

LA COMUNICACIÓN

LENGUA, COGNICIÓN Y SOCIEDAD

M. Victoria Escandell Vidal



AKAL / LINGÜÍSTICA

DIRECTORES

M. V. Escandell Vidal y Manuel Leonetti



akali

M. VICTORIA ESCANDELL VIDAL

La comunicación

Lengua, cognición y sociedad

Diseño interior y cubierta: RAG

Es posible que, por la propia naturaleza de la red, algunos de los vínculos a páginas web contenidos en el libro ya no sean accesibles en el momento de su consulta. No obstante, se mantienen las referencias por fidelidad a la edición original.

Reservados todos los derechos. De acuerdo a lo dispuesto en el art. 270 del Código Penal, podrán ser castigados con penas de multa y privación de libertad quienes sin la preceptiva autorización reproduzcan, plagien, distribuyan o comuniquen públicamente, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, fijada en cualquier tipo de soporte.

© M. Victoria Escandell Vidal, 2014

© Ediciones Akal, S. A., 2020

Sector Foresta, 1
28760 Tres Cantos
Madrid - España

Tel.: 918 061 996

Fax: 918 044 028

www.akal.com

ISBN: 978-84-460-4943-2

En la comunicación humana se entrecruzan, en un dibujo complejo, el código lingüístico, las capacidades de procesar e inferir información, las relaciones sociales, las intenciones comunicativas, el conocimiento previo o las pautas culturales que rigen las situaciones de interacción. Comprender la actividad comunicativa significa entender cómo se combinan, en una geometría sistemática y a la vez siempre cambiante, lo individual y lo colectivo, la cognición y la cultura, lo biológico y lo institucional.

Lengua, cognición y sociedad aparecen, pues, como una tríada inseparable. Las explicaciones lingüísticas por sí solas no pueden dar cuenta del papel y la incidencia decisiva de los factores situacionales y sociales, ni pueden tampoco proporcionar las claves cognitivas de la comunicación. Las explicaciones sociales no permiten entender ni cómo funciona el sistema de la lengua, ni en qué medida la dotación genética de nuestra especie y el diseño y la organización funcional de nuestro cerebro constituyen las bases de todo comportamiento, incluido el comportamiento comunicativo. Las explicaciones cognitivas pueden dar razón del conjunto de los procesos, siempre y cuando en ellas se incluyan adecuadamente explicaciones de tipo lingüístico y social: la mente no funciona en el vacío, sino que su actividad se manifiesta necesariamente a través de productos de naturaleza a la vez individual y social, entre los que se encuentran la lengua y las instituciones.

Entender y explicar un fenómeno no es simplemente cuestión de describir con minuciosidad sus propiedades observables; es, sobre todo, comprender los principios que lo rigen. En el panorama actual existen diferentes estudios sobre diferentes aspectos de la comunicación humana. Muchos de ellos están orientados hacia el análisis y el comentario de muestras particulares de intercambios comunicativos, y la atención se enfoca en las propiedades externas y perceptibles de las interacciones verbales. La perspectiva adoptada en este volumen es radicalmente dis-

tinta: el *leitmotiv* que lo vertebra es la búsqueda de generalizaciones. Solo si se trasciende el ejemplar concreto y se analizan los fundamentos que originan y dan sentido a la categoría general a la que pertenece, es posible lograr un entendimiento completo. De acuerdo con esta filosofía, la actividad comunicativa se presentará como una manifestación externa de diversas capacidades mentales y diversos procesos cognitivos, cada uno con sus propias pautas de funcionamiento y cada uno dedicado a un tipo particular de contenidos. Además de intentar descubrir regularidades en estos procesos, se buscarán también generalizaciones en el contenido de las representaciones sobre las que dichos procesos operan, en un intento de descubrir de qué modo las instituciones sociales condicionan la interacción comunicativa. Solo de este modo se consiguen explicaciones satisfactorias de los fenómenos.

Una teoría general de la comunicación humana solo es posible si se concibe como una empresa multidisciplinar. De hecho, la inspiración fundamental de estas páginas proviene de las propuestas de muchos investigadores de ámbitos muy diversos: en él conviven los puntos de vista de filósofos y lingüistas como Austin, Searle, Grice, Sperber y Wilson, con los de neurocientíficos como los Frith, Baron-Cohen, Leslie, Caccioppo, y con los de especialistas en Inteligencia Artificial, como Shank, Abelson, Minsky o Marr; los sociólogos como Park o Bogardus comparten espacio con teóricos de la decisión como Simon o Gigerenzer.

El objetivo fundamental de estas páginas no es, sin embargo, el de presentar un estado de la cuestión y reunir los descubrimientos de la investigación reciente en una agrupación ecléctica; al contrario, lo que se pretende es articular en un modelo teórico coherente aquellos enfoques que comparten el suficiente número de supuestos básicos como para poder trabajar bien de manera conjunta. El enfoque de la comunicación que se presenta a continuación constituye, pues, un intento de integrar en un modelo unificado los logros de la investigación de disciplinas diversas, como la Lingüística, la Filosofía del lenguaje, la Pragmática, la Psicología, la Psicología social, la Neurociencia o la Inteligencia Artificial. La confluencia de estas áreas en el terreno de las Ciencias cognitivas ofrece un marco idóneo para integrar todas estas diferentes perspectivas.

La presente obra está pensada para servir de base a un curso universitario sobre comunicación, sea cual sea la perspectiva desde la que se aborde su estudio: puede resultar útil para lingüistas, filósofos, periodistas, antropólogos, psicólogos, sociólogos, e incluso para quienes, desde ámbitos más cercanos a la biología o a la computación, quieran asomarse a la perspectiva que sobre la comunicación ofrecen las Humanidades. La presentación de los temas pone el acento en la estructura general del modelo y en el modo de encontrar regularidades, para poder construir una estructura capaz de sistematizar y dar sentido a todo un cuerpo de doctrina, de ofrecer explicaciones fundadas a los fenómenos, y de establecer conexiones significativas con otras materias cercanas.

1

¿QUÉ ES COMUNICARSE?

Para estudiar cómo funciona la comunicación, hay que plantear primero ciertas cuestiones básicas: cuestiones tales como qué es exactamente comunicarse, qué se comunica y de qué modo se hace. A primera vista, parece que las respuestas a tales preguntas son sencillas y deberían resultar evidentes para cualquiera. Sin embargo, una mirada algo más atenta revela pronto la complejidad de los sistemas y los procesos que intervienen en la interacción verbal.

Efectivamente, si se pregunta a un grupo de personas qué es la comunicación, se obtendrá seguramente una lista de respuestas que, con diversas variantes, incluirá al menos estas dos ideas: comunicarse es transmitir información por medio del lenguaje, y comunicarse es interactuar con los demás. En ellas se resumen las dos propiedades que habitualmente se consideran esenciales en la comunicación: 1) la transmisión de información por medio de un código lingüístico y 2) la interacción con otros. La comunicación tiene, en esta caracterización, dos facetas: una de tipo lingüístico y otra de tipo social.

1.1. Los modelos clásicos

También los especialistas ofrecen sus respuestas a la pregunta de qué es comunicarse. En los libros básicos es habitual encontrar esquemas que recogen los elementos fundamentales de la comunicación y sus relaciones. En los inicios de la Lingüística, los estudiosos estaban más interesados en establecer generalizaciones sobre el lenguaje como instrumento que sobre la comunicación como proceso.

1.1.1. El esquema de Karl Bühler

El lingüista y psicólogo alemán Karl Bühler desarrolló un modelo de las funciones del lenguaje, en el que se esquematizan sus elementos constitutivos, tal como se refleja en el siguiente gráfico:

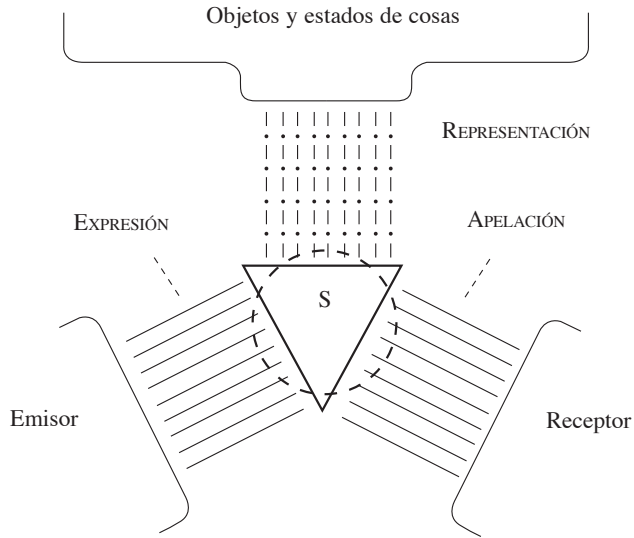


Fig. 1. El esquema de Bühler (1934).

