

INTRODUCCIÓN A LA PRAGMÁTICA.

MARIA VICTORIA ESCANDELL

LA PRAGMÁTICA.

La pragmática es una disciplina bastante reciente introducida por C. Morris que utilizó el término de pragmática por primera vez para designar la ciencia de los signos en relación con sus intérpretes. De este modo, la pragmática pasaba a ocupar un lugar junto a la semántica y la sintaxis: la pragmática toma el lenguaje tal y como se manifiesta, es decir, inmerso en una situación comunicativa concreta; la semántica hace abstracción de los usuarios y se centra en la relación entre los signos y los objetos a los que aquellos representan; y la sintaxis atiende sólo a las relaciones existentes entre los signos, prescindiendo de los usuarios y de los significados.

El concepto de pragmática resultaba demasiado amplio. Esta amplitud es la causa de que hoy no se pueda hablar de una sola pragmática, sino tantas como centros de interés puedan aislarse.

La pragmática es una perspectiva diferente desde la que contemplar los fenómenos, una perspectiva que parte de los datos ofrecidos por la gramática y toma luego en consideración los elementos extralingüísticos que condicionan el uso efectivo del lenguaje. En este sentido, la pragmática no pretende invadir el terreno de la investigación gramatical, sino, en todo caso, complementarlo.

1. ¿Qué es la pragmática?

Se entiende por pragmática el estudio de los principios que regulan el uso del lenguaje en la comunicación, es decir, las consideraciones que determinan tanto el empleo de un enunciado concreto por parte de un hablante concreto en una situación comunicativa concreta, como su interpretación por parte del destinatario. La pragmática es, por lo tanto, una disciplina que toma en consideración los factores extralingüísticos que determinan el uso del lenguaje

2. Tres problemas de pragmática.

2.1. EL PROBLEMA DEL SIGNIFICADO NO CONVENCIONAL.

Hay dos ideas que gozan de gran popularidad y difusión (la de que las lenguas son códigos, y la de que comunicarse consiste en codificar y descodificar información) y que pueden resultar útiles en algunos momentos, pero dibujan sólo un esquema muy simplificado de la comunicación. En la pag. 15, Escandell ilustra con dos textos de Voltaire y de Lewis Carroll que se pueden dar distintos significados a una misma palabra según quien la use y en qué ocasiones.

Contamos siempre con la posibilidad de que haya una cierta separación entre lo que se dice (entre los significados literales de las palabras que se pronuncian) y lo que se quiere decir (la intención comunicativa subyacente). Hemos creído complejos mecanismos de inferencia que entran en funcionamiento automáticamente para hacernos recuperar lo que nuestros interlocutores *quisieron decir* a partir de lo que realmente *dijeron*. Estamos usando constantemente estrategias que nos conducen a contextualizarlo todo de la mejor manera posible para que encaje y tenga sentido.

2.2. SINTAXIS Y CONTEXTO.

El español es una lengua de orden de palabras relativamente libre. Es verdad que hay una relación entre grado

de caracterización morfológica y orden de palabras, pero es ilegítimo extraer de ahí la conclusión de que, en las lenguas cuyo orden de palabras no viene fijado de manera estricta por la sintaxis, todas las variantes posibles son absolutamente equivalentes en todos los contextos.

En resumen, si contemplamos los hechos desde un punto de vista general, resulta evidente que incluso algunos aspectos típicamente gramaticales, como el orden de las palabras, están determinados por factores de tipo contextual o situacional, especialmente a lo que se refiere al contraste entre la información que se presenta como compartida por los interlocutores y la que se considera nueva. La cuestión no puede, pues, plantearse exclusivamente en términos de corrección gramatical, sino también de adecuación discursiva.

2.3. REFERENCIA Y DEIXIS.

Desde el punto de vista de la comunicación, 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 directamente de la situación comunicativa.

Si no cierras la puerta, Kiko se escapará. (pag. 20).

Sólo la situación comunicativa me puede señalar a qué puerta exactamente se está refiriendo y quién es exactamente Kiko.

Todas las lenguas tienen formas especiales para hacer referencia a los diferentes elementos de la situación: son los deícticos. Entre ellos no sólo se encuentran los pronombres personales de primera y segunda persona en todas sus formas, los demostrativos, los posesivos, y muchos adverbios de lugar y tiempo; debemos contar también los morfemas de tiempo de la flexión verbal y las fórmulas de tratamiento, además de todas las formas anafóricas y catafóricas.

De nuevo, requisitos imprescindibles para conseguir una interpretación plena son los factores extralingüísticos, como conocer la identidad del emisor o del destinatario y conocer las circunstancias de lugar y tiempo de emisión.

3. La necesidad de la pragmática.

La distancia que existe a veces entre lo que literalmente se dice y lo que realmente se quiere decir, la adecuación de las secuencias gramaticales al contexto y a la situación, o la asignación correcta de referente como paso previo para la comprensión total de los enunciados son tres tipos de fenómenos que escapan a una caracterización precisa en términos estrictamente gramaticales.

