



Análisis semiológico del uso de stickers

Semiological analysis of the use of stickers

Diana Stefany Garcete Villar¹

Instituto Nacional de Educación Superior Dr. Raúl Peña: Asunción, Paraguay

garcetedia@gmail.com

Resumen

El presente artículo, enmarcado en una investigación documental, tiene como propósito analizar propuestas teóricas acerca el estudio semiológico de los *stickers* en los entornos digitales; para la construcción de la significación de estos signos es preciso discernir la relación de semejanza entre el significado y el significante, las funciones del lenguaje que cumplen y la intención comunicativa con la que son utilizados dentro de un contexto de uso real de comunicación. El método para la obtención de datos empleado en este artículo de revisión es la investigación documental de contenido. En este sentido, se utilizaron textos impresos y electrónicos que permitieron organizar de forma analítica y crítica la información recogida según autores. Se concluye que para realizar un análisis exhaustivo es preciso complementar la teoría semiótica con teorías pragmáticas y lingüísticas mencionadas.

Palabras clave: semiológico, significación, comunicación, *stickers*.

¹ Estudiante de la Licenciatura en Lengua Castellana del INAES.

Abstract

The purpose of this article, framed in a documentary investigation, is to analyze theoretical proposals about the semiological study of stickers in digital environments; To construct the meaning of these signs, it is necessary to discern the relationship of similarity between the meaning and the signifier, the language functions they fulfill, and the communicative intention with which they are used within a context of real communication use. The method for obtaining data used in this review article is content documentary research. In this sense, printed and electronic texts were used, which allowed the collected information to be organized analytically and critically according to authors. It is concluded that to carry out an exhaustive analysis it is necessary to complement semiotic theory with pragmatic and linguistic theories.

Keywords: semiological, significance, communication, stickers.

Introducción

La comunicación es un fenómeno fundamental para el desarrollo de las sociedades, siendo este el principal medio de conexión entre los individuos. En cuanto a la comunicación escrita, a partir de su invención en la Edad Antigua, ha permitido conservar y compartir ideas y conocimientos a través del tiempo y del espacio.

Resulta interesante que algunos sistemas de escrituras más antiguos, es decir, de las primeras civilizaciones, fueron a través del uso de signos no lingüísticos o representaciones gráficas simbólicas. Con el paso del tiempo, la escritura fue evolucionando y adaptándose a las necesidades comunicativas del hombre hasta convertirse en lo que conocemos hoy día, un sistema de signos que forma parte de un código lingüístico.



Asimismo, los avances tecnológicos han supuesto cambios significativos en la sociedad y en el ámbito de la comunicación, implica la aparición de nuevos recursos semióticos en la codificación de los mensajes digitales, entre ellos, los *stickers*.

Esta investigación indaga sobre el análisis semiológico de signos no lingüísticos –*stickers*– utilizados en WhatsApp, partiendo del concepto de significación propuesto por el semiólogo Roland Barthes.

Así también, el propósito con el que se realiza este trabajo es conocer la interacción del uso de los *stickers* en el proceso comunicativo.

La metodología empleada es la revisión documental referidas a las teorías relacionadas al estudio semiológico del lenguaje.

Marco referencial

El estudio semiológico es un tipo de análisis que centra su atención en el uso de los signos en la vida social. Dentro del proceso comunicativo implica la observación de la producción, transmisión e interpretación de la significación de los signos, teniendo en cuenta los distintos contextos en los que se desarrolla. Es fundamental aclarar que el estudio no se limita al lenguaje verbal, sino también a los sistemas no lingüísticos, como las imágenes, colores y gestos.

Para la semiología es fundamental conocer cómo se construye el sentido de los signos, decodificar su significación para entender qué buscan transmitir los mensajes y la función que desempeñan como parte de un lenguaje producto de la expresión del pensamiento.

Roland Barthes retoma y desarrolla las ideas propuestas por Saussure y las presenta desde la teoría estructuralista semiótica, para el lingüista «la semiología tiene por objeto todos los sistemas de signos, cualquiera que fuere la sustancia

y los límites de estos sistemas: las imágenes, los gestos, los sonidos melódicos, los objetos y los conjuntos de estas sustancias (...)» (1971, p. 13).

A partir de este concepto se busca conocer cómo se forma el sentido de los signos, decodificar su significación para entender qué buscan transmitir los mensajes y la función que desempeñan como parte de un lenguaje producto de la expresión del pensamiento.

