aquellas propiedades del lenguaje oral que no pueden ser expresadas o representadas en el lenguaje escrito, como: tono, emoción, gesticulación, reacción, y sentimiento; lo cual se logra con estos recursos digitales que sirven como referente e ilustración de alguna cita textual por parte del emisor para evocar un suceso.

Satisfactoriamente se ha comprendido con mayor detalle esa carga semántica y pragmática de los ideogramas que no se puede apreciar a simple vista y que necesita ser interpretada con detenimiento, lo que hace que las conversaciones contengan una mayor carga de significados de lo que parece. Queda abierto el camino para que se siga estudiando y analizando esta nueva forma de sustentar y referenciar la información que se libera dentro de los actos comunicativos, pues ahora existen pequeños videos o *shorts* que emplean las redes, y que ahora contienen audio, expandiendo más los rangos de interpretación de los mismos y utilizando el ritmo para permanecer por más tiempo en la memoria de los receptores.

LITERATURA CONSULTADA Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias Chávez, D., Ramos Quispe, T., Núñez Lira, L. A., & Inga Arias, M. G. (2018). El ciberlenguaje juvenil universitario: Análisis de los textos de la página de Facebook "Confesiones". *Propósitos y representaciones*, 6 (2), 339-372.
- Betancourt Arango, A. (2010). El ciberlenguaje como variedad lingüística.
- Cantamutto, L., & Delfa, C. V. (2021). Presentación. De la Ciberpragmática a la pragmática de internet. *Revista de Estudios del Discurso Digital (REDD)*, (4), I-VIII.
- De Luca, N. (2021). Análisis del marcador "tipo" en memes: hacia el concepto de marcador-meme en WhatsApp de interacciones juveniles. *Revista Estudios del Digital (REDD)*, (4), 49-70.
- Escandell Montiel, D. (2012). Ciberpragmática en ELE: aspectos fundamentales para una comunicación digital. *Biblioteca virtual red. ELE*.
- Valverde K. (2015). Cuenca dentro de las redes sociales. Los memes: ¿un reflejo de nuestra cultura? (Doctoral dissertation, UNIVERSIDAD DE CUENCA).
- Fernández, I. B., & Rodrigo, E. M. (2010). Ciberlenguaje y principios de retórica clásica: redes sociales: el caso Facebook. *Enl@ce: revista venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 7 (2), 47-61.
- González Pablos, A. (2020). Caracterización pragmática del humor de la sociedad española a través del estudio de los memes de Internet.
- Guzmán-Simón, F., & García-Jiménez, E. (2014). Los hábitos lectoescritores en los alumnos universitarios. *Revista electrónica interuniversitaria de formación del profesorado*.

rado, 17(3), 79-92.

Irrazabal Paz, M. F., & Loutayf, M. S. (2015). La 'alfabetización' en el siglo XXI: El desarrollo de habilidades digitales en la enseñanza de lectura y escritura. In Actas del Congreso Nacional Cátedra UNESCO Subsede Rosario" La lectura y la escritura en las sociedades del siglo XXI".

Lumbi Hidalgo, S. J. (2020). El ciber lenguaje y su relación en la redacción académica (Master's thesis).

Márquez Jiménez, A. (2017). Sobre lectura, hábito lector y sistema educativo. Perfiles educativos, 39(155), 3-18.

Moreno, I. O. (2014). Nuevas tecnologías y procesos de lectura/escritura: panorama y aplicaciones. In Humanidades Digitales: una aproximación transdisciplinar (pp. 85-98). SIELAE.

Slunka Urzúa, J. D., & de Luxán Hernández, L. (2022). Las redes sociales y el ciberlenguaje la comunicación a través de Instagram: un estudio centrado en más de cien sujetos. Revista Inclusiones.

Sosa Arévalo, J. E. (2020). El chat en las redes sociales y los hábitos de lectura y escritura de los estudiantes del séptimo año de educación básicas de la Escuela Ciudad de Ventanas, del Cantón Ventanas, Provincia de Los Ríos (Bachelor's thesis, Babahoyo: UTB, 2020).

Vila Ponte, J. J. (2018). La terminología de las redes sociales digitales: estudio morfológico-semántico y lexicográfico.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
México.