Así, una teoría general del lenguaje deberá dar respuesta adecuada, al menos, a las siguientes preguntas:

- ¿Cómo es posible que lo que decimos y lo que queremos decir puedan no coincidir?
- ¿Cómo es posible que, a pesar de todo, nos sigamos entendiendo?
- ¿Qué parte de lo que entendemos depende del significado de las palabras que usamos?
- ¿Qué parte depende de otra cosa?
- ¿De qué otra cosa?

Estos problemas constituyen el centro de interés de la pragmática. Maria Victoria Escandell quiere dejar bien claro que su intención no es que la pragmática sustituya a la reflexión gramatical, ni tampoco que haya que mezclar indiscriminadamente ambos enfoques, sino que las explicaciones que ofrecen la gramática y la

CONCEPTOS BÁSICOS DE PRAGMÁTICA

Es necesario proporcionar una caracterización precisa de los diferentes tipos de elementos que configuran la situación comunicativa. El modelo de análisis pragmático que vamos a proponer está constituido por dos clases de elementos:

- de naturaleza material, física, en cuanto que son entidades objetivas, descriptibles externamente.
- De naturaleza inmaterial, ya que se trata de los diferentes tipos de relaciones que se establecen entre los primeros.

• Los componentes materiales.

• EL EMISOR.

Con el nombre de *emisor* se designa a la persona que produce intencionalmente una expresión lingüística en un momento dado, ya sea oralmente o por escrito. El concepto de emisor está entendido aquí refiriéndose a un sujeto real, con sus conocimientos, creencia y actitudes, capaz de establecer toda un red de diferentes relaciones con su entorno.

Un emisor es el hablante que está haciendo uso de la palabra en un determinado momento, y lo es sólo cuando emite su mensaje. Mientras que la condición del hablante es de carácter abstracto, y usualmente no se pierde nunca (un hablante de una lengua es alguien que tiene los conocimientos de dicha lengua y sigue siendo hablante incluso si está callado), la de emisor es mucho más concreta y está en función de una situación y un tiempo precisos. Con *emisor* no nos referimos a una categoría absoluta, sino a una posición determinada por las circunstancias.

• EL DESTINATARIO.

Con el nombre de *destinatario* se designa a la persona (o personas) a la(s) que el emisor dirige su enunciado y con la(s) que normalmente suele intercambiar su papel en la comunicación de tipo dialogante. Frente a *receptor*, la palabra *destinatario* sólo se refiere a sujetos, y no a simples mecanismos de descodificación. Por otra parte, *destinatario* se opone a *oyente* en el mismo sentido en que *emisor* se opone a *hablante*: un oyente es todo aquel que tiene la capacidad abstracta de comprender un determinado código lingüístico; el destinatario es la persona a la que se ha dirigido un mensaje.

La intencionalidad se convierte también en una nota distintiva. No puede considerarse destinatario a un receptor cualquiera, o a un oyente ocasional: alguien que capta por casualidad una conversación no es su destinatario. El destinatario es siempre el receptor elegido por el emisor; además, el mensaje está construido específicamente para él. Este hecho es de capital importancia, ya que nuestro mensaje variará en función del destinatario que escojamos (no es lo mismo hablar a un niño o a un adulto, a un amigo a alguien que apenas se conoce,... incluso el escritor que no conoce a sus posibles receptores prefigura una imagen ideal del tipo de personas a quienes le gustaría que estuviera dirigida su obra, y se construye un modelo de destinatario. Una de las tareas del emisor consistirá en analizar y evaluar adecuadamente las circunstancias que concurren en su interlocutor para poder calcular con éxito su intervención.

• EL ENUNCIADO.

Se trata de la producción lingüística que produce el emisor. El término *enunciado* se usa específicamente para hacer referencia a un mensaje construido según un código lingüístico.

Cada una de las intervenciones de un emisor es un enunciado; su extensión es paralela a la de la condición de

emisor. El enunciado está, por tanto, enmarcado entre dos pausas, y delimitado por el cambio de emisor. Ello implica que no hay límites gramaticales a la noción de *enunciado*. Los únicos criterios que resultan válidos son los de naturaleza discursiva, los que vienen dados por cada hecho comunicativo particular.

La actualización de una oración (unidad abstracta, estructural, definida según criterios formales) puede constituir en muchos casos un enunciado, pero no todo enunciado es la actualización de una oración. Se establece, de nuevo, una distinción entre un concepto gramatical (oración) y otro pragmático (enunciado). El vocabulario pragmático va cobrando entidad e independencia frente a la terminología que usualmente se emplea para describir hechos y fenómenos gramaticales.

- EL ENTORNO (O SITUACIÓN ESPACIO–TEMPORAL).

Es el soporte físico, el decorado en el que se realiza la enunciación (el contexto físico). Incluye como factores principales las coordenadas de espacio y tiempo. En muchos casos es un factor determinante: las circunstancias que imponen el *aquí* y el *ahora* influyen decisivamente en la forma del enunciado.

2. Los componentes relacionales (inmateriales).

Más significativos que los propios elementos son las relaciones que se establecen entre ellos que dan lugar a conceptualizaciones subjetivas; éstas, a su vez, generan principios reguladores de la conducta que se objetivan en forma de leyes empíricas (es decir, de regularidades observables de naturaleza no prescriptiva).