Considerando a los *stickers* como pequeñas imágenes o animaciones digitales, estos pertenecen a representaciones analógicas (no poseen doble articulación o combinación de unidades lingüísticas), a pesar de eso, actualmente, dentro de la comunicación digital desarrollan una riqueza en su significación con respecto al mensaje.

Barthes designa el término significación del mito para referirse al proceso de otorgar un valor cultural o social a un signo que transmite un significado literal e ideológico. Se denomina significación a la relación entre el significante y el significado de un signo semiológico.

Para el lingüista, son componentes del signo semiológico el significado y el significante, «los signos remiten necesariamente a una relación de dos» (1971, p. 39). Se habla de significado cuando se alude a una idea -concreta o abstracta- asociada al significante (pero no unido a él intrínsecamente), en el caso de los *stickers*, el significado constituirá la emoción o idea que busca transmitir, este constituye el plano de contenido. El significante, por otra parte, constituye el plano de expresión y consiste en la imagen visible y perceptible por los participantes del acto comunicativo, es la parte material del signo.

Para determinar la relación de semejanza entre el significante y el significado de los *stickers* se propone el estudio de la teoría dicotómica connotación y denotación de Barthes. La denotación es el significado explícito, universal y objetivo asignado a un signo, en cambio, la connotación alude al significado o interpretación subjetiva del signo, corresponde a un nivel más complejo de



análisis. Aunque estos dos se complementen, generalmente existe mayor prominencia de uno.

Para Guiraud (1988), la significación de un signo posee una forma y una sustancia, estos están compuestos, primeramente, por una intención comunicativa, concibe al signo «como una marca de una intención de comunicar un sentido» (p. 35).

La intención comunicativa está relacionada principalmente con el papel del emisor en el proceso de la comunicación. Este término tiene su origen en la teoría de los actos de habla, siendo uno de los más influyentes John Searle, quien estableció cinco intencionalidades a partir de los actos de habla ilocutivos, estos son: asertivos o representativos, directivos, comisivos o compromisivos, expresivos y declarativos.

Antes que nada, conviene aclarar el concepto de acto de habla, que surge en la filosofía del lenguaje.

Un acto de habla es la expresión de una intención mediante el ejercicio del habla o la escritura, reforzado por la entonación y, en ocasiones, por gestos. A su vez, hablar es participar en una forma de conducta gobernada por reglas (Arango, 2017, p. 81).

El primero en desarrollar esta teoría fue Austin, quien identificó tres tipos de actos de habla:

- Acto locucionario o locutivo: el acto de emitir una oración con determinado sentido o referencia (Geis, 1995, como se citó en Lozano, 2010, p. 336).
- Acto ilocucionario o ilocutivo: relacionada a la intención del emisor, es la fuerza comunicativa que acompaña al enunciado, como ordenar, preguntar, prometer, entre otras (Lozano, 2010).

- Acto perlocucionario o perlocutivo: es el efecto que produce en el receptor o la reacción sobre sus sentimientos, pensamientos o acciones (Lozano, 2010).

Posteriormente, Searle (1990) retomó la propuesta de Austin y lo estudió a profundidad. De acuerdo con el lingüista, los actos de habla se dividen en tres, y afirma que al realizar un acto de habla, necesariamente, se emplean los tres tipos:

- Acto de emisión: la emisión de sonidos, palabras o estructuras gramaticales. Este se centra en el acto físico y lingüístico (Searle, 1990).
- Acto proposicional: el acto de referir (a un objeto) y predicar (Searle, 1990).
- Acto ilocucionario: el acto de preguntar, mandar, prometer, entre otros, se encuentra relacionado con la intencionalidad comunicativa del emisor (Searle, 1990).

Con base en esto, Searle (1979) propone una clasificación de los actos ilocucionarios:

- a. Asertivos o representativos: la intención del orador es expresarle al receptor cómo son las cosas, la dirección de correspondencia es de las palabras al mundo; la condición de sinceridad, es decir, la que expresa el estado psicológico del hablante al llevar a cabo el acto de habla, es creer que la proposición es verdadera (como se citó en Lozano, 2010, p. 339).
- b. Directivos: la intención del orador es hacer que el receptor haga algo. La dirección de correspondencia es del mundo a las palabras; la condición de sinceridad es el deseo (como se citó en Lozano, 2010, p. 339).
- c. Comisivos o compromisivos: la intención del orador es comprometerse a realizar un acto futuro. La dirección de correspondencia es del mundo a



las palabras y la condición de sinceridad es la intención (como se citó en Lozano, 2010, p. 339).