ANEXOS

CORPUS LINGÜÍSTICO DE IDEOGRAMAS

#1	Origen (extracción): Película “¿Dónde están las rubias?” (título en español latino) Tipografía: OPTIIgnite Unidades léxicas: 2 Propiedad emotivo transmitida: -fática Asombro, sorpresa, sentido de incredulidad	 Escena de la película “White chicks”, el dialogo se reproduce en el minuto 45, en el cual el personaje de Latrell (Terry Crews) expresa sorpresa al ver el personaje de Marcus (Marlon Wayas) ingerir comida en exceso (2004).
#2	Origen (extracción): Caricatura “La Pantera Rosa” Tipografía: Sans serif Unidades léxicas: 20 Propiedad emotivo transmitida: -fática Tristeza, cansancio	“Voy a gastar mi dinero, total no sabemos si mañana estaremos vivos” Yo vivísimo y sin dinero al día siguiente: 
	Deixis: Arrepentimiento de un acontecimiento sucedido Viralidad: 3,500 v.c.	The Pink Panther Show, episodio 24 “Sueño rosa”. En dicho episodio la pantera rosa no puede dormir ya que hay un gato maullando. La primera emisión del programa fue el 6 de septiembre del año 1969 en televisión estadounidense.

#3	Origen (extracción): Genérico (Instagram) Tipografía: Taberna Unidades léxicas: 2 Propiedad emotivo transmitida: -fática Preocupación, arrepentimiento	 Personaje que se hizo viral en el 2019, ya que el dueño de “Balltze” (un perro de raza Shiba Inu) posteó en Instagram una foto del canino sentado. Dicho canino fue utilizado en distintos memes debido a sus simpáticos gestos. Actualmente el canino tiene 12 años, los cuales cumplió el 9 de enero.
#4	Origen (extracción): Genérico Usuario @heresyourmonkey-content (TikTok) Tipografía: Sans serif Unidades léxicas: 19 Propiedad emotivo transmitida: -fática Sorpresa, confusión	Cuando no renuncié a mi trabajo por esperar el bono navideño y el jefe aparece con cajas de pizza. 🍕  Es el personaje de una cuenta de TikTok que basaba su contenido en la vida de George (el mono). Personaje que se hizo viral en redes sociales realizando acciones.
#5	Origen (extracción): Los Simpsons (Serie) Tipografía: Branding SF narrow bold otf Unidades léxicas: 9 Propiedad emotivo transmitida: -fática Asombro, sorpresa, sentido de incredulidad, decepción, conformidad obligada	 Serie animada “The Simpsons”, capítulo “Un nuevo hogar” (Helter Shelter); en dicho fragmento los personajes (la familia Simpson) están en busca de un lugar en el cuál vivir. Serie creada por Matt Groening, a través de la cadena televisiva Fox.

Origen (extracción): @bomboclaa Usuario de Twitter Tipografía: Sunset serial heavy Unidades léxicas: 22 #6 Propiedad emotivo transmitida: -fática Asombro, confusión, admiración	¿A dónde irías si te da coronavirus? - Al mejor hospital de México ¿Y por que pusiste ir a toserle a mi ex? 
Deixis: Confusión hacia una respuesta dada. Viralidad: 10,600 v.c.	La imagen se hizo viral por la cuenta de @bomboclaa; cuya cuenta difunde imágenes de felinos en la cual le da un contexto cómico.
Origen (extracción): El Show de los Muppets Tipografía: Tondo regular Unidades léxicas: 15 #7 Propiedad emotivo transmitida: -fática Ansiedad hacia obtener algo, confusión, interés	Quando estás intentando ahorrar y escuchas esa voz dentro de tu cabeza que dice: “cómpralo” 
Deixis: Situación de aceptación he identificación, hacia una actitud realizada. Viralidad: 5,981 v.c.	Fragmento extraído de la serie “El show de los Muppets”, en el cual el personaje de Kermit la rana, interactúa con su némesis Constantine.
Origen (extracción): Compañía IKEA Tipografía: Aristotélica pro text con Unidades léxicas: 7 #8 Propiedad emotivo transmitida: -fática Preocupación, sorpresa, temor.	
Deixis: Sorpresa ante un acontecimiento que irradia temor Viralidad: 12,500 v.c.	Es un peluche de un orangután que pertenece a la compañía IKEA, el cual pertenece a la colección de DJUNGESKOG. Se volvió viral en redes sociales, creando diálogos ficticios que encajan a la perfección con las facciones del peluche.