2.1. LA INFORMACIÓN PRAGMÁTICA.

Por *información pragmática* entenderemos el conjunto de conocimientos, creencias, supuestos, opiniones y sentimientos de un individuo en un momento cualquiera de la interacción verbal. Emisor y destinatario, en cuanto sujetos, poseen una serie de experiencias anteriores relativas al mundo, a los demás, a lo que les rodea... La información pragmática comprende todo lo que constituye nuestro universo mental, desde lo más objetivo a las manías más personales.

Siguiendo a Dik (1989), puede decirse que la información pragmática consta de tres subcomponentes:

- *general*: comprende el conocimiento del mundo, de sus características naturales, culturales,...;
- *situacional*: abarca el conocimiento derivado de lo que los interlocutores perciben durante la interacción; y
- *contextual*: incluye lo que se deriva de las expresiones lingüísticas intercambiadas en el discurso inmediatamente precedente.

La información pragmática, por lo tanto, es de naturaleza claramente subjetiva (interiorización del mundo); ello no implica, sin embargo, que la información pragmática de cada individuo sea radicalmente diferente de la de los otros. De hecho, los interlocutores suelen compartir enormes parcelas de información, que comprenden los conocimientos científicos, las opiniones estereotipadas, o la visión del mundo que impone la pertenencia a una determinada cultura. El lenguaje, sin duda, es otra de esas parcelas que se suponen comunes.

La idea de que los interlocutores comparten una parcela de información pragmática, conocida como *hipótesis del conocimiento mutuo*, no se ha visto libre de críticas. Sperber y Wilson sostienen que es prácticamente imposible delimitar con precisión esa parcela y sobre todo, saber exactamente qué se comparte y qué se sabe que se comparte. Su propuesta consiste en sustituir esta hipótesis por la del *entorno cognoscitivo compartido*, según la cual lo que los interlocutores comparten es un conjunto de hechos cuya representación mental dan como verdadera por ser directamente perceptible o inferible. Esta teoría es demasiado restrictiva.

De todos modos, no es preciso tener una certeza del 100% sobre lo que se comparte; lo que se da por supuesto suele ser suficiente para asegurar la inteligibilidad en la mayoría de los casos.

Puede aceptarse, pues, sin grandes reparos que los interlocutores comparten una parcela de información pragmática de dimensiones variables y que, además, cada uno construye una hipótesis sobre dicha parcela y sobre la información del otro. De lo adecuado de estas hipótesis dependerá en gran medida el éxito y la comprensión.

El punto central de la comunicación, en cambio, se sitúa con mucha frecuencia fuera de esa parcela común: esto ocurre, por ejemplo, en los casos en los que el emisor informa al destinatario de algo que éste ignora. Ahora bien, incluso la información nueva debe poder ser identificada y situada correctamente a partir de los conocimientos de esa parcela común. Según Auwera, si no tuviéramos ningún tipo de información previa a la que ligar lo nuevo que se nos dice, todo enunciado resultaría ininterpretable.

El conjunto de conocimientos y creencias de los interlocutores desempeña, pues, un papel fundamental, ya que hace posible la comunicación. Y decimos que es un principio regulador de la conducta porque tanto la propia información pragmática como las teorías sobre el otro determinan y condicionan el contenido y la forma del enunciado.

2.2. LA INTENCIÓN.

Se trata de la relación entre el emisor y su información pragmática, de un lado, y el destinatario y el entorno, del otro. Se muestra siempre como una relación de dinámica, de voluntad de cambio.

La postura más extendida hoy día es que dicha relación es un relación de causa / efecto: la intención se explica a partir del hecho de que todo discurso es un tipo de acción; dicho de otro modo, de las marcas y resultados de la acción se deduce la intención.

La comunicación humana tiene como finalidad fundamental el alcanzar ciertos objetivos en relación con otras personas: hablamos con una determinada intención y el instrumento utilizado para conseguir esa intención es el lenguaje.

La intención funciona como un principio regulador de la conducta en el sentido de que conduce al hablante a utilizar los medios que considere más idóneos para alcanzar sus fines. Parret distingue entre *intención* y *acción intencional*: mientras que la primera puede ser simplemente privada, interior, y no llegar a manifestarse externamente, la acción intencional siempre se manifiesta, y debe entenderse como la puesta en práctica efectiva de una intención.

El silencio, en cuanto acción voluntaria y consciente, puede ser también un medio indirecto para conseguir determinados objetivos. El silencio tiene auténtico valor comunicativo cuando se presenta como alternativa real al uso de la palabra.

De todos modos, la decisión de hablar suele hacerse de manera rápida y espontánea, no suele ser una tarea larga y laboriosa. Normalmente es más lenta la decisión de no hablar que la de hacerlo.

Existe una segunda perspectiva desde la que se puede contemplar también el concepto de intención, y es aquella que adopta el destinatario. Es necesario tratar de descubrir la intención concreta con que fueron elegidas las formas utilizadas por el emisor para la correcta interpretación de los enunciados.

2.3. LA RELACIÓN SOCIAL.

El tercer tipo de relación que tomamos en cuenta es la que existe entre los interlocutores por el mero hecho de

pertenecer a una sociedad. Su papel es fundamental en la comunicación ya que el emisor construye un enunciado a la medida del destinatario. Se debe tener en cuenta, por lo tanto, el grado de relación social entre ambos.