- d. Expresivos: la intención del orador es expresar sus sentimientos y actitudes. No existe dirección de correspondencia, ya que, al realizar un acto de este tipo, el hablante tratará que la dirección de correspondencia sea del mundo a las palabras o viceversa (como se citó en Lozano, 2010, p. 339).
- e. Declarativos: la intención del orador es provocar un cambio en el mundo a través de sus declaraciones. La dirección de correspondencia puede ser del mundo a las palabras o al revés, no existe condición de sinceridad (como se citó en Lozano, 2010, p. 339).

Teniendo en cuenta que el acto ilocutivo se refiere a lo que el hablante hace con el enunciado y cómo lo hace, el discurso escrito consta de ciertos recursos gráficos como los signos de puntuación, incluso los signos pictóricos dentro de las conversaciones digital, que sirven para entender el mensaje dentro del contexto comunicativo.

Ahora bien, un concepto que se encuentra estrechamente relacionado con la intencionalidad comunicativa es la función del lenguaje, «Roman Jakobson analiza seis componentes en el proceso de comunicación, a cada uno de los cuales corresponderá una función: emisor (función expresiva), receptor (conativa), referente (referencial), código (metalingüística), mensaje (poética) y canal (fática)» (Centro Virtual Cervantes, s. f., párr. 3).

Para Jakobson la interacción de estos elementos da lugar al proceso de comunicación. Este comienza a partir de la emisión y codificación del mensaje por parte del emisor, el mensaje es el contenido que se transmite y que puede estar expresado de forma verbal y no verbal; este es enviado por medio de un canal -ya sea el aire, el papel o el internet- a un destinatario y quien recibe, interpreta el mensaje es el receptor; el mensaje está sujeto a un sistema de signos,

es decir, a un código, y finalmente la comunicación se lleva a cabo en un contexto, el cual aporta elementos necesarios para inferir el mensaje.

A continuación, se resaltan algunos aspectos de la clasificación propuesta por Jakobson sobre las funciones del lenguaje:

- Función referencial, denotativa o cognoscitiva

Se da cuando un mensaje privilegia la comunicación de realidades físicas o culturales. Estas pueden ser realidades que rodean la situación comunicativa o afirmaciones puramente intelectuales. Es la más común en la comunicación cotidiana y se le conoce también como denotativa o cognitiva (Pelayo y Cabrera, 2001, p. 31).

«(...) se orienta hacia el contexto y surge cuando se transmite información objetiva por medio de oraciones declarativas.» (Vargas, 2015, p. 147).

- Función emotiva o expresiva

«Esta función está enfocada hacia el hablante, aspira a una expresión directa de la actitud de este hacia lo que está diciendo. Esto tiende a producir la impresión de una cierta emoción, ya sea verdadera o fingida (...)» (Jakobson, 1975, p. 33).

- Función conativa

La función conativa se orienta hacia el destinatario (o receptor), pues se busca influir en su pensamiento o en sus acciones y halla su más pura expresión en el vocativo y el imperativo. El mensaje se emite para provocar una reacción en quien lo recibe, de lo contrario, no se considera efectivo (Vargas, 2015, p. 147).

- Función fática

Cuando el mensaje busca establecer un contacto inicial entre las partes (como ocurre con expresiones como oiga, ¿me escucha?, ¡hola!), prolongar



la comunicación (sí, ajá, bueno), o bien interrumpirla (¡chao!, ¡adiós!, nos vemos), hay una orientación hacia el contacto o canal y se está recurriendo a la función fática. En ella se busca llamar la atención del interlocutor para atraerlo e involucrarlo, de tal manera que se crea un vínculo destinador-destinatario y un interés en lo que se transmitirá (Vargas, 2015, p. 147).

- Función poética o estética

Se da cuando el mensaje llama la atención sobre su propia estructuración, ya sea mediante su forma o a través de sus contenidos. Se dice que existe cuando el mensaje se torna autorreflexivo (Jakobson, 1975).

- Función metalingüística

Para poder alcanzar una decodificación efectiva del mensaje, hay que compartir un mismo código: la misma lengua, dialecto, registro y jerga; de allí proviene la función metalingüística. De acuerdo con Vigara-Tauste (1992, p. 131), esta puede ser explícita cuando “el lenguaje es fuente de conocimiento acerca del propio lenguaje”, o bien implícita si es un instrumento que cumple con fines lúdicos como el humor, y en donde se establece un juego “con las posibilidades de relación significante-significado-sentido” (Vargas, 2015, p. 147).