#9	Origen (extracción): Grupo de Facebook “OK chicas” Tipografía: Luxury diamond Unidades léxicas: 19 Propiedad emotivo transmitida: -fátiga Presunción y burla	MI SOBRINO Y YO LLEGANDO DE LA TIENDA CUANDO SU MAMÁ CLARAMENTE ME DIJO QUE NO LE COMPRARA DULCES 
	Deixis: Representa la burla hacia una acción que se pidió no se cometiera. Viralidad: 5,473 v.c.	La imagen de Jorge Van Ranquin y George el mono crean una símil. El fragmento en el que el conductor de televisión Jorge van ranquin participa fue tomado de uno de los sketches en lo que participó. En cuanto al mono George tomaron el fragmento de la cuenta de TikTok @heresyourmonkeycontent, para luego unirlos y formar el meme conocido.
#10	Origen (extracción): TVG televisora de Guanajuato Tipografía: Noto sans Unidades léxicas: 18 Propiedad emotivo transmitida: -fátiga Incredulidad y burla	-Seño, ¿qué opina de los que regresan con sus ex porque les juran que ya van a cambiar? ... 
	Deixis: Burla hacia una las creencias ajenas. Viralidad: 3.677 v.c.	Es una televisora guanajuatense, que realizó entrevistas a una señora que vendía yerbas. En esta, se le cuestionaba cómo afrontaba en ese momento la cuarentena por COVID-19 y en dicha entrevista promocionó su negocio y contestó a una de las preguntas del entrevistador con la frase que la haría viral en redes sociales.
#11	Origen (extracción): Sabrina la bruja adolescente (Serie) Tipografía: Duera normal of Unidades léxicas: 10 Propiedad emotivo transmitida: -fátiga Exigencia, impaciencia. Deixis: Demostrar impaciencia hacia algo que se quiere. Viralidad: 10,204 v.c.	Saquen el recalentadoooooo  Salem el gato , personaje secundario de la serie “Sabrina The Teenage Witch ”. Dicho personaje aparece constantemente en la serie y pasa por diferentes acontecimientos que lo pueden llegar a beneficiar o no.

#12	Origen (extracción): Grupo de Facebook “Ok Chicas” Tipografía: Luxury diamond Unidades léxicas: 15 Propiedad emotivo transmitida: -fática Expresa relajación, resignación	MIS AMIGAS Y YO DESPUÉS DE ESTAR HORAS HABLANDO DE CHISMES AJENOS  Fragmento tomado de la serie The Nanny (La Nana Fran), el cual permite señalar un contexto entre amistades y lo que sucedería en esta reunión.
#13	Origen (extracción): Genérico – La Familia P.Luche Tipografía: Manual round Unidades léxicas: 16 Propiedad emotivo transmitida: -fática Alegría, desdén	El cliente: si no me atienden rapido me voy a ir. Yo:  Fragmento tomado de la serie mexicana La familia P.Luche, dicha serie tuvo una duración en emisión desde el 2002 hasta el 2012.
#14	Origen (extracción): Facebook - Genérico Tipografía: Flowy sans regular rust off Unidades léxicas: 19 Propiedad emotivo transmitida: -fática Felicidad, astucia, compañerismo	Mis amixes bien felices y yo porque corrimos a la c4strosa del equipo y sacamos 10 en el proyecto  Master Chef Celebrity, programa mexicano transmitido por el Canal Uno, en dicha emisión participaron “celebridades” de la televisión mexicana.