2. Significado e interpretación.

El *significado* (o contenido semántico) es la información codificada en la expresión lingüística. Se trata, por tanto, de un significado determinado por las reglas internas del propio sistema lingüístico.

La *interpretación*, en cambio, pone ya en juego los mecanismos pragmáticos. Puede definirse como la función entre el significado codificado en la expresión lingüística utilizada, de un lado, y la información pragmática con que cuenta el destinatario, del otro.

La tarea del destinatario consiste, pues, en intentar reconstruir en cada caso la intención comunicativa del emisor de acuerdo con los datos que le proporciona su información pragmática. Para ello, evalúa el contexto verbal y no verbal del intercambio comunicativo, buscando la información suplementaria que necesite para poder inferir un mensaje adecuado al propósito común de la comunicación.

En consecuencia, la interpretación concreta de un enunciado en una situación dada no podrá ser objeto del análisis semántico, ya que para determinarlo es necesario hacer intervenir elementos extralingüísticos.

EL DESARROLLO DE LA PRAGMÁTICA

GRICE Y EL PRINCIPIO DE COOPERACIÓN.

1.- Puntos de partida.

Grice se centra en el estudio de los principios que regulan la interpretación de los enunciados.

2.- su teoría.

2.1. EL PRINCIPIO DE COOPERACIÓN Y LAS MÁXIMAS.

Grice propone una serie de principios no normativos, que se suponen aceptados tácitamente por cuantos participan de buen grado en una conversación. Todos ellos se incluyen en lo que él llama *principio de cooperación*. Se podría establecer un principio general, que es el que se supone que observan los participantes: *haga que su contribución a la conversación sea, en cada momento, la requerida por el propósito o la dirección del intercambio comunicativo en el que está usted involucrado*.

No se trata de un principio prescriptivo, sino de un principio descriptivo: es simplemente una condición de racionalidad que resulta básica para que el discurso inteligible y tenga sentido. De hecho, el principio de cooperación de Grice es, en el fondo, un cierto tipo de condición preparatoria que se espera que los participantes observen. Cuando los participantes no se ajustan a él, la conversación es inconexa y absurda.

Este principio se desarrolla en otras normas de menor rango que, a su vez, se subdividen en máximas más específicas:

- Cantidad: se relaciona con la cantidad de información que debe darse. Comprende las siguientes máximas: que su contribución sea todo lo informativa que requiera el propósito del diálogo, pero que no sea más informativa de lo necesario.
- Cualidad: intente que su contribución sea verdadera.
- Modalidad: sea claro: evite la oscuridad de la expresión, evite la ambigüedad, sea breve, sea ordenado.

El incumplimiento de estas normas y máximas produce o ciertos de sentido, o ciertas sanciones sociales ajustadas a la gravedad de la transgresión.

2.2. TIPOS DE CONTENIDOS IMPLÍCITOS.

Una distinción fundamental en la teoría de Grice es la que establece entre *lo que se dice*: corresponde básicamente al contenido proposicional del enunciado; y *lo que se comunica*: es toda la información que se transmite con el enunciado, pero que es diferente de su contenido proposicional. Se trata por tanto de un contenido implícito, y recibe el nombre de *implicatura*. Existen dos tipos de implicaturas:

- *Implicaturas convencionales*: son aquellas que derivan directamente de los significados de las palabras, y no de factores contextuales o situacionales.
- *Implicaturas no convencionales*: se generan por la intervención interpuesta de otros principios. Pueden ser de dos tipos:
 - ◆ *conversacionales*: cuando los principios que hay que invocar son los que regulan la conversación (el principio de cooperación y sus máximas).
 - ◆ *No conversacionales*: cuando los principios en juego son de otra naturaleza (estética, social o moral). Éstas, a su vez, pueden ser:
 - ◊ *generalizadas*: las que no dependen directamente del contexto de emisión.
 - ◊ *Particularizadas*: las que sí dependen decisivamente de dicho contexto.

3.– Las implicaturas conversacionales.

3.1. EL INCUMPLIMIENTO DE LAS MÁXIMAS.

Las implicaturas conversacionales se generan combinando tres clases de elementos: la información contenida en el enunciado; los factores que configuran el contexto y la situación de emisión; y los principios conversacionales.

La implicatura se convierte, así, en el camino necesario para reconstruir el auténtico contenido que se ha tratado de comunicar.

3.2. IMPLICATURAS Y MÁXIMAS.

Las implicaturas pueden surgir para tender el puente necesario entre la aparente violación de una máxima y la presunción de que, a pesar de ello, el principio de cooperación sigue vigente.

3.3. IMPLICATURAS Y CONTEXTO.

En la relación de las implicaturas con el contexto, Grice distingue entre *implicaturas particularizadas* e *implicaturas generalizadas*. Las primeras se producen por el hecho de decir algo en un determinado contexto, mientras que las segundas tienen lugar independientemente de cuál sea el contexto en que se emiten. Las implicaturas que dependen de la máxima de relación suelen ser particularizadas, ya que necesitan actuar sobre los conocimientos contextuales compartidos.