En el centro del esquema aparece el signo lingüístico, entendido como fenómeno físico y acústico. El signo se conecta por medio de líneas paralelas con tres factores externos: emisor, receptor y estados de cosas. Cada una de estas conexiones caracteriza al signo de un modo diferente: el signo lingüístico es un *símbolo* en virtud de su relación con los objetos y los estados de cosas a los que se refiere; es un *síntoma* por su relación con el emisor, cuyos estados internos expresa, y es una *señal* en relación con el destinatario, al que apela y cuyo comportamiento interior o exterior aspira a dirigir. Estas conexiones definen tres relaciones semánticas diferentes, que corresponden, a su vez, a las tres funciones básicas del lenguaje: representación, expresión y apelación (Bühler 1934: 35). Este esquema constituye una caracterización estática de la constelación de relaciones que se establecen entre el signo y otros elementos: en él se recogen las funciones básicas, pero no queda reflejada la dinámica del proceso comunicativo.

1.1.2. El modelo de Shannon y Weaver

Es frecuente encontrar también en la bibliografía referencias al modelo de la comunicación propuesto por Shannon y Weaver (Shannon 1948; Weaver 1949; Shannon y Weaver 1949). Este modelo se concibió originalmente (Shannon 1948) como un modelo matemático de base logarítmica y estadística sobre el modo en que se transmite información

entre dispositivos mecánicos. Shannon postula que la comunicación responde siempre a un mismo esquema básico, en el que interviene un conjunto restringido de elementos:

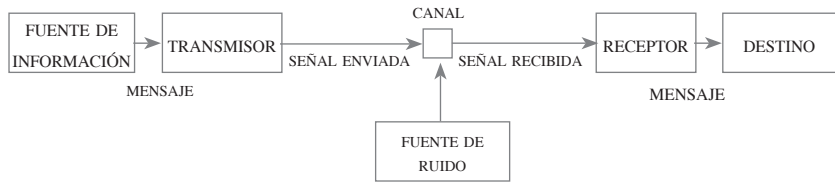


Fig. 2. El modelo de Shannon (1948).

La fuente de información selecciona el mensaje que quiere enviar. El transmisor, utilizando un código, lo convierte en una señal. Esta señal se envía al receptor a través de un canal. El proceso de transmisión puede verse afectado por la adición a la señal de elementos extraños y no deseados (distorsiones del sonido, interferencias eléctricas...), que se denominan genéricamente *ruido*. El receptor, a su vez, utilizando el mismo código, convierte de nuevo la señal recibida en un mensaje y lo entrega a su destino. En este caso, el modelo no solo identifica componentes y relaciones, sino que trata de reproducir también un proceso.

El modelo de Shannon estaba pensado inicialmente como un modelo para ingenieros. En un sistema mecánico de comunicación, las principales cuestiones a las que se debe dar respuesta tienen que ver con la cantidad de información, la capacidad del canal, el proceso de codificación y los efectos del ruido. De hecho, el propio autor señala expresamente:

Habitualmente, los mensajes tienen significado, esto es, se refieren a ciertas entidades físicas o conceptuales o se relacionan con ellas de acuerdo con algún tipo de sistema. Estos aspectos semánticos de la comunicación son irrelevantes para los problemas de la ingeniería (Shannon 1948: 379).

Weaver vio enseguida, sin embargo, el potencial explicativo del modelo de Shannon y lo extendió a otras formas de comunicación (Weaver 1949; Shannon y Weaver 1949), entre ellas, la comunicación humana por medio del lenguaje:

Cuando yo le hablo a usted, mi cerebro es la fuente de información, y el suyo es el destino; mi sistema vocal es el transmisor, y su oído (con el nervio acústico) es el receptor (Weaver 1949: 12).

Además de las cuestiones propiamente técnicas, en la comunicación humana habría que tomar en consideración también los aspectos semánticos y la eficacia comunicativa. La propuesta de Weaver para estos otros niveles aparece simplemente esbozada y sigue inspirándose en conceptos estadísticos y matemáticos, como la informatividad, la incer-

tidumbre, la entropía y el cálculo de probabilidades. Hay que señalar que entran en juego, por primera vez, consideraciones sobre la faceta cognitiva de la comunicación, que se inicia en la mente de un hablante y tiene como destino la mente de otro.

1.1.3. La propuesta de Jakobson

Algunos años después, el lingüista ruso Roman Jakobson postuló un esquema muy similar, en el que identifica nuevos elementos constitutivos de cualquier acto de comunicación verbal (Jakobson 1960):

El EMISOR envía un MENSAJE al DESTINATARIO. Para ser operativo el mensaje requiere un CONTEXTO al que hacer referencia (al que también se denomina, de manera un tanto ambigua, *referente*), que debe resultar abarcable para el destinatario y, por tanto, ha de ser o de naturaleza verbal o susceptible de ser verbalizado; un CÓDIGO común (en su totalidad o, al menos, en parte) al emisor y al destinatario (en otras palabras, al codificador y al descodificador del mensaje), y, por último, un CONTACTO, un canal físico y una conexión psicológica entre emisor y destinatario, que les permita iniciar y mantener la comunicación. Todos estos factores, constituyentes inalienables de todo acto de comunicación, pueden esquematizarse como sigue:



Jakobson (1960: 353)

En este modelo, emisor y destinatario se equiparan a codificador y descodificador, y, aunque es cierto que también se señala la necesaria conexión psicológica entre ellos, el proceso comunicativo se centra en el código.

Cada uno de los elementos identificados por Jakobson determina una función del lenguaje. La función *referencial* es la que se orienta hacia el contexto, y es seguramente preponderante en la mayor parte de los intercambios comunicativos. La función *emotiva* se orienta hacia el emisor y la expresión de sus actitudes. La orientación hacia el destinatario da lugar a la función *conativa*, que tiene manifestaciones lingüísticas específicas como los vocativos o los imperativos. Cuando el mensaje se dirige a establecer el contacto o comprobar si el canal funciona, se habla de función *fática*. Se denomina *metalingüística* la función que deriva de la orientación del mensaje hacia el código lingüístico. A estas cinco funciones, que relacionan el mensaje con cada uno de los elementos, Jakobson añade una más: aquella en la que el lenguaje se enfoca sobre sí mismo. A esta función, que hace patente la materialidad de los signos mismos, la denomina función *poética*. Las diferentes funciones no son incompatibles entre sí, de manera que se pueden dar simultáneamente y en diferentes grados en un mismo acto de comunicación.

1.1.4. Las inadecuaciones de los esquemas clásicos

Los esquemas anteriores recogen representaciones comunes, que se han hecho ya clásicas en la bibliografía y que, en una versión u otra, se dan por sentadas cuando hay que caracterizar la comunicación. Sin embargo, como se mostrará en las páginas que siguen, la visión de la comunicación que se desprende es errónea. Efectivamente, los modelos clásicos devuelven una imagen rígida y simplista de la comunicación humana, no solo porque la comunicación queda reducida a un intercambio mecánico de señales, sino sobre todo porque hace predicciones incorrectas sobre el papel de cada uno de los elementos que lo integran: como se verá a continuación, el papel asignado al código es excesivo, las relaciones entre los hablantes apenas tienen cabida, el lugar del contexto extralingüístico parece secundario y la situación comunicativa carece del menor peso, a no ser cuando produce interferencias en el canal. Sin embargo, no es difícil advertir que son precisamente esos factores los que determinan muchos aspectos de la actividad comunicativa humana, de modo que ningún enfoque que quiera ofrecer una explicación completa puede prescindir de ellos.

Las inadecuaciones de los modelos clásicos, y de la visión sobre el lenguaje y la comunicación que en ellos subyace, propiciaron desde los años 60 el desarrollo de un nuevo ámbito disciplinar, el de la Pragmática, que busca dar una respuesta más adecuada a todas las cuestiones pendientes que suscita la comunicación (Austin 1962; Searle 1969; Grice 1975, 1978). Entre los supuestos básicos de este nuevo ámbito está la idea de que lo que se comunica va más allá de lo que se codifica por medios lingüísticos, de modo que hay que explicar qué otros elementos y qué otros procesos intervienen en la comunicación.

En las secciones que siguen se revisan, desde la perspectiva de la Pragmática, las principales inadecuaciones de los esquemas clásicos (véanse especialmente Sperber y Wilson 1986/1995: Cap. 1; Wilson 1998; Wilson y Sperber 2004; Sperber y Wilson 2005; Carston 2006, 2011; Escandell Vidal 1996/2006; Yus 2007). Al plantear preguntas específicas, se ponen de relieve aquellos aspectos que conviene ajustar y modificar.

1.2. ¿Cómo nos comunicamos los humanos?

Cuando se reflexiona informalmente sobre cómo funciona la comunicación, se suele razonar en los siguientes términos: los humanos nos comunicamos por medio del lenguaje; las lenguas son códigos; por lo tanto, los humanos nos comunicamos codificando y descodificando mensajes. Un *código* es un sistema convencional que establece emparejamientos constantes entre señales y mensajes: en principio, a cada señal le corresponde un mensaje y a cada mensaje le corresponde una señal. Pero, como se verá a continuación, hay al menos dos sentidos en los

que la equiparación total entre comunicación y uso de un código no resulta adecuada.