Dado que la lengua posee diferentes funciones e intenciones comunicativas que se adecuan a las diversas situaciones, se busca conocer el contexto que influye en la interpretación de estos signos, para eso es necesario «establecer tipos de situaciones e intenciones para poder explicar la elección del hablante entre el conjunto de opciones que le ofrece el sistema» (Becker, s. f., párr. 2).

Sumado esto, Peirce refiere

El signo está determinado por su entorno, la idea (significante) que se tenga sobre un objeto (ícono) está delimitada entonces por su contexto. Lo importante es que el texto se debe entender más allá de los puros signos

lingüísticos, la teoría lingüística. Esto produce que el texto contenga carácter comunicativo (necesaria interacción social), la sociedad entonces podrá reconocer un texto (como se citó en López *et al.*, 2018, p. 26).

Calsamiglia y Tusón (2002), a su vez sostienen que el significado que se adquiere a través del tiempo y el espacio no es universal, sino que varía según las necesidades o experiencias socioculturales de los interlocutores de una determinada situación comunicativa. Así también, el concepto de contexto está relacionado con el sociocultural, como, por ejemplo, las personas que conforman un grupo social que proporciona una carga significativa a los parámetros físicos (lugar y tiempo) de un encuentro comunicativo.

La consideración del estudio del contexto va más allá de un análisis puramente gramatical, pues ante una determinada secuencia surge la interrogante sobre en qué circunstancia un signo puede expresar determinado significado, por lo tanto, su estudio abarca un análisis discursivo en el que se busca describir su influencia en la construcción de la significación de los *stickers*.

Para un análisis discursivo es preciso clasificar el contexto en cuatro tipos (Calsamiglia y Tusón, 2002):

El contexto espacio-temporal: se trata del entorno en el que tiene lugar la comunicación, e incluye las coordenadas espaciales y temporales en las que se produce un enunciado (Centro Virtual Cervantes, s. f., párr. 4).

El contexto situacional o interactivo: comprende tanto las circunstancias que perciben los interlocutores mientras hablan como el mismo discurso que van produciendo, que construye un contexto al que los emisores se pueden referir. En este sentido, en la producción y comprensión del discurso no sólo influye lo que los hablantes dicen, sino también lo que hacen, lo que ocurre mientras hablan y el hecho mismo de que lo hagan (Centro Virtual Cervantes, s. f., párr. 5).



El contexto sociocultural: también condicionan la forma y la interpretación de un mensaje las características sociales de los interlocutores, que tienen por ejemplo una importancia decisiva en el empleo de fórmulas de cortesía (Centro Virtual Cervantes, s. f., párr. 6).

El contexto cognitivo: incide finalmente en la comunicación el conocimiento del mundo que poseen y comparten los hablantes, así como las intenciones que persiguen en su acto comunicativo o que presuponen en su interlocutor (Centro Virtual Cervantes, s. f., párr. 7).

Por su parte, Fernández (2014) pone manifiesto en la plenitud significativa del término contexto, en su obra diferencia el contexto lingüístico del no lingüístico, el primero refiere a los elementos lingüísticos (palabras, frases o enunciados) que rodean a las emisiones y que influyen en su significado y ayudan a interpretar un mensaje. El contexto no lingüístico incluye elementos del lenguaje no verbal (el tono de voz, las expresiones faciales, el lenguaje corporal), así como también el tiempo, el espacio, la cultura y las expectativas sociales.

Fernández agrega que

El contenido de un texto o discurso va más allá de las palabras, ya que se nutre con componentes extraverbales, del entorno; todo lo cual sugiere que la plenitud significativa se da en los textos o discursos y no en componentes verbales (morfemas, palabras, sintagmas u oraciones) (2014, pp. 40-41).

Método

El método para la obtención de datos empleado en este artículo de revisión es la investigación documental de contenido. Para Páramo (2013) la investigación documental consiste en el estudio metódico, sistemático y ordenado con objetivos definidos, de datos, documentos u otras fuentes de información, los

cuales una vez analizados, sirven de base para la comprensión del problema, la definición o redefinición de nuevos hechos, la elaboración de hipótesis o la orientación a nuevas fuentes de investigación en la construcción de conocimiento.