3.4. PROPIEDADES CARACTERÍSTICAS DE LAS IMPLICATURAS CONVERSACIONALES.

Las propiedades propuestas por Grice son las siguientes:

- *Cancelabilidad*: las implicaturas conversacionales son cancelables, sea añadiendo al enunciado en que aparecen una cláusula que las invalide de manera explícita, sea emitiendo dicho enunciado en un contexto que indique claramente que se está violando de manera flagrante el principio de cooperación.

- *No separabilidad*: las implicaturas conversacionales que no se basan en la violación de las máximas de manera dependen del contenido expresado, y no del particular modo de expresarlo.
- *No convencionalidad*: las implicaturas conversacionales no forman parte del significado convencional de las expresiones a las que se ligan.
- *No deducibilidad lógica*: las implicaturas conversacionales no son propiedades lógicamente deducibles o inferibles a partir de lo dicho; es decir, no dependen de lo que se dice, sino más bien del hecho de decir lo que se dice.
- *Indeterminación*: lo que se implica conversacionalmente posee un cierto grado de indeterminación, ya que las maneras de conseguir restaurar la vigencia del principio de cooperación y de las máximas pueden ser varias y diversas.

4.- Algunas críticas.

Se considera que, mientras no se demuestre lo contrario, el principio de cooperación y las máximas están siendo observados por todos los participantes en el diálogo. Y cuando aparentemente esto no es así con respecto sólo a una de las máximas, opera otra estrategia que trata de restituir su cumplimiento, reinterpretando lo dicho, de tal manera que se obtiene, por medio de una implicatura conversacional, un nuevo contenido significativo no contradictorio con el principio de cooperación.

De este modo, la noción de implicatura permite cubrir la distancia que separa lo que se dice y lo que efectivamente se comunica (es decir, explicar un tipo de significado del que la semántica no puede dar cuenta).

A pesar de su interés, el enfoque de Grice resulta, en parte, reduccionista. Hablar no es sólo desarrollar una actividad casi puramente mecánica destinada a transmitir una información objetiva de la mejor manera posible; es decir, no consiste en proporcionar sin ambigüedad la cantidad precisa de datos necesarios y verdaderos. Sin embargo, tal sería el resultado obtenido por una aplicación estricta de las máximas que integran el principio de cooperación. El propio autor se dio cuenta de que su formulación era insuficiente.

SPERBER Y WILSON

LA TEORÍA DE LA RELEVANCIA.

Esta teoría se alinea claramente con aquellas teorías que ponen el énfasis en la idea de que lo que decimos no coincide siempre con lo que queremos decir.

1.- Algunos puntos de partida.

Sperber y Wilson parten de dos ideas: la de que comunicarse no consiste simplemente en empaquetar los pensamientos o ideas en forma de palabras y enviarlos al destinatario para que, al desempaquetarlos, recupere los pensamientos e ideas que estaban en la mente del emisor; y la de que la comunicación no es simplemente una cuestión de codificar y decodificar información.

2.- El modelo.

2.1. CODIFICACIÓN/DESCODIFICACIÓN Y OSTENSIÓN/INFERENCIA.

Según Sperber y Wilson, la comunicación humana pone en funcionamiento dos tipos de mecanismos diferentes: uno basado en la codificación y decodificación, y otro basado en la *ostensión* y la *inferencia*. Los humanos, por tanto, nos comunicamos por medios diferentes: el primero es de tipo convencional, y consiste en utilizar correspondencias constantes y previamente establecidas entre señales y mensajes; y el segundo es de naturaleza no convencional, y se basa en atraer la atención del interlocutor sobre algún hecho concreto para

hacerle ver e inferir el contenido que se quiere comunicar.

A su vez, se denomina *ostensivo* a cualquier comportamiento que hace manifiesta la intención de hacer manifiesto algo. La *inferencia* es el proceso por el cual se otorga validez a un supuesto sobre la base de validez de otro supuesto.

2.2. EL PROCESO DE INFERENCIA.

La inferencia es el proceso que nos hace aceptar como verdadero un supuesto sobre la base de la verdad de otro supuesto. Un *supuesto* es cada uno de los pensamientos que un individuo tiene catalogados como representaciones del mundo real, son representaciones que un individuo acepta como verdaderas (esto es, representaciones diferentes de las opiniones personales, las creencias, los deseos, etc.). una inferencia es, por tanto, un proceso de tipo deductivo, aunque no necesariamente ajustado a las leyes de la lógica clásica. Sin embargo, no todos los supuestos son igualmente verdaderos (cuando hay contradicción entre dos supuestos, nos decantamos por el que nos parece más verosímil; y cuando nos hallamos ante dos posibilidades, tendemos a elegir la que nos parece más segura). El mayor o menor peso de un supuesto procede de la propia historia de supuesto. En principio, la fuerza de un supuesto depende de la manera en que éste se ha adquirido: cuando es fruto de la experiencia directa del individuo, su peso es mayor. Le siguen en importancia aquellos que han sido transmitidos por otras personas, y, en este caso, la fuerza del supuesto está en relación directa con el mayor o menor crédito que le otorguemos a quien nos lo ha transmitido. Pero el peso de los supuestos puede variar por con el tiempo y con las circunstancias.