En primer lugar, el razonamiento que liga comunicación y código tiende a entenderse erróneamente en el sentido de que la existencia de un código es una condición necesaria y suficiente para que se produzca la comunicación, y esto no es correcto. Efectivamente, si la comunicación fuera una simple tarea de codificar y decodificar mensajes, el conocimiento del código debería bastar para explicar por completo el funcionamiento de la comunicación y cualquier aspecto de la comunicación estaría determinado por él: cómo se elige la forma de los enunciados, cómo se recupera la información transmitida, etc. Sin embargo, hay muchas facetas tanto de la manera en que se utiliza la lengua con fines comunicativos como de las interpretaciones a las que llegan los destinatarios que no dependen simplemente del conocimiento del código lingüístico, sino que requieren tener en cuenta otros elementos y factores extralingüísticos.

Y, en segundo lugar, si la comunicación consistiera necesariamente en el intercambio de información codificada, no se podría concebir la existencia de comunicación en ausencia de un código. Sin embargo, la realidad muestra que es posible comunicar muchas cosas sin que para ello haga falta valerse de un código.

Hay, pues, dos sentidos en los que la equiparación entre código y comunicación resulta inadecuada. En las secciones que siguen se examinan estas cuestiones con más detalle.

1.2.1. ¿Es suficiente el código?

Considere la oración de (1):

(1) Habrá que limpiar el casco.

Es fácil advertir que esta oración presenta un caso de ambigüedad semántica. La palabra *casco* puede significar cosas diferentes: puede referirse, entre otras cosas, al cuerpo de un barco, a la pieza que cubre la cabeza de un motorista o un soldado, a una botella vacía, a la uña de un caballo, incluso a la parte central de una ciudad. El código de la lengua española establece la existencia de diferentes acepciones para una misma palabra, es decir, empareja un único significante con varios significados.

Pues bien, aunque se conozcan todos esos significados, este conocimiento no basta para poder decidir cuál de ellos quiso transmitir el interlocutor en una situación concreta: fuera de contexto, no es posible seleccionar con fundamento una acepción u otra. Sin embargo, quien emite esta oración en una ocasión determinada quiere utilizar solo una de estas posibles acepciones, no todas a la vez, ni tampoco una u otra indistintamente; es más, resulta más que probable que, cuando pronuncia la frase, no sea ni siquiera consciente de que la palabra *casco* tiene otros significados. Y el problema no se limita a la ambigüedad semántica de *casco*. Algo semejante cabría decir con respecto a la palabra *limpiar*, que admite también más de una interpretación en función de la

intención comunicativa del emisor y de los significados de las otras palabras con las que se combina.

El ejemplo anterior muestra que hay varios aspectos de lo que se comunica que no pueden recuperarse simplemente apelando al conocimiento del código lingüístico. Para tomar decisiones adecuadas acerca de la acepción concreta con que se emplea una palabra (y, por consiguiente, del sentido global de una oración), se requiere también tener acceso al conocimiento de la situación extralingüística.

La necesidad de apelar a factores extralingüísticos para explicar aspectos de la comunicación no se limita a la resolución de ambigüedades léxicas. Considere ahora la siguiente frase:

(2) Colócala encima de la mesa.

No parece haber en ella ninguna ambigüedad semántica. Y, sin embargo, es necesario poner en juego nuevamente conocimientos extralingüísticos para decidir a qué objeto se refiere el pronombre *la*, o para identificar inequívocamente el referente de la expresión *la mesa*. Además, la palabra *encima* resulta vaga o poco específica: puede querer decir ‘en contacto directo con la parte superior de’ o ‘suspendido a una cierta distancia sobre’. La elección de una u otra opción depende en gran medida de cuál sea el objeto que debe colocarse: si es una cafetera, probablemente se elegirá el primero de los sentidos; si es una lámpara de techo, el segundo. Aunque uno sea capaz de descodificar el mensaje, el conocimiento de la gramática no permite explicar totalmente la interpretación a la que se llega.

Además de seleccionar significados y referentes, en la interpretación resulta necesario completar algunas expresiones. Considere la oración de (3):

(3) El mío es más rápido.

Fuera de contexto, la frase resulta vaga: efectivamente, no especifica de qué se está hablando exactamente, ni con respecto a qué es más rápido; y tampoco establece cuánto más rápido es, en qué consiste exactamente la rapidez, o en qué tipo de unidades debe medirse. Sin embargo, ninguna de estas indeterminaciones suele suponer un obstáculo para la comprensión en una situación concreta: si se está hablando de un coche, *rápido* indicará velocidad de desplazamiento sobre una superficie y se medirá en kilómetros por hora; si es un ordenador, hará alusión a su capacidad de procesamiento y la velocidad se medirá probablemente en milisegundos; si es un pegamento, la rapidez equivaldrá al tiempo de secado... En ocasiones, ni siquiera el tipo de referente determina inequívocamente el sentido preciso de una expresión: al hablar de un fontanero, *rápido* podría referirse, entre otras cosas, tanto a la velocidad con que es capaz de reparar una determinada avería como al tiempo que tarda en acudir para atender el encargo.

Y, es más, lo que se expresa con palabras no agota por completo lo que se quiere transmitir. Una afirmación como la de (4) puede adquirir interpretaciones diversas de acuerdo con las situaciones en que se emita.

(4) Cuesta doce veces más hacer un nuevo cliente que conservar a uno antiguo.

Puede ser simplemente una nueva información, si la pronuncia un profesor ante sus alumnos de un curso de *marketing*; puede ser una advertencia o un recordatorio que un colega hace a otro antes de tomar una decisión sobre una nueva estrategia comercial, o puede ser una amenaza, si la pronuncia un cliente insatisfecho ante el trato que está recibiendo por parte de una empresa. En todos los casos, lo que cada uno de los diferentes emisores quiere transmitir no es solo la pieza de información que codifica en su enunciado lingüístico; tan importante o más es el objetivo que persigue al hacerlo: enseñar, advertir, amenazar... Y en muchas situaciones resulta incluso más importante lo que se insinúa que lo que se expresa. Es seguro, por ejemplo, que el cliente descontento no pretende informar al técnico de ventas acerca de una realidad comercial desconocida para él, sino que trata más bien de presionarle para conseguir unas mejores condiciones, sugiriendo que puede dejar de ser cliente si no recibe un trato más favorable. Y, curiosamente, esto, que no es lo que aparece codificado expresamente en la oración, es lo que quiere comunicar el emisor y es también, previsiblemente, lo que entenderá su interlocutor.

Este mismo razonamiento puede extenderse, por supuesto, al resto de los ejemplos comentados con anterioridad. Incluso después de haber decidido con absoluta precisión a qué se está refiriendo el emisor de los ejemplos (1)-(3), todavía siguen quedando aspectos de lo que quiere comunicar que escapan de las posibilidades explicativas de la gramática: el conocimiento del código no puede especificar, por ejemplo, si el enunciado de (1) es un consejo, una amenaza, un castigo o una predicción; o si (2) pretendía ser una sugerencia o era en realidad una orden; o si por medio de (3) se está desafiando al interlocutor o simplemente ofreciéndole una información objetiva...

Los ejemplos anteriores muestran, pues, que la comprensión de los enunciados requiere algo más que el dominio del léxico y de las reglas gramaticales de una lengua determinada. La interpretación de un enunciado no consiste solo en descodificar correctamente el contenido del mensaje, sino también en completarlo adecuadamente con datos provenientes del conocimiento previo acerca del interlocutor, de la situación y del mundo: a la hora de interpretar, hay que tomar decisiones acerca de cuáles son las entidades a las que se refiere el mensaje, resolver casos de ambigüedad, enriquecer algunas formulaciones incompletas, avanzar hipótesis sobre las intenciones comunicativas del interlocutor y también sobre sus actitudes ante el mensaje transmitido. Y en la producción operan mecanismos similares: en muchas ocasiones, uno no dice exacta y literalmente lo que quiere comunicar, sino que se vale de alusiones, insinuaciones y otros medios indirectos. Para que todo ello sea posible, los hablantes ponemos necesariamente en funcionamiento conocimientos y capacidades que no pueden describirse solo en términos gramaticales. Por tanto, reducir toda la comunicación humana al uso de un código es, de entrada, descriptivamente inadecuado.

1.2.2. ¿Es necesario el código?

Los ejemplos anteriores han puesto de relieve que el conocimiento lingüístico asociado al código no es suficiente para explicar todo lo que se transmite cuando se comunica. Cabría preguntarse ahora si la utilización de un código es un requisito necesario para que haya comunicación.

Imagine la siguiente situación. Acaba usted de salir de su casa cuando ve al otro lado de la calle a su cuñada, que también le ve a usted y le sonríe. Mientras ambos esperan a que el semáforo se ponga verde para poder cruzar, su cuñada saca unas llaves del bolsillo y las agita de manera visible. Dependiendo de otros datos de la situación (que usted podrá suplir sin dificultad), usted probablemente entenderá que, por medio de esa acción, su cuñada trata de hacerle entender algo: por ejemplo, que ya le han dado las llaves del coche o del piso nuevo; o que ha encontrado las llaves que usted había perdido; o intenta recordarle que tiene usted que coger sus llaves... ¿Ha habido comunicación?