#15	Origen (extracción): Facebook - Genérico Tipografía: Agape otf Unidades léxicas: 12 Propiedad emotivo -fática transmitida: Ira, frustración, resignación y tranquilidad Deixis: Pérdida del control de emociones al ocurrir algo inesperado Viralidad: 8,455 v.c.	Cuando empiezas a aprender a manejar tus emociones:  Hércules, filme estadounidense transmitido en el año 1997. Escena que representa al dios Hades, enojado por un acontecimiento que no ocurrió a como lo esperaba.
#16	Origen (extracción): Facebook - Genérico Tipografía: Decour complete condensed Unidades léxicas: 14 Propiedad emotivo-fática transmitida: Sorpresa Deixis: Sorpresa hacia una acción cometida Viralidad: 12,807 v.c.	Cuando me doy cuenta que gasté el poco dinero que tenía en cosas innecesarias.  Fragmento tomado del programa japonés, para niños "Niños en crecimiento" capítulo 1 (mucho gusto), nombre dado en Latinoamérica. El momento en que Pedro (el mono) presenta a un nuevo compañero y su maestra lo regaña. Debido a sus facciones si expresión se hizo viral.
#17	Origen (extracción): Facebook - Genérico Tipografía: Hellrock regular Unidades léxicas: 9 Propiedad emotivo -fática transmitida: Confusión Deixis: Momento en el que se realiza una mala lectura, cambiando el dignificado original por uno más vulgar. Viralidad: 9,216 v.c.	 Fragmento tomado de la serie mexicana "El chavo del 8", creada y protagonizada Roberto Gómez Bolaños (Chespirito), fragmento del capítulo 171 (confusión de cartas).

#18	Origen (extracción): @iamcardib usuario de Instagram Tipografía: Unica77 bold Unidades léxicas: 20 Propiedad emotivo transmitida: -fática Burla Deixis: Momento en el que se que transmite burla hacia algo o alguien para que realice una acción Viralidad: 10,564v.c.	Dice mi mami que te pongas a estudiar porque no te va a dar dinero para la boleta de reposición  Imagen compartida por la rapera Cardi B, en el año del 2018. La foto fue acompañada por el mensaje “mi mamá dice que todos tienen que jugar conmigo.”
#19	Origen (extracción): Película Barbie Fairytopia mermaidia Tipografía: DOPKoprun solid otf Unidades léxicas: 11 Propiedad emotivo transmitida: -fática Alegría Deixis: Desdén o mínima importancia hacia una acción que contuvo una reacción con anterioridad. Viralidad: 5,870 v.c.	Yo después de darle un zapo a mi perro por mordarme  Fragmento extraído de la película Barbie Fairytopia mermaidia . En la imagen original se ve al personaje bubble comiendo frutas que se encuentran en el fondo del mar y poseen el poder de otorgar el don de canto a todo aquel que consuma el fruto.
#20	Origen (extracción): serie Barney y sus amigos Tipografía: DOPKoprun solid otf Unidades léxicas: 18 Propiedad emotivo transmitida: -fática Frustración , ira. Deixis: Momento en el que se intenta actuar de cierta forma esperada y se muestra frustración por no poder actuar como tal. Viralidad: 6,879 v.c.	Cuando intento comportarme como un ser de luz, pero la gente sigue probando los límites de mi paciencia.  Fragmento tomado de la serie Barney y sus amigos, serie emitida en el año 1992, dicha imagen fue editada en diferentes contextos y añadiéndole más objetos, para encajar acorde al texto establecido.

#21	Origen (extracción): usuario de Facebook Tipografía: Neue helvética Unidades léxicas: 10 Propiedad emotivo transmitida: -fática Ira, hermandad, frustración.	Mi hermana y yo En fotos En la vida real 
	Deixis: Momento en el que se compara Viralidad: 13,467 v.c.	Fragmento extraído de un video publicado en Facebook por el padre de las niñas. Son unas niñas brasileñas (María Eduarda y María Antonia) las cuales se hicieron virales en el año 2020, debido a que la mayor le apagó las velas de su pastel y la menor se enojó y le jaló los cabello en forma de venganza.
#22	Origen (extracción): Película Matilda Tipografía: OPTIIgnite Unidades léxicas: 12 Propiedad emotivo transmitida: -fática 9345	—¡QUÉ BONITO ESTÁ TU PERRO! —¡GRACIAS! LO COMPRÉ EN... 
	Deixis: Representación de una actitud arrogante hacia algo que suena indebido. Viralidad: 5,870 v.c.	Fragmento obtenido de la película Matilda, Dicho fragmento de la película contiene un contexto diferente. Emma Thompson(Troncha toro) cuestiona a una niña, para luego lanzarla al darle vueltas con sus trenzas.