La importancia relativa de los supuestos es decisiva a la hora de extraer inferencias: si hemos convenido en que una inferencia produce un supuesto a partir de otro, parece claro que la primera restricción que actúa sobre las inferencias tendrá que ver con el grado de fuerza del supuesto que le sirve de base. Un supuesto cuya veracidad es absoluta dará lugar a una inferencia más fuerte que la que pueda obtenerse de un supuesto dudoso.

Para Sperber y Wilson, se generarían a través de un sistema formal de deducciones. Una de las funciones más importantes del mecanismo deductivo es la de derivar automáticamente las implicaciones de cualquier información nueva en relación con los supuestos e informaciones que ya se poseen. A este tipo de inferencia se le conoce como *implicación contextual*, porque en esta teoría se denomina *contexto* al conjunto de premisas que se usan en la interpretación de un enunciado. Así, toda nueva pieza de información que se nos ofrece es automáticamente procesada por nuestro sistema deductivo en relación con los supuestos contenidos en nuestra mente. No basta, por tanto, con identificar el contenido del enunciado.

2.3. LA RELEVANCIA.

De la información que no da lugar a efectos contextuales de ningún tipo se dice que es *irrelevante*. Hay tres casos típicos en los que una información no origina cambios en el contexto: cuando la información es nueva, pero de una naturaleza tal que no permite ninguna clase de interacción con la información previa; cuando la información ya se conocía, y el nuevo supuesto no modifica la fuerza de los supuestos anteriores; y cuando la información es claramente incoherente con respecto al contexto y, además, su fuerza es tan débil que no lo modifica.

Contrariamente, una información resulta *relevante* en un contexto si da lugar a efectos contextuales.

Sin embargo, esta caracterización sobre lo que es relevante o no resulta todavía insuficiente por dos razones: la relevancia es cuestión de grado y la relevancia deriva de la relación entre un supuesto que nos viene dado y un contexto; lo que no está especificado es la forma en que se determina dicho contexto.

Para resolver el primer problema, Sperber y Wilson sugieren que no basta con calcular el efecto, es necesario

relacionarlo también con el esfuerzo que ha sido necesario invertir para lograr dicho efecto.

Para resolver el segundo problema, dicen que el contexto no viene dado de antemano, sino que el destinatario de un enunciado lo elige en cada momento. Lo dado, por tanto, no es el contexto, sino la presunción de que lo que se ha dicho es relevante. De todos los estímulos que recibimos, procesamos sólo una mínima parte: precisamente aquella que, en principio, nos parece más relevante.

Ser relevante no es una característica intrínseca de los enunciados. Se trata más bien de una propiedad que surge de la relación entre enunciado y contexto, esto es, entre el enunciado, por una parte, y un individuo con su particular conjunto de supuestos en una situación concreta, por otra. Lo que puede ser relevante para alguien en un momento dado, puede no serlo para otra persona, o puede no serlo para él mismo en otras circunstancias.

El principio de relevancia supone que el que comunica utiliza el estímulo que le parece más relevante para la persona cuyo entorno trata de modificar. Este principio debe considerarse no como una máxima que puede seguirse o violarse, sino más bien como una generalización sobre el funcionamiento de la comunicación ostensivo-inferencial: se aplica sin excepción, se sigue aunque no se conozca, y no podría violarse ni aun queriendo.

3.- El funcionamiento de la comunicación verbal.

Sperber y Wilson distinguen aquí *explicatura* e *implicatura*. Por *explicatura* entienden el contenido que se comunica explícitamente por medio del enunciado. *Implicatura* se refiere, en cambio, al contenido que se deduce y construye basándose en supuestos anteriores. No hay que identificar directamente *explicatura* con *contenido descodificado*, e *implicatura* con *contenido inferido*.

3.1. LA DETERMINACIÓN DE LAS EXPLICATURAS.

La primera tarea del destinatario para interpretar un enunciado es recuperar las explicaturas de dicho enunciado y asignarle una forma proposicional única. Para ello, el primer paso es descodificarlo correctamente. Tras la descodificación tiene que entrar en funcionamiento un proceso inferencial que consta de tres subtareas: desambiguación, asignación de referentes y enriquecimiento o especificación de referencia de las expresiones vagas.

Sólo si la elección más evidente no funciona por alguna razón, entramos en un proceso consciente de decisión. Parece que nuestro cerebro filtra inmediatamente toda la información y sólo nos da acceso a la que mejor cumple con los requisitos de la situación. El principio general que rige estos tres procesos es, lógicamente, el de relevancia: el destinatario elige, en cada caso, la opción que implica menor esfuerzo y que, a la vez, da lugar a mayores efectos contextuales.

3.2. LA DETERMINACIÓN DE LAS IMPLICATURAS.

Para Sperber y Wilson las implicaturas son representaciones de algún hecho del mundo real que el emisor trata de hacer manifiesto a su interlocutor sin expresarlo explícitamente. Las fuentes de las que proceden las implicaturas pueden ser de varios tipos: pueden tomarse directamente del contexto, recuperarse del conocimiento enciclopédico almacenado en la memoria o deducirse por inferencia a partir de las explicaturas y el contexto.