Desde luego, parece innegable que, al agitar las llaves, su cuñada ha tratado de entrar en contacto con usted para transmitirle algo; lo es también que usted habrá interpretado su comportamiento como un comportamiento comunicativo, y muy probablemente, además, su cuñada habrá conseguido su objetivo. Sin embargo, estará usted de acuerdo en que no ha mediado el uso de un código: no hay ninguna convención preestablecida, ni pública ni privada, según la cual agitar unas llaves desde el otro lado de la calle signifique ninguna de las cosas que se han señalado más arriba (o ninguna otra cosa imaginable).

Por supuesto, entra también dentro de lo posible que usted no haya entendido lo que su cuñada le quiso decir, o que haya entendido algo completamente diferente de lo que ella quería transmitirle: por ejemplo, puede que haya entendido que simplemente quería saludar. Pero lo que es seguro es que el gesto de agitar las llaves no solo no le habrá pasado inadvertido, sino que habrá atraído su atención de una manera especial, hasta el punto de que usted se ha visto impulsado a atribuirle una intención comunicativa, sea la que sea. Este ejemplo muestra, pues, que hay comportamientos comunicativos que no utilizan necesariamente el código lingüístico.

Las reflexiones hechas en los dos epígrafes anteriores ponen de relieve, por tanto, la necesidad de relativizar un poco el papel que se asigna al código en la comunicación: por un lado, hay aspectos de lo que se comunica que no pueden explicarse solo a partir del conocimiento del código lingüístico; por otro, es posible comunicarse eficazmente sin utilizar señales convencionales y codificadas. La producción y la interpretación de los enunciados lingüísticos resultan bastante más complejas de lo que parece a primera vista y de lo que se deduce a partir de los esquemas clásicos de la comunicación. La visión mecánica y unidimensional de la comunicación como resultado de un único proceso automático de codificación y descodificación debe sustituirse por otra en la que tengan cabida también otros elementos y otros pro-

cesos. Para identificarlos, conviene seguirse planteando nuevas preguntas.

1.3. ¿Con quién se establece la comunicación?

Esta no es, desde luego, una pregunta que esté sin contestar: en el enfoque más común, los protagonistas de la comunicación son el emisor y el receptor, que se presentan como entidades con la capacidad de manejar correcta y eficientemente un código de señales que ambos comparten. Pero si el compartir el uso de un código es el único atributo que se les reconoce, entonces la caracterización que se ofrece es, de nuevo, demasiado mecánica y simplista.

Por un lado, después de las reflexiones hechas hasta ahora, resulta evidente que si el manejo de un código común no es una condición necesaria para que haya comunicación, tampoco debería ser, entonces, un componente esencial de las nociones de emisor y receptor. Es fácil imaginar que dos personas que hablan lenguas diferentes pueden llegar a entenderse —aunque sea rudimentariamente— a base de señas no codificadas; hay algunos juegos, como el de adivinar títulos de películas por mímica, que se basan precisamente en esta misma capacidad.

Por otro, incluso cuando emisor y receptor comparten un mismo código, no es el conocimiento de este código la única de sus capacidades que se pone en juego en la comunicación, ni siquiera cuando de lo que se trata es de entender los mensajes codificados lingüísticamente: como hemos visto, hace falta complementar el proceso de codificación y decodificación con otros procesos que añaden datos derivados del conocimiento del mundo, del entorno, de la situación...

Finalmente, las caracterizaciones clásicas tampoco toman en consideración otros aspectos sociales que determinan y condicionan muchas elecciones de tipo lingüístico. Efectivamente, la identidad social de los interlocutores constituye una de las bases sobre las que se asienta la adecuación de los enunciados: como es bien sabido, no se habla igual con un amigo y con un desconocido, con un adulto y con un niño; no es lo mismo comunicarse con un experto en una materia y con un alumno que acaba de empezar a estudiarla...

Las consecuencias de estas reflexiones parecen claras: no es adecuado caracterizar a los participantes como meros agentes de codificación y decodificación: en primer lugar, no solo porque tales procesos no se dan necesariamente para que haya comunicación, sino también porque, incluso cuando se dan, deben verse completados con otros procesos que integran y combinan la información lingüística con la información extralingüística; en segundo lugar, porque la identidad personal y social de quienes participan en el intercambio comunicativo no es un factor indiferente, de modo que la caracterización que se proponga deberá dar cabida también a esta nueva dimensión. Hay, por tanto, una serie de

propiedades de los participantes, de su relación y de su grado de conocimiento, que no pueden dejarse de lado.

1.4. ¿Cuándo hay comunicación?

Esta pregunta se puede orientar en dos direcciones diferentes: hacia la producción y hacia la recepción. Cuando la pregunta se orienta hacia la recepción, equivale, más o menos, a la pregunta de cuándo se considera que la comunicación se ha producido con éxito. La respuesta parece obvia: ha habido comunicación cuando la persona a la que se dirige el mensaje lo recibe e interpreta correctamente. Pero el sentido que nos interesa en este momento es el que se relaciona con la producción: ¿qué requisitos tienen que cumplirse para que se pueda hablar propia y genuinamente de comunicación?

1.4.1. La intencionalidad en la comunicación

Para dar respuesta a esta pregunta, considere la siguiente situación. A su lugar de trabajo ha llegado un nuevo compañero y se lo presentan. Charlan un rato y él le explica en qué otras empresas ha trabajado anteriormente, qué tareas prefiere, dónde ha encontrado casa... Por su acento, usted deduce que es andaluz, y, por el modo de relacionarse y la manera de vestir, le parece un hombre campechano y amante de los deportes al aire libre. En su dedo anular ve usted la marca blanca que queda al quitarse un anillo: quizá se acaba de divorciar y por eso ha pedido el traslado... Usted no tenía sobre él ninguna información previa, de modo que toda la que ahora posee la ha obtenido en este primer —y, hasta el momento, único— encuentro.

Después de este contacto, usted dispone de muchos datos nuevos sobre su compañero. La cuestión ahora es la siguiente: todos esos datos ¿se los ha comunicado él en sentido estricto? Algunos, desde luego, sí: por ejemplo, todos los relativos a su trabajo anterior y a sus preferencias laborales. Esta información se la ha proporcionado explícitamente en la conversación. Hay, en cambio, otros datos que usted ha obtenido sin que su interlocutor haya hecho nada para transmitírselos: son las deducciones que ha podido hacer por su cuenta sobre la procedencia geográfica del nuevo compañero, sus aficiones o el cambio reciente en su estado civil. Para usted constituyen, obviamente, información nueva, exactamente igual que la que le ha proporcionado el nuevo colega por medios lingüísticos. Y, sin embargo, no parece que se pueda decir en sentido estricto que su interlocutor le ha *comunicado* esta información; es usted, en todo caso, el que la ha *inferido* por cuenta propia a partir de ciertos indicios disponibles.

Imagine de nuevo la situación anterior, pero modifique un detalle: cuando usted lo conoce, el nuevo compañero lleva una alianza de casado. Más tarde, usted se entera de que las cosas entre él y su pareja no

van bien. Un día, se cruzan de nuevo y él levanta la mano y le muestra la marca blanca en su dedo anular. ¿Constituye esto una muestra de comunicación? Algunos de los hechos son los mismos que en el caso anterior: usted ve una marca blanca en el dedo anular y de ella deduce que su nuevo amigo se ha divorciado. Hay, sin embargo, una diferencia decisiva: en el primer caso, usted simplemente *notó* la marca *de manera casual*; en el segundo, su colega le ha *mostrado* la marca *de manera patente*, sabiendo que en cuanto la vea, y en función de su conocimiento previo, hará usted la deducción adecuada. En el primer caso, no hay comunicación; en este segundo, en cambio, sí, porque ha habido una intención manifiesta por parte del nuevo compañero de producir un gesto visible para que, a partir de ese gesto, pueda usted inferir los contenidos que él pretendía transmitirle.

El contraste entre estas dos situaciones debería poner de manifiesto enseguida que se trata de dos escenarios totalmente diferentes. En el primer caso, usted ha construido una nueva pieza de información ('El nuevo compañero se acaba de divorciar') a partir de la observación fortuita de un hecho, sin que haya, de momento, otros datos adicionales que lo respalden. En el fondo, usted sabe que no tiene ninguna garantía de que su deducción haya ido en la dirección correcta; de hecho, si más tarde sabe por otros medios que su colega no se ha divorciado, sino que simplemente se olvidó el anillo en la ducha, seguramente se reirá usted de sí mismo por haber ido demasiado lejos en sus suposiciones. En el segundo caso, por el contrario, es el nuevo compañero quien tiene la responsabilidad de haberle hecho notar ostensiblemente la marca blanca dejada por la alianza, y usted inevitablemente, basándose en el gesto ostensivo y en su conocimiento previo, tratará de hacer la deducción adecuada; si luego resulta que su interlocutor se ha dejado el anillo en la ducha, usted sentirá que ha sido objeto de un engaño o una broma (y es muy probable que la cosa no le haga la más mínima gracia). Esto indica, pues, que la intención de comunicar algo y la producción intencional de algún tipo de señal para lograrlo son elementos decisivos desde el punto de vista de la producción.