Algunas de sus características son:

- Es un procedimiento riguroso que se formula lógicamente y que implica el análisis crítico de información relevante, documentación escrita y sus contenidos, sobre la base de una abstracción científica, que da lugar a documentos nuevos, los cuales según su naturaleza analítica, pueden tipificarse de diferentes maneras.
- Asimismo, es una actividad científica y como tal obedece a procesos inductivos (recolección y sistematización de los datos) y deductivos (Interpretación y nueva construcción teórica) enmarcados bajo principios epistemológicos y metodológicos. En ese sentido trabaja con información cualitativa y es de naturaleza semiótica y hermenéutica (Páramo, 2013, p. 96).

Resultados

Es preciso para un estudio profundo del uso de *stickers*, además de la aplicación de la teoría semiológica, tomar como complemento teorías pragmáticas y lingüísticas, es decir, realizar un estudio en contexto, ya que es imprescindible conocer los mecanismos de comunicación en un uso real, así como las intencionalidades comunicativas.

En Retórica de la imagen, Barthes cuestiona de qué modo la imagen publicitaria adquiere sentido, dónde termina el sentido, y si termina, qué hay más allá. A partir de estas interrogantes plantea un análisis de los mensajes que pudiera contener. Se sugiere tomar como base dicho análisis para el estudio de los *stickers* dentro de la comunicación digital por medio de whatsapp considerando que la significación de estas imágenes, al igual que la publicidad, es intencional.



Atendiendo el espacio en el que se lleva a cabo la comunicación -en el caso de los *stickers*, por un medio digital (whatsapp)-, es importante conocer la interacción entre texto e imagen, especialmente cuando se presenta un texto en una imagen (*sticker*), debajo o alrededor de ella. Para Barthes (1964) las funciones del lenguaje lingüístico respecto al mensaje icónico consisten en anclaje y relevo. El anclaje refiere a la función del texto para restringir y anclar el significado de una imagen, dado que estas son de carácter polisémico. Por otro lado, el relevo consiste en la función equitativa entre el texto y la imagen para construir la interpretación del mensaje. No obstante, dada la riqueza y complejidad de significación de los *stickers*, es preciso tener en cuenta las funciones del lenguaje propuesto por Roman Jakobson y la teoría de actos de habla, específicamente, el acto ilocutivo de Searle para ser aplicados a este sistema de representación visual, debido a su complementación con el lenguaje verbal en la comunicación.

Con lo anterior, no se busca igualar a la comunicación verbal con el uso de signos no lingüísticos. Serrano (1981) sugiere que reducir el fenómeno comunicativo al lenguaje verbal es una forma de invalidar una parte de él, y que a pesar de que la comunicación verbal sea única, actualmente producimos, comunicamos y recibimos una gran cantidad de mensajes que no están expresados en forma de palabras (orales o escritos). Es un hecho que los signos verbales y no verbales se encuentran en una constante interacción, generando una complementación que ayuda a comprender los mensajes.

Conclusión

Resulta oportuno realizar el estudio semiótico a partir de lo propuesto por Barthes, quien sostiene que el significado de los signos se compone de dos partes: lo denotativo y lo connotativo. De esta manera conocer si la imagen proyectada en los *stickers* siempre refleja o guardan relación con lo que se pretende dar a entender en el mensaje.

Por ende, determinar si los *stickers* poseen principalmente una carga denotativa que indica el significado explícito, universal y objetivo o una carga connotativa, es decir, la interpretación subjetiva del signo, el mensaje connotado consta de saberes convencionales y contextuales, su decodificación va más allá de la literariedad, sino que precisa de un estudio sobre la composición de la imagen, como por ejemplo, los colores, los gestos, los movimientos, etc.

Identificar la función del lenguaje que presentan los *stickers* en los textos digitales producidos en whatsapp a partir de la clasificación propuesta por

Jakobson, dado que otorgó mayor profundización además de relacionar las funciones con el circuito de comunicación.

Ahora bien, sobre la intencionalidad comunicativa, quien estudió y se centró en este aspecto fue Searle, el cual retomó la propuesta de Austin y lo estudió con mayor prominencia. A diferencia de Austin, Searle propone una clasificación de los actos ilocucionarios, que da lugar a cinco intenciones comunicativas, de las que se desprenden otras. La intencionalidad comunicativa, por lo tanto, es uno de los factores que determina el propósito del mensaje codificado por el emisor, otorgándole a la vez mayor claridad para expresar ideas, y ayuda a que el receptor lo interprete correctamente, pues ante una intención poco clara puede surgir un mensaje ambiguo o que este sea malinterpretado.