Tanto las premisas elaboradas como las conclusiones sacadas para la perfecta interpretación de un enunciado están predeterminadas por el emisor: el emisor las ha calculado y espera que su interlocutor las recupere exactamente. Así, el emisor es responsable de su veracidad: puesto que sólo recuperando esas premisas, y no otras, se puede obtener una interpretación que resulte coherente con el principio de relevancia.

Las implicaturas existen porque la interpretación que se logra resulta mucho más rica que la que se obtendría simplemente con una respuesta totalmente directa. En este sentido, la relevancia aumenta, porque procesando un solo enunciado se hace manifiesta una gran cantidad de supuestos.

4.- Consecuencias de la teoría.

- La comunicación verbal y la comunicación no verbal, en el fondo, no son dos tipos de comunicación radicalmente diferentes.
- Se demuestra que entre lengua y comunicación no hay una relación de correspondencia biunívoca. No es el único medio del que se sirve la comunicación humana.
- La comunicación humana pone en marcha a la vez dos clases de procesos comunicativos: el de codificación/descodificación y el de ostensión/inferencia.

5.- Algunas críticas al modelo de relevancia.

- Es una teoría claramente reduccionista: la comunicación se entiende en términos de procesamiento e intercambio de información.
- El enfoque exclusivamente cognoscitivo borra o desdibuja la dimensión social de la comunicación.

EL ESTUDIO DE LA CORTESÍA.

1.- la variante social de la comunicación.

El lenguaje es el más poderoso medio de relación interpersonal. Por ello, lo utilizamos cuando pretendemos determinados objetivos, cuya consecución depende más o menos directamente de otras personas. No se trata tan sólo de que el lenguaje sirva de vehículo para las propias intenciones, sino que debe serlo también de una interacción con los demás.

Conseguir la colaboración del destinatario es una de las tareas fundamentales de la comunicación, y constituye el objetivo intermedio que hay que lograr para alcanzar el resultado final.

La naturaleza de esta relación que debe darse entre el emisor y el destinatario depende de la interacción de una compleja serie de factores sociales: la edad, el sexo, el grado de conocimiento previo, la posición social, la autoridad, la jerarquía...

2.- La cortesía, norma social o estrategia conversacional.

En primer lugar, la *cortesía* puede entenderse como un *conjunto de normas sociales*, establecidas por cada sociedad, que regulan el comportamiento adecuado de sus miembros, prohibiendo algunas formas de conducta y favoreciendo otras: lo que se ajusta a las normas se considera cortés y lo que no se ajusta a ellas es sancionado como descortés. Puesto que se trata de normas externas, es esperable que lo que puede ser cortés en una sociedad sea descortés en otra.

Uno de los aspectos en que resulta más patente la interrelación entre cortesía y formas lingüísticas es la que se refiere a las formas de tratamiento o *dícticos sociales*. Cada uno debe tratar al otro de acuerdo con las posiciones que ambos ocupen dentro de la escala social. Toda modificación imprevista tiene consecuencias sociales inmediatas. La inadecuación viene dada tanto cuando se trata a la otra persona con un tono familiar cuando ésta pertenece a un rango social superior, como cuando se utiliza un trato excesivamente formal con una persona con la que siempre se ha tenido un trato cordial y familiar, ya que es signo evidente de una voluntad de distanciamiento y enfriamiento de esa relación.

En segundo lugar, la *cortesía* puede entenderse como un *conjunto de estrategias conversacionales*. El emisor

debe tener en cuenta que su enunciado se adapte no sólo a sus intenciones y a sus objetivos, sino también a la categoría y al papel social del destinatario. Por ello, no es difícil imaginar la importancia de utilizar convenientemente todos los medios que posee el lenguaje para mantener una relación cordial, especialmente cuando el hablante debe enfrentarse a un conflicto entre sus objetivos y los de su destinatario, y quiere, a la vez, no romper sus buenas relaciones con él.

2.1. LA TENSIÓN ENTRE LA CORTESÍA Y LOS PRINCIPIOS CONVERSACIONALES.

El principio de cooperación tenía como meta asegurar una transmisión de información eficaz. La cortesía, sin embargo, es una estrategia al servicio de las relaciones sociales. Puesto que se trata de objetivos diversos, es esperable que entre ellos se puedan crear conflictos de interés.

Así, hay ciertos enunciados que pueden transgredir las máximas del principio de cooperación y que se explica y se hace legítima al considerar la cortesía como un principio superior. Por tanto, en ocasiones, como cuando transmitimos una mala noticia, se preferirá el circunloquio en lugar de una formulación clara y directa. Incluso cuando las situaciones no son tan graves, el uso de estrategias de cortesía sirve para atenuar el carácter negativo de algunas afirmaciones. Sin embargo, cuando lo importante es transmitir eficazmente una información, y especialmente cuando esa información interesa en particular al destinatario, la necesidad de concisión y claridad hacen prevalecer los principios conversacionales por encima de la cortesía.

Esto contrastes sugieren que hay una diferencia clara motivada por el tipo de discurso y por sus objetivos prioritarios. Se dice que el intercambio es *interaccional*, cuando lo que importa es el mantenimiento de las relaciones sociales, y vence la cortesía; y es *transaccional*, cuando lo importante es la transmisión eficaz de información, y tienen prioridad los principios conversacionales.