1.4.2. Interpretar el comportamiento intencional

Si se adopta ahora la perspectiva de la interpretación, resulta claro que la intención es también determinante al menos en dos sentidos. Por un lado, como se acaba de ver, la interpretación es un proceso orientado no tanto a la simple y mera descodificación de la señal recibida, sino sobre todo a la identificación del propósito comunicativo con que aquella fue emitida: tanto si la señal se ha producido valiéndose de las reglas de un código como si no, el objetivo de quien interpreta no es simplemente descodificar la señal, sino recuperar los contenidos que el emisor ha querido comunicarle por medio de ella; estos contenidos pueden no estar directamente codificados de manera expresa en el mensaje.

Por otro lado, resulta claro también que no tiene el mismo estatuto la información que viene respaldada por el emisor y aquella otra que

uno deduce sin otras garantías. La intencionalidad confiere, pues, una dimensión añadida de credibilidad a la información recibida. Efectivamente, cuando un emisor comunica intencionalmente unos datos, se parte del supuesto de que respalda y se hace responsable de la información que proporciona: si lo que dice es a sabiendas falso o inexacto, siempre podrá ser acusado de haber mentido o de haber tratado de inducir a error –y conviene tener presente que dar falso testimonio es un delito–. Los datos que uno obtiene a partir de fenómenos no intencionales, en cambio, no tienen más garantía que la propia de la deducción que se ha hecho. Uno puede equivocarse, por ejemplo, al confundir el acento andaluz con el acento canario; o atribuir a la ropa que lleva el nuevo compañero una significación que no le corresponde: por ejemplo, puede ser que le perdieran la maleta en el vuelo de llegada y las prendas que viste son las que le ha prestado otro colega y no tienen nada que ver con su manera habitual de vestir... Lo importante es que, si cualquiera de las deducciones que uno ha hecho por cuenta propia resulta falsa, no se puede culpar a nadie de haber comunicado una información inexacta.

Por supuesto, entra dentro de lo posible el que alguien manipule conscientemente algunos elementos para provocar deducciones falsas: el nuevo compañero puede imitar un acento andaluz para ocultar su procedencia. Pero tampoco en este caso puede hablarse de *comunicación*, ya que, aunque la modificación es consciente, su éxito depende precisamente de que su intención real –engañar– permanezca oculta (Wilson y Sperber 1993).

1.4.3. La intencionalidad como propiedad definitoria de la comunicación humana

En un sentido algo más profundo, la intención es fundamental también porque establece una diferencia decisiva entre los actos voluntarios y los involuntarios: los actos voluntarios representan formas de comportamiento; los actos involuntarios son actos reflejos. Si tiene algún interés estudiar la comunicación humana es porque constituye una variedad específica y compleja de comportamiento, y no simplemente un acto inconsciente.

La comunicación humana contrasta, así, con la comunicación animal en varios sentidos. Es cierto que se habla del lenguaje de las abejas, para referirse a los mecanismos por los que las abejas exploradoras indican al resto de la colmena la distancia y la dirección en la que se encuentra una nueva fuente de alimento, utilizando para ello una danza especial (Von Frisch 1973). De los monos *vervet* se dice que cuentan con tres llamadas de alerta diferentes para advertir al grupo de la presencia de diversos tipos de depredadores: una, para los leopardos, que hace que todo el grupo se suba a lo más alto de los árboles; otra, para las águilas, que hace que todos se vayan a las ramas bajas o al suelo, y otra, para las serpientes, que hace que todos salten, golpeen el suelo y agiten los brazos (Cheney y Seifarth 1990). Ahora bien, incluso en los

casos que parecen más complejos, lo que se suele llamar “comunicación animal” no pasa de ser, en realidad, un acto reflejo, en el que un individuo reacciona de manera genéticamente predeterminada ante un estímulo o una situación (la visión de un predador o de una presa; la visión de un competidor o de una posible pareja reproductora...). Esta reacción consiste en emitir una señal analógica, sin posibilidades de elección o de modificación. La libertad de los humanos, en cambio, es total: nada nos obliga a reaccionar lingüísticamente en ninguna circunstancia, de modo que no estamos constreñidos biológicamente a comunicarnos de una manera determinada en cada situación.

La intencionalidad es, por tanto, una propiedad central de la comunicación humana: solo hay comunicación cuando hay intención de comunicar. Es cierto que se puede obtener información de muchas fuentes, pero solo cuando el emisor ofrece la información de manera voluntaria y abierta es legítimo hablar de comunicación. No es, por consiguiente, adecuado agrupar bajo la misma denominación los procesos en los que se transmiten contenidos intencionalmente (sea por medios lingüísticos o de otra naturaleza) y aquellos otros en los que los contenidos se obtienen como fruto de la deducción a partir de datos observados más o menos fortuitamente. Al inicio del capítulo (cf. § 1.2) se recogía la toma de contacto como una propiedad característica de la comunicación; pues bien, las reflexiones hechas a este respecto permiten refinar algo más aquella idea para incluir un nuevo elemento en nuestra caracterización: para que haya comunicación tiene que haber *intención comunicativa*. Una información que no se transmite intencionalmente no es una información comunicada.

1.4.4. Intencionalidad y propósito comunicativo

Si la comunicación es un tipo de actividad voluntaria, parece sensato indagar cuáles son los motivos por los que el emisor decide embarcarse en dicha actividad. Además, es también sensato suponer que los objetivos que se persigan determinarán de manera decisiva los medios que se empleen para lograrlos.

El propósito puede concebirse como la relación dinámica entre el emisor y el aspecto de su entorno sobre el que este quiere actuar, bien para introducir cambios, bien para evitar que estos se produzcan: los cambios pueden afectar a la situación externa, o al destinatario, o a ambos. Así, una misma expresión lingüística puede utilizarse con finalidades comunicativas distintas. Si alguien dice *¡Píntalo de verde!*, su enunciado puede contar como una sugerencia, un consejo, una orden, un reto, una amenaza... La diferencia entre estas diferentes posibilidades radica, en gran medida, en cuál sea el propósito que persigue el emisor con su enunciado.

La finalidad es importante porque funciona como un principio regulador de la conducta, que guía al emisor a usar los medios que considera más adecuados para alcanzar sus fines. Y el propósito, además de ser decisivo en la producción de la señal, lo es también en la interpretación:

en efecto, interpretar adecuadamente una señal pasa necesariamente por ser capaz de reconocer la intención comunicativa con que se emitió. Las consecuencias de interpretar el enunciado anterior son muy diferentes si éste se toma como una simple sugerencia, o como un reto, o como una orden...

1.5. ¿Qué se comunica?

Es preciso reflexionar ahora sobre qué se comunica. En el enfoque habitual, comunicar se ha identificado muchas veces con transmitir información, de modo que lo comunicado parece que deberían ser, en principio, datos nuevos. Es fácil mostrar, sin embargo, que la novedad de la información no es un criterio fiable para definir la comunicación. Pienso, por ejemplo, en la siguiente situación. Entra usted en su casa y alguien que vive con usted exclama:

(5) ¡Anda, ya estás aquí!

Resulta obvio que la frase anterior es una muestra genuina de comunicación (es decir, es resultado de un acto intencional); pero resulta, asimismo, igualmente obvio que, dada la situación, tal frase no le transmite a usted ninguna información nueva, ningún contenido desconocido. Por supuesto, el que la emite tampoco lo hace para informarle a usted de su propia llegada —algo que usted, desde luego, sabe mejor que nadie—; y, sin embargo, esto es lo que, a primera vista, se codifica en el mensaje. Si la transmisión de información nueva fuera efectivamente la única finalidad de la comunicación, el enunciado anterior resultaría totalmente superfluo. Cualquiera sabe, en cambio, que no lo es. Y no lo es, en este caso, por una conjunción de factores que tienen que ver con las finalidades mismas de la comunicación: la frase anterior es un saludo, que comunica una reacción emotiva, con matices que pueden ir de la simple sorpresa a la más desbordante de las alegrías.

Esto indica que la transmisión de información nueva es solo una más de las finalidades de la comunicación humana, pero no la única y, seguramente, a veces, ni siquiera la más importante. Además de la transmisión de información nueva y objetiva, la comunicación permite influir en los demás, manifestar pensamientos, sentimientos, emociones; y permite también realizar actividades específicas, como saludar, pedir, agradecer, sugerir, insultar... Un modelo adecuado de la comunicación debe dar cabida, por tanto, a todos estos diferentes objetivos comunicativos.

A la pregunta de qué se comunica, los esquemas clásicos suelen responder señalando hacia conceptos como el de *contexto* o *referente*, que engloban las realidades extralingüísticas (objetos, entidades y estados de cosas) a las que hace alusión el mensaje. Después de lo visto, es obvio que no todo lo que se comunica es necesariamente el reflejo de una realidad externa: no hay referente exterior para las emociones, y tampoco lo hay en aquellos casos en que el lenguaje se utiliza para

llevar a cabo otros tipos de acciones verbales, como saludar o insultar. La noción de referente no resulta, pues, imprescindible para caracterizar la comunicación.