#23	Origen (extracción): Película Chucky el muñeco diabólico Tipografía: Paradise point extended Unidades léxicas: 22 Propiedad emotivo transmitida: -fática Presunción, arrogancia. Deixis: Crítica hacia la acción cometida por alguien, aparentando olvidar un acontecimiento con el que crecieron. Viralidad: 8,920 v.c.	Cuando pasan 6 Meses en Otro Pais y luego Regresan en Navidad  fragmento tomado de la película Child's play (Chucky el muñeco diabólico), momento en el que el muñeco trata de transferir su alma al cuerpo de un niño. Fragmento editado por un usuario de Twitter .
#24	Origen (extracción): Caso cerrado Tipografía: Madrid grunge Unidades léxicas: 2 Propiedad emotivo transmitida: -fática Sorpresa, fastidio, enojo. Deixis: Sorpresa y resignación hacia un acontecimiento que pasará. Viralidad: 12,400 v.c.	CUANDO TE DAS CUENTA QUE MANANA ES LUNES  Fragmento obtenido del programa caso cerrado. Dicho programa realiza capítulos con simulación de una corte estadounidense. En el capítulo le lanzan agua al actor Jay Colindres(estaban alegría) y responde con la épica frase ¡estúpida, mi pelo, idiota!
#25	Origen (extracción): series Derbez en cuando Tipografía: Clandestina sc Unidades léxicas: 11 Propiedad emotivo transmitida: -fática Decepción Deixis: Representa una expresión de asombro hacia acción presentaba una solución. Viralidad: 5,870 v.c.	cuando ya te pusiste la chida y aun así tienes frio  Sammy Pérez actor mexicano. Frase icónica que el actor decía y que fue utilizada en diferentes contextos.

#26	Origen (extracción): Barbie dream house Tipografía: News cycle Unidades léxicas: 10 Propiedad emotivo transmitida: -fática Decepción y aceptación	Yo siento que con más que trabajo nunca tengo el dinero 
	Deixis: Aceptación hacia la acción de obtener pocos ingresos. Viralidad: 11,355 v.c.	Barbie dream house, transmitida por el canal de cartoon network, en el cual se aprecia la vida diaria de barbie y sus amigos. Serie transmitida en el año 2012. Dicho fragmente se hizo viral por el contexto que presenta la imagen.
#27	Origen (extracción): Película “¿Dónde están las rubias?” (título en español latino) Tipografía: OPTIIgnite Unidades léxicas: 2 Propiedad emotivo transmitida: -fática Asombro, sorpresa,	CUANDO TE ENTERAS QUE EN EL NUEVO LIBRO DE TWILIGHT EDWARD SERÁ EL "HUMANO" Y BELLA "EL VAMPIRO"... 
	Deixis: Momento en el que se señala el cambio de personajes de una historia Viralidad: 6,890 v.c.	Fragmento obtenido de la película de la saga crepúsculo-eclipse. En dicho fragmento se hace referencia al nuevo libro que tendrá una nueva perspectiva de los personajes.

#28	Origen (extracción): JeffreStar canal de YouTube Tipografía: helvetica Unidades léxicas: 13 Propiedad emotivo transmitida: -fática sorpresa, admiración	"Solo me voy a consentir un poquito hoy" -Muy bien, su total son 3,937 
	Deixis: Sorpresa hacia un acontecimiento realizado. Viralidad: 5,678 v.c.	Jeffree Star, youtuber makeup artist, realiza video reacciones en su canal de YouTube, debido a sus divertidos gestos se volvió viral
#29	Origen (extracción): Hora de faro Tipografía: Pawl Slim regular Unidades léxicas: 14 Propiedad emotivo transmitida: -fática Tristeza y burla	— Encuesta de la beca: ¿En qué trabaja tu papá? — Yo: ¿Qué es un papá?  Deixis: Burla hacia una pregunta de carácter serio Viralidad: 5,870 v.c. Cantante brasileña Joelma. participó en un programa de variedades brasileño(Hora de faro), en el cual fue realizando gestos conforme la transmisión avanzaba y los internautas editaron sus fotos.
#30	Origen (extracción): serie Yo soy Betty, la fea. Tipografía: OPTIlgnte Unidades léxicas: 12 Propiedad emotivo transmitida: -fática Flojera, tristeza y decepción.	Quando te da mucha flojera en el trabajo, pero necesitas el dinero.  Deixis: Decepción hacia no poder realizar una acción que trae consecuencias. Viralidad: 13,587 v.c. Yo soy Betty, la fea. Serie colombiana, producida por Fernando Gaitán, emitida en el año 2010. Debido a la popularidad que alcanzó con el tiempo, muchos fragmentos se volvieron virales.