LAS EXPLICACIONES PRAGMÁTICAS

CONECTIVAS: EL CASO DE LA CONJUNCIÓN Y

No basta con unir por medio de y dos oraciones cualesquiera para que el resultado sea aceptable:

- # *Un triángulo tiene tres lados y ayer comí pollo.*
- *Se casó y tuvo un hijo " Tuvo un hijo y se casó.*

La conjunción copulativa no es simplemente una marca de suma o adición; su significado convencional comprende, al menos, dos valores más: *conexión* (las dos proposiciones son parte de la misma situación) y *sucesión* (el primer acontecimiento es anterior al segundo).

Además, la conjunción y puede adquirir nuevos valores de causalidad, condicionalidad, lugar, resultado,...

El primer problema es que la lista de valores no está cerrada, y podría alargarse aún más. Como consecuencia de ello, la definición del significado de y no tiene el grado de explicitud y precisión requerido. En segundo lugar, nos hallamos también con problemas de inadecuación descriptiva. En tercer lugar, en la mayor parte de los casos puede eliminarse la y. *Por último*, en cuanto a los valores de y, la coincidencia entre lenguas muy diferentes es absoluta.

Sin embargo, el que la y adquiera uno u otro valor depende de las capacidades de inferencia propias de la especie humana y no de propiedades particulares de los diferentes códigos lingüísticos. La explicación es que cada una de las diferentes interpretaciones que obtenemos es consecuencia de nuestro conocimiento del mundo y del contexto y la situación comunicativa en que se emite el enunciado. La solución es, por tanto, pragmática.

LOS ENUNCIADOS INTERROGATIVOS.

Las oraciones interrogativas aparecen caracterizadas de la manera siguiente: cuando nos dirigimos a uno o varios oyentes para que nos resuelvan una duda o nos digan algo que ignoramos, formulamos oraciones interrogativas directas, caracterizadas por su entonación inconfundible (RAE).

Sin embargo, aplicando este criterio, nos encontramos con oraciones interrogativas en las que no aparece ningún tipo de duda o ignorancia y, en cambio, se entienden como una petición, una oferta, un mandato, una afirmación enfática,...

Por una parte, las características formales que sirven para diferenciar externamente una oración interrogativa de otras modalidades oracionales son portadoras de un significado fijo, general, común a todas las realizaciones particulares de una oración interrogativa. Por otra parte, los diferentes valores que un enunciado interrogativo puede tener (pregunta, petición de confirmación, ofrecimiento, sugerencia, afirmación enfática,...) no dependen sólo de la configuración oracional, sino de la conjunción entre el significado que deriva de la estructura gramatical, de un lado, y de ciertos factores pragmáticos que rodean y conforman el acto de enunciación. De esta manera, serán los elementos precisos de la situación comunicativa (objetivo, conocimientos compartidos, entorno de emisión, relación entre los interlocutores,...) los que determinen el valor concreto.

LA METÁFORA.

Uno de los principales problemas que debe tratar de resolver la pragmática es el de cómo es posible que no siempre haya coincidencia entre lo que decimos y lo que queremos decir. Nuestro lenguaje cotidiano está lleno de metáforas que se reconocen sin necesidad de tener que recurrir a ningún contexto o situación particular, ni a ningún supuesto sobre las intenciones del emisor. Hay dos teorías que explican cuál es el mecanismo concreto que hace esto posible: la teoría de la interacción de rasgos y la teoría de la comparación elidida.

La semántica debe ocuparse del significado de las oraciones, y debe asignar a cada oración un significado determinado por sus propias reglas, sin traspasar el umbral de lo lingüístico. Lo único que puede decir una teoría semántica es que una oración como *Este hombre es un buitre* es una falsedad categorial porque establece una clasificación anómala. Por ello, el ámbito adecuado para dar cuenta de los principios y estrategias que regulan el uso y la interpretación de las metáforas es el de la pragmática. La necesidad de un enfoque pragmático se basa, por tanto, en la comprobación de que, para interpretar las metáforas, no basta con los mecanismos de descodificación, sino que se requiere el concurso de principios deductivos más generales.

Grice propone una solución basada en el concepto de *implicatura*. Grice concibe las metáforas como violaciones abiertas de la máxima de cualidad. Si se quiere mantener la suposición de que el emisor está siendo cooperativo, hay que buscar la implicatura que restaure la vigencia de la máxima.

Para Searle, la interpretación de las metáforas se basa en la existencia de ciertos patrones de inferencia que funcionan regularmente. En ellos pueden distinguirse tres tipos de estrategias diferentes: de reconocimiento, de cálculo y de restricción. El modelo de Searle muestra con claridad que las interpretaciones dependen decisivamente de estrategias, informaciones y conocimientos que no son estrictamente gramaticales.

Para Sperber y Wilson, las metáforas se consideran como consecuencia de una búsqueda de mayor relevancia. Todos los tropos se caracterizan por ser tipos de enunciados en que el emisor expresa abiertamente una creencia que espera que nadie considere literalmente verdadera.