1.6. ¿En qué escenario se produce la comunicación?

En algunos modelos, el término *contexto* designa la realidad extralingüística; en otros, el contexto es el entorno físico, especialmente en la medida en que puede afectar a la transmisión del mensaje o distorsionarlo. Aunque es fácil intuir que el contexto es decisivo, en algunas versiones del esquema de la comunicación los aspectos situacionales no tienen más función que la de simple marco.

El contexto es, en realidad, uno de los elementos más importantes y, a la vez, más difíciles de caracterizar cuando se quiere trascender la mera intuición. Los datos recogidos a lo largo de las secciones anteriores ponen de relieve que su papel es central en muchos aspectos. De hecho, una parte importantísima de lo que se interpreta depende del aporte contextual. Fuera de contexto, una expresión tiene significado, pero este significado se ve sustancialmente modificado —enriquecido, restringido, complementado, adaptado...— cuando la expresión se inserta en un contexto determinado. Por ejemplo, es frecuente que los personajes públicos se quejen de que sus declaraciones han sido sacadas de contexto y reciben por ello una interpretación que traiciona la intención con que fueron pronunciadas; y es que las expresiones lingüísticas son —en muchos sentidos diferentes— sensibles al contexto.

El contexto permite identificar los objetos o los estados de cosas a los que se refieren las expresiones lingüísticas; elegir entre las diversas acepciones de una palabra; completar lo que se codifica por medios lingüísticos con otras informaciones externas; decidir cuáles son las intenciones comunicativas de nuestro interlocutor... El contexto abarca, pues, todo aquello que puede tener incidencia en la manera en que se interpreta un enunciado. Y debe dar cabida, igualmente, a todas las circunstancias externas a la lengua que determinan su uso también en la producción. Por las razones apuntadas anteriormente, no todas las situaciones requieren intervenciones comunicativas de las mismas características: no es lo mismo hablar en público que en privado, hablar en casa o en el trabajo; también la identidad del destinatario determina el uso que se hace de la lengua, de modo que un mismo elemento (el destinatario) funciona a la vez como participante y como parte de la realidad externa que condiciona las elecciones lingüísticas.

Tal como se presenta habitualmente, el contexto se dibuja como una realidad amplia, pero estática: se presenta como un escenario, es decir, algo dado, fijado de antemano. Y, sin embargo, las circunstancias van cambiando mientras avanza la conversación; es más, en muchas ocasiones la conversación tiene como objetivo modificar algunas de las

circunstancias. Hace falta seguramente que la noción de contexto sea lo suficientemente restringida como para permitir generalizaciones de interés, y lo suficientemente flexible como para dar cabida también a los cambios.

1.7. ¿Por qué medio se establece la comunicación?

Al hablar del medio, cabe hacer una reflexión semejante a la que se hizo con respecto a los participantes. En el enfoque más común se habla del canal como el medio físico por el que circula la señal. De acuerdo con esta caracterización, el habla (o la lengua de signos) y la escritura difieren simplemente en lo relativo al medio empleado. Sin embargo, sabemos perfectamente que las diferencias entre lengua hablada (o signada) y lengua escrita van mucho más allá de la mera transferencia de medio.

Las peculiaridades que separan las producciones orales (y signadas) de las escritas dependen de dos realidades diversas: por un lado, están las que tienen que ver con las propiedades intrínsecas de cada uno de los medios y que, en muchos casos, no resultan transferibles; por otro, están las relativas a las convenciones externas asociadas con la utilización de la lengua en las situaciones que se producen de manera oral (o signada) y las que requieren el uso de la lengua escrita (cf. §§ 2.4.6 y 3.3).

La escritura proporcionó, en un principio, un modo de conservar permanentemente mensajes importantes, por lo que antiguamente solo se escribía aquello que merecía ser conservado, como las leyes o los textos sagrados. A la vez, la escritura fue el primer medio que permitió diferir la comunicación, al no requerir ya la presencia simultánea de los participantes, y esto contribuyó también a delimitar y especializar sus funciones. Por último, la posibilidad de pensar, revisar y corregir el texto escrito favorece que la escritura sea el medio preferido cuando se requiere un grado mayor de planificación. Todo ello contribuye a que lengua hablada y lengua escrita constituyan, actualmente, dos grandes familias de registros, regidas por sus propias convenciones específicas, que dependen sobre todo de dos parámetros básicos: el grado de formalidad y el grado de planificación (cf. § 3.1-3.2); ambos deben ser adecuados a las características de la situación comunicativa.

En consecuencia, no basta con concebir las variedades oral y escrita como meras transposiciones de un mismo tipo de lengua: por razones históricas y culturales, se han ido imponiendo convenciones externas que las convierten en conjuntos de variedades con sus propias normas. El dominio pleno de un idioma no puede lograrse si no se conocen los factores que determinan el uso de los diferentes registros y las elecciones lingüísticas que van asociados a cada uno de ellos.

1.8. Nuevas preguntas

Las preguntas planteadas en este capítulo han servido para dejar al descubierto las inadecuaciones descriptivas y explicativas que derivan de los modelos clásicos sobre la comunicación. Estos modelos devuelven una visión rígida, mecánica y simplista de la interacción verbal, que no permite entender y explicar la mayoría de los fenómenos que configuran la actividad comunicativa en su dinamismo y su complejidad.

Si no toda la comunicación verbal se reduce al uso eficiente de un código, ¿qué es lo que hace posible que nos comuniquemos?; ¿cuál es el lugar que le corresponde al código lingüístico en la actividad comunicativa?; ¿qué otros procesos intervienen? Y si hay otros procesos, ¿qué lugar deben ocupar?; ¿qué principios específicos los rigen?; ¿cómo se relacionan con los procesos de codificación/descodificación? Y si intervienen aspectos ajenos a la lengua, ¿cómo se selecciona la información extralingüística que se utiliza en la interpretación?; ¿cómo se integra con la información lingüística?

2

LA RESPUESTA COGNITIVA

Las reflexiones hechas en el capítulo anterior han servido para poner de relieve que comunicarse es una actividad extraordinariamente compleja, en la que intervienen más factores y más procesos de los que habitualmente se suelen considerar. Los principales hechos que habría que explicar pueden resumirse en los siguientes puntos:

- La comunicación humana es una actividad intencional y, por lo tanto, una forma de comportamiento. Desde la perspectiva del emisor, si no hay intención comunicativa, no hay comunicación en sentido estricto; y desde la perspectiva del destinatario, el reconocimiento de la intención del emisor es un requisito imprescindible para la interpretación.
- La comunicación humana no se produce exclusivamente intercambiando señales pertenecientes a un código. Además de que es posible utilizar indicios de otro tipo con fines comunicativos, cuando se emplea el código lingüístico el hecho de comunicarse no consiste simplemente en enviar un contenido de un lugar a otro totalmente “empaquetado” bajo la forma de una señal. Las señales lingüísticas son, en todo caso, vehículos a través de los cuales se transmiten también otros contenidos que van más allá de lo que los mensajes codifican.
- La representación que se obtiene como resultado de la descodificación de la señal lingüística no es idéntica a la interpretación final: entre ambas media una distancia que solo puede salvarse suponiendo que existen otros procesos que explotan un conjunto más o menos amplio de supuestos de fondo y de datos contextuales y situacionales. Tanto en la producción como en la interpretación, se toman en cuenta estos datos, y es la integración entre estos otros datos y el contenido del mensaje codificado lo que configura el

conjunto de representaciones comunicadas. Entre los aspectos no lingüísticos, desempeñan un papel determinante los objetivos y los conocimientos de los participantes, el contexto y las relaciones sociales.

- La comunicación representa, asimismo, una forma de interacción social, en la que las relaciones entre los individuos y la manera en que las situaciones se conceptualizan en cada cultura o en cada grupo social tienen un peso decisivo en la manera global en la que se desarrolla el intercambio comunicativo.

Una teoría explicativa sobre la comunicación humana debe dar cabida, pues, a todas estas nuevas realidades. Para ello es necesario adoptar una perspectiva que trascienda la realidad observable.

2.1. La cognición: entre el comportamiento social y las neuronas

Es cierto que la comunicación aparece como una actividad social y externa que es posible registrar y medir. Pero, como se ha visto anteriormente, los fenómenos observables (los hechos y los elementos objetivos asociados con ella) por sí solos no pueden dar cuenta de toda la complejidad de la actividad comunicativa y representan, a lo sumo, solo la cara visible de procesos más profundos. Nadie duda hoy en día de que el comportamiento humano es producto de procesos cerebrales. Gracias a las técnicas actuales de neuroimagen, es posible también registrar y medir diversos parámetros de la actividad eléctrica y metabólica del cerebro durante su funcionamiento. Los datos así obtenidos son muy importantes porque permiten empezar a entender cuáles son las bases neuronales que subyacen a nuestro comportamiento comunicativo, pero tampoco permiten entender cómo funciona la comunicación.