#31	Origen (extracción): serie bob esponja Tipografía: helvetica Unidades léxicas: 13 Propiedad emotivo transmitida: -fática Enojo, rabia, desespero.	Cuando sigue entrando gente a comprar y solo faltan 8 horas para cerrar xd. 
#32	Deixis: Decepción y enojo hacia una actividad cometida por un individuo. Viralidad: 8,000 v.c.	Fragmento extraído de la serie de Nickelodeon (Bob Esponja), en la cual dicho personaje Calamardo es un pulpo malhumorado, y que toda acción o comentario realizado por el personaje principal Bob Esponja le ocasiona desagrado.
#32	Origen (extracción): serie Drake and Josh Tipografía: Noto sans Unidades léxicas: 16 Propiedad emotivo transmitida: -fática Sarcasmo, egocéntrica.	La Teacher: Oye tú no has comprado el workbook Yo:  Lo sé, así ahorro un poco
#33	Deixis: Representación de una respuesta de contexto sarcástico y a su vez asertivo, hacia un comentario obtenido. Viralidad: 5,870 v.c.	Fragmento obtenido del capítulo siete de la temporada tres de Drake & Josh, en el cuál Josh le dice a su jefa Hellen que solo le pagó tres días, pero él trabajó cinco. Y ella responde con la frase “Lo sé, así ahorro un poco”, que se volvería viral en las redes sociales y sería utilizada en distintos contextos.
#33	Origen (extracción): Tom & Jerry Tipografía: Volkart Unidades léxicas: 14 Propiedad emotivo transmitida: -fática vergüenza, decepción.	Cuando todos me vean después de la cuarentena y me digan, “¿Que te panzó?” 
	Deixis: Representación de sentir vergüenza, asombro y tristeza, por un comentario de contexto crítico. Viralidad: 6,589 v.c.	Dicho fragmento fue extraído de la serie animada Tom & Jerry. Debido a la edición que existe esta fue una de las variantes que más viralidad obtuvo en el internet.

#34	Origen (extracción): La Casa de las Flores Tipografía: DOPKoprun solid otf Unidades léxicas: 17 Propiedad emotivo transmitida: -fática Sarcasmo y aceptación	Cuando tu mejor amiga dice que saldrá con su ex  Sa lú da me al ca cas
	Deixis: Comentario emitido con sarcasmo, tratando de compartir un tono monótono al emitir un comentario Viralidad: 12,359 v.c.	Frase y fragmento extraído de la serie La casa de las flores, serie original de Netflix. Frase dicha por Paulina de la Mora (Cecilia Suárez) en la que se despide de su padre, y añadiendo a la despedida el saludo a el “cacas”, un reo que le había señalado su parecido con la cantante Julieta Venegas.
#35	Origen (extracción): Grupo de Facebook “Ok Chicas” Tipografía: Clutch sans bold otf Unidades léxicas: 19 Propiedad emotivo transmitida: -fática sorpresa, sarcasmo	CUANDO MI MAMÁ AZOTA LAS OLLAS, LAS SILLAS Y DICE INDIRECTAS PARA QUE ME DESPIERTE 
	Deixis: Se representa una respuesta de manera de incomodo y disgusto, hacia la acción cometida por alguien más. Viralidad: 13,689v.c.	
#36	Origen (extracción): Grupo de Facebook “Ok Chicas” Tipografía: Clutch sans bold otf Unidades léxicas: 19 Propiedad emotivo transmitida: -fática Sarcasmo, burla.	YO QUERIENDO HACER UNA FIESTA PARA MI CUMPLE 
	Deixis: Representación de un comentario sarcástico como respuesta hacia la acción cometida de alguien más. Viralidad: 14,578v.c.	Fragmento obtenido de la primera temporada de La Casa de las Flores, en el cual, Paulina de la Mora (Cecilia Suárez) empieza a discutir con su hermano Julián (Darío Yazbek) y este la elimina del grupo de la familia y la actriz dice la icónica frase “ay por favor, Julián. Somos tres ni al caso”