Por último, conocer la influencia del contexto en la interpretación de los *stickers* en los mensajes producidos en whatsapp es fundamental para dar en cuenta del significado intencional del mensaje, a esto, Peirce sostiene que el significado del signo está limitado por el contexto y agregan Calsamiglia y Tusón (2002) que las circunstancias en la que se desarrolla el discurso determina el significado del mensaje. Igualmente, Fernández Arévalos (2014) resalta la importancia de los contextos lingüísticos y no lingüísticos y argumenta que «en rigor no existen expresiones lingüísticas cuyo significado esté libre de contexto» (p. 44).

Finalmente, para conocer el valor comunicativo, el proceso de interpretación que conlleva la significación de los *stickers* utilizados en la comunicación digital



-whatsapp-, debe realizarse un estudio atendiendo las dimensiones lingüística, semántica y pragmática. Si bien, estas teorías son propias del lenguaje verbal, los *stickers* pueden presentar características similares como el uso concreto dentro de un contexto, así como el uso que va ligado a una intención y función comunicativa, lo que permite decodificar su significación para entender qué buscan transmitir los mensajes.

Bibliografía

Arango Restrepo, G. (2017). La teoría de la intencionalidad de John Searle.

Sophia, colección de Filosofía de la Educación, 22(1), pp. 79-98.

<https://www.redalyc.org/pdf/4418/441849567003.pdf>

Barthes, R. (1971). *Elementos de semiología*. Alberto Corazón editor.

https://monoskop.org/images/2/24/Barthes_Roland_Elementos_de_semiolog%C3%A1_1971.pdf

Becker, A. (s. f.). Análisis de la Estructura pragmática de la cláusula en el español de Mérida, Venezuela. *Red Iris*, (17).

<http://elies.rediris.es/elies17/cap2221.htm>

Casalmiglia, H. y Tusón, A. (1999). *Las cosas del decir*. Barcelona: Ariel.

Centro Virtual Cervantes. (s. f.). *Diccionario de términos clave de ELE*.

Intención comunicativa.

https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/intencionc_comunicativa.htm

Fernández Arévalos, E. (2014). *Lenguaje, acciones y hechos* (1.^a ed.). Servilibro.

Guiraud, P. (1988). *La semiología*. Siglo veintiuno editores.

https://coloraiep.wordpress.com/wp-content/uploads/2013/04/pierre-guiraud-la-semiolog%C3%A1_1988.pdf

Jakobson, R. (1975). *Ensayos de lingüística general*. Seix Barral, S. A

<https://lenguajesartisticos1.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/03/jackobson-roman-ensayos-de-lingc3bcistica-general.pdf>

López, R., López Castillo, T., Rosales, A. (2018). *Manual para análisis semiológico de imágenes y texto*. Centro Universitario del Sur Oriente.

https://issuu.com/drlopez.espinoza/docs/manual_semiol_gico

Lozano, E. (2010). La interpretación y los actos de habla. *Mutatis Mutandis* (3), 333-348.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5012630>

Páramo, P. (2013). *La investigación en ciencias sociales: estrategias de investigación* (2.^a ed.). Universidad Piloto de Colombia.

Peirce, C. (1974). *La ciencia de la semiótica*. Ediciones Nueva Visión Buenos Aires.

<https://etnolinguisticablog.wordpress.com/wp-content/uploads/2017/04/peirce-ch-s-la-ciencia-de-la-semic3b3tica.pdf>

Pelayo, N. y Cabrera, A. (2001). *Lenguaje y comunicación: conceptos básicos, aspectos teóricos generales, características, estructura, naturaleza y funciones del lenguaje y la comunicación*. Los libros de El Nacional

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=5rqR\JjS\QsC&oi=fnd&pg=PA3&dq=funciones+del+lenguaje&ots=ED7\yhhcl&sig=ysmszP\xAtFRQGwBRI8tt2FI-04#v=onepage&q=funciones%20del%20lenguaje&f=false>

Searle, J. (1990). *Actos de habla: ensayo de filosofía del lenguaje*. Planeta- Agostini.

<https://www.textosenlinea.com.ar/libros/Searle%20-%20Actos%20de%20Habla.pdf>

Serrano, S. (1981). *La semiótica: una introducción a la teoría de signos* (2.^a ed.). Montesinos.