El problema es, pues, que ninguno de los dos niveles observables (el conductual y el neurológico) permite, por sí solo, obtener una explicación completa de la actividad comunicativa. Y no solo eso: tampoco parece posible establecer correlaciones directas entre la actividad cerebral y los contenidos comunicados. El reto es, por tanto, el de “cómo salvar la distancia entre los genes y las neuronas, de un lado, y el comportamiento social, del otro” (Frith y Frith 2010: 739).

En los últimos años se ha desarrollado un área de investigación interdisciplinar que busca una solución a este problema. Bajo la denominación de *Neurociencias sociales* o *Neurociencias cognitivas* (*Social-cognitive Neuroscience*) se reúnen estudios de naturaleza interdisciplinar que utilizan las herramientas y las técnicas propias de la Neurociencia (fundamentalmente técnicas de neuroimagen) para dar respuesta a las preguntas que se plantean típicamente las Ciencias sociales. En particular, este programa de investigación trata de establecer la conexión entre los sistemas biológicos del cerebro (como expresión de los genes) y el

comportamiento social de los individuos; su postulado básico es que la distancia entre esos dos niveles observables se puede cubrir apelando a un nivel intermedio, no directamente observable: el *nivel cognitivo*.

Las Neurociencias sociales constituyen, pues, un campo emergente de investigación interdisciplinar que pretende entender los fenómenos en términos de la interacción entre tres niveles de análisis: el nivel de la conducta social, que se ocupa de los factores motivacionales y sociales que determinan el comportamiento y la percepción; el nivel cognitivo, que se ocupa de los mecanismos de procesamiento de la información que dan lugar a los fenómenos del nivel social, y el nivel neuronal, que se ocupa de los mecanismos cerebrales que se activan en los procesos de nivel cognitivo (Ochsner y Lieberman 2001: 717).

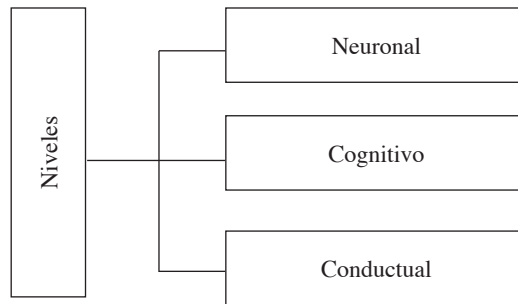


Fig. 1. Niveles de explicación en el ámbito de las Neurociencias cognitivas y sociales.

Mientras que en los niveles biológico y conductual se pueden recoger datos directamente, en el nivel cognitivo es necesario hacer inferencias, avanzar hipótesis y postular la existencia de factores no observables de manera directa para poder obtener, así, explicaciones inteligibles en términos de causa/efecto.

Las explicaciones cognitivas se sirven para ello de herramientas propias de la teoría computacional; más concretamente, se adopta la distinción entre *representaciones* y *procesos* computacionales, tomada de la distinción habitual entre representación y computación (es decir, entre datos y operaciones sobre los datos), que los enfoques de tipo simbólico en informática o en Inteligencia Artificial reconocen en cualquier sistema de procesamiento (Russell y Norvig 1995; Thagard 2005). El funcionamiento de la mente, que es también un potente sistema de procesamiento, puede explicarse utilizando los mismos instrumentos y las mismas distinciones que ya han dado buenos resultados precisamente en ámbitos tan afines al procesamiento lingüístico, en particular en las áreas que tratan de modelizar el procesamiento automático de la información (Phylyshyn 1984).

Este enfoque resulta de interés tanto para quienes se ocupan del comportamiento como para los que estudian los mecanismos cerebrales porque todos ellos tienden a formular sus explicaciones también en

términos de mecanismos de procesamiento de la información. Las explicaciones cognitivas ofrecen, por tanto, una descripción común, a la que tanto los neurólogos como los psicólogos son capaces de traducir sus hallazgos y sus propuestas (Frith, Morton y Leslie 1991; Frith y Frith 2010). El estudio de la cognición representa, pues, un nivel explicativo de interfaz entre los procesos neurológicos y la conducta observable, orientado a ofrecer una caracterización funcional de la actividad de la mente que permita entender cómo los humanos experimentamos el entorno social y respondemos ante él.

Aunque el ámbito como tal es relativamente reciente —la denominación de Neurociencias sociales aparece por primera vez en Cacioppo y Berntson (1992)—, el desarrollo experimentado por esta área de investigación en las dos últimas décadas ha sido extraordinario, con aportaciones ya claves para entender las bases del comportamiento humano en todo lo relativo a la manera en que los individuos perciben aquellos aspectos de sí mismos y de los demás que tienen significación social. Entre ellas pueden incluirse avances significativos en la manera de entender la construcción y la percepción de la propia imagen, con todas sus vertientes (conocimiento, deseos, prestigio...); en el reconocimiento de caras, de expresiones faciales y de emociones; en la observación de las acciones ajenas y el reconocimiento de las intenciones que hay tras ellas; en las representaciones que uno se hace sobre los estados mentales, los deseos y las preferencias de los demás, o en el modo en que se aprende de los otros... Los investigadores han descubierto que hay áreas y sistemas cerebrales específicos que controlan estos aspectos y que son diferentes de los mecanismos del conocimiento general (Cacioppo y Decety 2009; Cacioppo *et al.* 2010; Frith y Frith 2010; Saxe 2006). De entre las múltiples facetas que se analizan desde esta perspectiva, hay varias que resultan primordiales para explicar la comunicación humana: ¿cómo se representan los individuos el entorno social que les rodea?; ¿cómo catalogan a las personas con las que interactúan?; ¿cómo infieren los objetivos de los demás?

2.2. Un modelo de inspiración cognitiva para la comunicación

Los enfoques clásicos de la comunicación dibujan un esquema en el que todos los componentes (emisor, receptor, mensaje, código, canal, referente, contexto) parecen gozar del mismo estatuto teórico. En un modelo de inspiración cognitiva, en cambio, estos elementos no son de la misma naturaleza ni pertenecen a un mismo nivel de explicación, sino a dos niveles diferentes:

- Nivel conductual. En él corresponde incluir los componentes directamente observables (el emisor, el destinatario y la señal).
- Nivel cognitivo. En él se engloban todos aquellos datos y procesos que no resultan directamente observables: la representación del

contexto, el conocimiento previo y los procesos de codificación y decodificación, entre otros. El objetivo principal en la caracterización de este nivel es el de avanzar hipótesis sobre las representaciones y los procesos que explican la actividad comunicativa y desentrañar su lógica subyacente.

Para reflejar las diferencias existentes y otorgar a cada factor el lugar que le corresponde, conviene, pues, agrupar los componentes en tres categorías distintas:

- Entidades: son los componentes físicos, directamente observables en un acto de comunicación.
- Representaciones: son datos y piezas de información (por tanto, entidades abstractas) que intervienen en la producción y la interpretación, bien como material de entrada, bien como material contextual o de fondo, bien como resultado del procesamiento. Las representaciones no son directamente perceptibles, pero sin ellas no es posible dar cuenta de muchos aspectos centrales de la actividad comunicativa.
- Procesos: son los diferentes tipos de operaciones que intervienen en el tratamiento de la información. Los procesos de codificación/decodificación se encuadran en esta categoría, pero no son los únicos; los complementan, como se verá, los procesos de ostensión e inferencia.

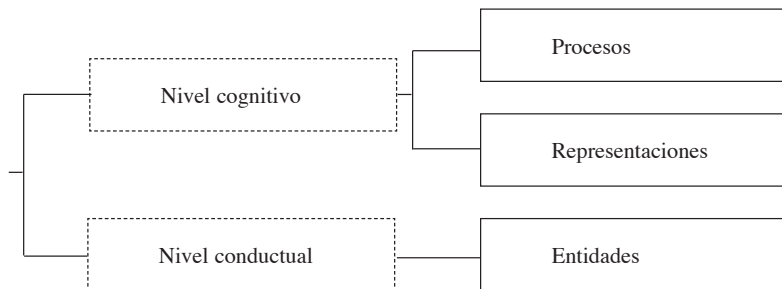


Fig. 2. Niveles de explicación y componentes de la actividad comunicativa.

Además de agrupar los componentes en clases homogéneas, cada uno de estos estratos representa un nivel de abstracción diferente. Las entidades constituyen el nivel más básico, el de los fenómenos perceptibles. Si la descripción se mueve solo en el terreno de lo directamente observable, la comunicación se presenta como una actividad en la que dos o más individuos intercambian señales de diversa naturaleza: algunas son visuales, otras auditivas, otras pueden ser incluso táctiles; algunas pertenecen a un código, y otras, no. Pero si no se trasciende este nivel, no es posible dar cuenta de todo lo que es y significa comunicarse.

Las representaciones y los procesos, por su parte, constituyen realidades a las que se tiene solo un acceso indirecto a partir de las manifestaciones que se hacen visibles a través del comportamiento comuni-

cativo. Se incorporarán, por tanto, al modelo las representaciones que los participantes hacen de sí mismos y de su entorno, y que configuran un conjunto en parte individual y en parte compartido con los otros individuos de su cultura. Además de las representaciones, es preciso postular también diferentes tipos de operaciones que se efectúan sobre las representaciones: las operaciones de codificación/descodificación emparejan representaciones fónicas con representaciones semánticas de acuerdo con las pautas interiorizadas por cada individuo; pero existen también, como veremos, otras operaciones que establecen vínculos causales entre los hechos y ligan las representaciones formadas durante el curso de la descodificación con otras informaciones del individuo.