#37	Origen (extracción): Rosalía concierto Tipografía: Pawl Slim regular Unidades léxicas: 11 Propiedad emotivo transmitida: -fática Burla, incomodidad, disgusto	bombón burbuja y bellota cada vez que el alcalde las llamaba 
	Deixis: Representa la incomodidad de manera gesticulada hacia la acción que otra persona cometió. Viralidad: 13,439v.c.	Fragmentos extraídos del Tour mundial (Motomami) de la cantautora Rosalía, dicho tour fue adaptado a un formato de video, con una gran pantalla blanca de fondo, que permitiera que el contenido tomado por los asistentes se adaptara a la difusión de video, a través de redes sociales.
#38	Origen (extracción): Ventaneando Tipografía: News cycle Unidades léxicas: 8 Propiedad emotivo transmitida: -fática Asombro, asco, rareza y sorpresa.	Maeto me hici popo El profe de uni: 
	Deixis: Es un contexto de asombro y asco, emitido hacia el comentario emitido por alguien. Viralidad: 9,500v.c.	Fragmento obtenido del programa Ventaneando, en el cual el conductor Pedro solo realiza cierto gesto de sorpresa u asombro. Debido a los gestos tan expresivos que el conductor realiza se volvió viral en redes sociales
#39	Origen (extracción): The Real Houswives of Beverly Hills-fragmento extraído de twitter. Tipografía: OPTIIgnite Unidades léxicas: 2 Propiedad emotivo transmitida: -fática Asombro, sorpresa, sentido de incredulidad Deixis: Momento en el que se descubre algo inesperado y difícil de asimilar. Fuera de lo común. Viralidad: 13,578v.c.	Me dijiste que tenias mucho dinero Que pagar  El contexto original de la imagen surge del programa The Real Houswives of Beverly Hills, Esta imagen del programa fue unida con la del gato blanco, que fue obtenida de la red social Tumblr.

#40	Origen (extracción): You (Netflix Serie) Tipografía: DOPKoprund solid otf Unidades léxicas: 13 Propiedad emotivo transmitida: -fátiga Cansancio, decadencia, desesperanza.	Enero del 2020: -Tercera Guerra mundial -Coronavirus -Alerta de Tsunami El mundo:	
#41	Origen (extracción): Película “¿Dónde están las rubias?” (título en español latino) Tipografía: OPTIIgnite Unidades léxicas: 2 Propiedad emotivo transmitida: -fátiga Asombro, sorpresa, sentido de incredulidad	YO: ¿vamos a trabajar el Viernes Santo? JEFE: ¿Eres santo? YO: No!! JEFE: entonces te espero TEMPRANO! YO:	
#42	Origen (extracción): Bob esponja serie Tipografía: Pawl Slim regular Unidades léxicas: 6 Propiedad emotivo transmitida: -fátiga Antipatía, ironía, burla	Que se note el aguinaldo micelías	
	Deixis: Representación de una demostración de carácter burlón y presumido. Viralidad: 13,000 v.c.	El fragmento fue tomado de la segunda temporada de You, una serie producida por Netflix. La gesticulación de la actriz Victoria Padretti y el ingenio de un internauta, dio paso a un ideograma que tomaría tendencia en las redes sociales y expresaría la icónica frase “wey ya”. Fragmento obtenido de la película Spider-Man, en el cual Peter (Tobey Maguire) observaba al cuerpo inerte de su tío Ben (Cliff Robertson). Dicho fragmento se haría viral años después del lanzamiento de la primera película de Spider-Man El origen del fragmento fue tomado del programa Bob Esponja, se distorsionó la apariencia del personaje Patricio. La apariencia se cambió al estilo buchón, término adaptado en la cultura popular mexicana, al que se refiere a una persona arreglada de una forma exagerada y llamativa.	

#43	Origen (extracción): película ¿Qué pasó ayer? Tipografía: Madrid grunge Unidades léxicas: 2 Propiedad emotivo transmitida: -fática	CUANDO LLEGAS A TU CASA Y TU MAMA TE PREGUNTA SI YA LLEGASTE 
	Deixis: Representación de una respuesta de carácter dudoso. Viralidad: 5,870 v.c.	Fragmento obtenido de la película ¿Qué pasó ayer? The Hangover: part III. Momento en el que Leslie Chow(Ken Jeong) responde de manera dubitativa , Dicho fragmento se volvió popular en redes sociales.
#44	Origen (extracción): Película “Intelligent Students”, Tipografía: DOPKoprun solid otf Unidades léxicas: 19 Propiedad emotivo transmitida: -fática	— Por favor, no vaya a dañar el formulario ya que no hay más. —Ok, gracias. Nombre: Sebastian Vega Apellido: 
	Deixis: Representación de ademanes furiosos, debido a un error cometido. Viralidad: 6,800 v.c.	Fragmento fue obtenido de una película nigeriana “Intelligent Students”, en el cual el actor Chinedu Ikedieze abre una caja donde guardaba sus ahorros y se da cuenta que desaparecieron, dicho fragmento en específico se volvería popular en redes sociales añadiéndoles diferentes contextos.
#45	Origen (extracción): Presentación de los Oscar Tipografía: Clandestina sc Unidades léxicas: 5 Propiedad emotivo transmitida: -fática	
	Deixis: Agresión de manera ficticia, y reacción sobre un acontecimiento. Viralidad: 10,000 v.c.	Acontecimiento que ocurrió en la presentación de los Oscar, en el cuál Will Smith reacciona dándole una cacheta al comediante Chris Rock, debido a que el comediante realizó un comentario ofensivo sobre la apariencia de su esposa.

#46	Origen (extracción): usuario de twitter @fearless_keish Tipografía: Madrid grunge Unidades léxicas: 2 Propiedad emotivo transmitida: -fática	
	Deixis: Ademan y reacción de forma dudosa, debido a un suceso acontecido. Viralidad: 8,600v.c.	Foto extraída de Instagram @fearless_keish y tomada en 2014. Titulada en Estados Unidos como “Confused black girl”.
#47	Origen (extracción): Hora de aventura Tipografía: Decour complete condensed Unidades léxicas: 3 Propiedad emotivo transmitida: -fática	
	Deixis: Aceptación sobre un suceso acontecido Viralidad: 5,633v.c.	Fragmento obtenido de la serie Hora de aventura. Dicho personaje se volvió famoso en redes sociales, debido a las acciones y comentarios pasivo agresivos que el personaje emitía.
#48	Origen (extracción): serie “La casa de los famosos” Tipografía: DOPKoprund solid of Unidades léxicas: 9 Propiedad emotivo transmitida: -fática	Todos: “¡Animo, ya casi es fin de semana!” Yo: 
	Deixis: Sentimiento de decepción y decadencia debido a la aceptación de la realidad. Viralidad: 11,000.	El fragmento fue extraído de la serie transmitida las veinticuatro horas a través de televisora Telemundo, en dicho programa acudieron diecisiete personalidades de habla hispana, en el cual deben de convivir las veinticuatro horas y sin salir de la casa.

#49	Origen (extracción): serie “Yo soy Betty, la fea”. Tipografía: Decour complete condensed Unidades léxicas: 26 Propiedad emotivo transmitida: -fática Enojo, desprecio, tristeza, incompreensión	Cuando no pasa ni una semana desde que pagaron y ya se te acabó el sueldo 				
	Deixis: Expresión de enojo y llanto ante un acontecimiento de la vida laboral. Viralidad: 7,854 v.c.	Fragmento extraído de la serie colombiana Yo soy Betty, la fea . En dicha serie Patricia Fernández(Lorna Cepeda) le pide dinero prestado a su mejor amiga Marcela Valencia(Natalia Ramírez), debido a que su sueldo no le alcanza .				
#50	Origen (extracción): serie “El juego del calamar ” (오징어 게임) Tipografía: Unica77 bold Unidades léxicas: 10 Propiedad emotivo transmitida: -fática Confusión, alegría, remordimiento	<table><tr><th>Mi energía todo el año</th><th>Mi energía el 31 de diciembre</th></tr><tr><td></td><td></td></tr></table>	Mi energía todo el año	Mi energía el 31 de diciembre		
Mi energía todo el año	Mi energía el 31 de diciembre					
						
	Deixis: Representación de las emociones emitidas en un día en específico de celebración. Viralidad: 14,000 v.c.	Fragmentos extraídos de la serie coreana el juego del calamar, debido a que en su momento fue la serie número uno de Netflix vista mundial mente, fragmentos serían tomados y se volverían virales en redes sociales, dando paso a ideogramas como el presentado				