2.3. Entidades

A pesar de las diferencias entre un acto comunicativo y otro, en todos es posible identificar y aislar tres elementos imprescindibles, que resultan fácilmente perceptibles e identificables de manera objetiva: emisor, destinatario y señal.

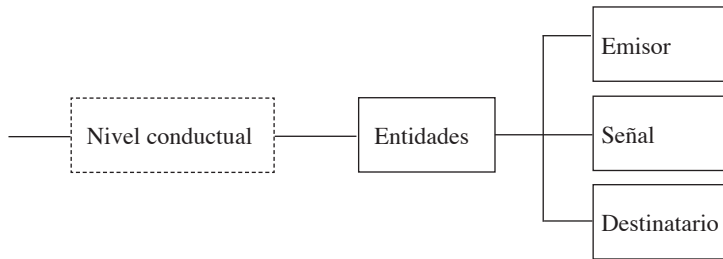


Fig. 3. Los elementos materiales de la comunicación.

Emisor, destinatario y señal representan el soporte material de la comunicación y constituyen también la base sobre la que se asientan otros componentes de naturaleza inmaterial.

2.3.1. El emisor

El *emisor* es la entidad humana (individuo o grupo) que produce una señal con intención de comunicarse. En esta caracterización hay varias notas que se apartan de las definiciones tradicionales. En primer lugar, la condición de emisor es transitoria y está ligada directamente al tipo de participación en el acto comunicativo: se es emisor solo en tanto en cuanto se está produciendo la señal, lo que indica que se trata de un rol específico en una actividad específica. La noción de *emisor* se distingue, por tanto, de la noción más general de *hablante*, que se define en función de la capacidad permanente de utilizar un código lingüístico, con independencia de que se haga uso de él o no. La oposición entre rol transitorio y habilidad permanente, por un lado, y la necesidad o no de hacer referencia al conocimiento del código son las notas principales que

distinguen estos dos conceptos. En condiciones normales, los emisores constituyen un subconjunto circunstancial del conjunto de los hablantes.

En segundo lugar, el dominio y el manejo de un código no son propiedades definitorias del emisor en este nuevo enfoque. Efectivamente, no es necesario mencionar como requisito indispensable que el emisor posea el conocimiento de un código lingüístico, ya que, como se vio en el capítulo anterior (cf. § 1.4.2), puede haber comunicación sin necesidad de emplear medios verbales. Solo cuando la señal es de carácter lingüístico el conocimiento de la lengua desempeña un papel importante en la comunicación; pero es necesario recordar que ni siquiera en este caso el conocimiento del código es suficiente para explicar muchos aspectos esenciales del funcionamiento de la comunicación (cf. § 1.4.1).

Hay un elemento más en la definición de emisor que es decisivo en el presente enfoque: la intención comunicativa. Efectivamente, la condición de emisor se obtiene solo cuando (y en la medida en que) la información que proporciona se transmite de manera voluntaria: es la intención lo que convierte a la transmisión de información en una forma de comportamiento (cf. § 1.4.1; 1.6). Es importante, pues, recordar que, aunque en la lengua común sea frecuente asignar la etiqueta de *comunicativo* a cualquier hecho del que pueda obtenerse información, solo los actos de transmisión intencional de información deben considerarse muestras de comunicación en sentido técnico. Ello indica, pues, que la condición de emisor, además de ser transitoria, se elige voluntariamente. Por eso tiene tanta importancia, por ejemplo, el gozar de libertad de expresión: la decisión de manifestar libre y voluntariamente el mundo interior es una elección individual, y ponerle trabas no afecta simplemente a limitar los contenidos que se quieran transmitir, sino fundamentalmente restringir el derecho a elegir el propio comportamiento. La intención de comunicar es, pues, a la vez, el motor de la comunicación y una propiedad definitoria de la actividad comunicativa, y el emisor es la “sede” en la que reside la intención.

La intención comunicativa es una propiedad no directamente observable: la existencia de la intención se infiere a partir del comportamiento; la intención es el factor no visible que explica la conexión causal entre el individuo y su conducta. Frente a la concepción habitual, rígida y mecánica del emisor como un mecanismo de codificación de señales, esta visión enfatiza la naturaleza dinámica, cognitiva, social y agéntiva del iniciador del proceso comunicativo.

2.3.2. El destinatario

Llamamos *destinatario* a la entidad (individuo o grupo) con la que el emisor quiere comunicarse por medio de la señal. La condición de destinatario no se elige, sino que la decide el emisor. Quedan excluidos de la condición de destinatario, por tanto, quienes captan por casualidad una señal. Por ejemplo, si mientras usted hace cola en una ventanilla escucha la conversación de las personas que están delante, usted es un *receptor* ocasional de esta conversación, pero no es el destinatario, ya que la con-

versación no va dirigida a usted. En consecuencia, conviene adoptar la distinción de Lyons (1977: 2.1) y reservar la denominación de *destinatario* para hacer referencia al individuo o grupo para el que el emisor crea su señal, y evitar así el uso de *receptor* en este mismo sentido. La identidad del destinatario, su estado cognitivo y su estatuto social determinan y condicionan la naturaleza misma de la señal, que necesariamente se “corta a medida” de la persona o personas a las que va dirigida.

Como ocurría en el caso del emisor, para ser destinatario no es ni necesario ni suficiente tener la capacidad de descodificar señales; las razones son las ya apuntadas en el epígrafe anterior. En este enfoque, el destinatario no es tampoco un simple receptor pasivo, sino que él mismo es protagonista activo de los procesos que conducen a la interpretación: igual que el emisor, el destinatario aporta sus representaciones y sus capacidades al proceso comunicativo, y es, por tanto, la “sede” de conjuntos de representaciones y de operaciones de procesamiento. En las interacciones dialogales, emisor y destinatario van intercambiando sus papeles, por lo que son de aplicación las consideraciones hechas con respecto al emisor.

2.3.3. La señal

Una *señal* es una modificación perceptible del entorno producida con fines comunicativos. Cuando se considera como un elemento material de la comunicación, se coloca el énfasis en la vertiente física y objetiva del estímulo empleado para comunicar. Tampoco aquí se utiliza como rasgo distintivo la pertenencia de la señal a un código específico. Es cierto que, en el caso de las señales lingüísticas (y, en general, en todas aquellas que forman parte de un código), existe una asociación convencional y preestablecida entre las propiedades físicas de la señal y su contenido. Pero no hay que olvidar que ni la comunicación se basa solo en el empleo de señales convencionales, ni el contenido que se comunica suele quedar agotado por el contenido convencional de la señal.

Aunque la señal sea una realidad perceptible, conviene señalar que, cuando se postula la existencia de un código, se está ya apelando, de hecho, a representaciones y procesos cognitivos no observables. Efectivamente, el código de la lengua es un constructo elaborado a partir de las regularidades observables en las muestras lingüísticas, pero no tiene una existencia física independiente. Un código se suele describir habitualmente en términos de reglas gramaticales que alimentan procesos de codificación y descodificación; y estos procesos no son, en el fondo, más que operaciones sobre un conjunto de representaciones que se transforman en señales, y viceversa. Por otro lado, no hay que perder de vista que, incluso en el caso en que las señales se construyan siguiendo las pautas que marca el código lingüístico, y a pesar de que el significado de las expresiones lingüísticas depende de las reglas de lengua, la interpretación de un enunciado concreto siempre enriquece, modula y complementa el significado descodificado con otros datos tomados de la situación o del conocimiento del mundo (cf. §§ 1.4 y 1.6). La señal

lingüística puede ir acompañada, además, de otras señales extralingüísticas (tono de voz, expresión facial, gestos, etc.) que pueden condicionar, en diferentes sentidos, la interpretación final.

Para ilustrar estas posibilidades, imagine la siguiente situación: Ana va a estudiar a la biblioteca y se sienta enfrente de su amigo Luis. Cuando este levanta la vista, ella le pregunta en voz baja:

(1) ¿Qué estás estudiando?

Como respuesta, Luis puede producir diferentes tipos de señales. Por ejemplo, puede responder diciendo *Pragmática*. En este caso, habrá utilizado una forma lingüística, por lo que el conocimiento del código resultará decisivo en la interpretación. Podría también señalar hacia la palabra *Pragmática* que figura como encabezamiento en sus apuntes; en este caso, habría una combinación de señales indiciales (el gesto) y simbólicas (la palabra *Pragmática* escrita en el cuaderno). Luis podría, asimismo, mostrarle a Ana el libro de texto de Pragmática que ambos usan y conocen, aunque en él no pudiera leerse la palabra *Pragmática* (por ejemplo, porque el libro está abierto, o está al revés, o está parcialmente cubierto por el cuaderno...). O podría, finalmente, imitar los gestos de su profesor de Pragmática, con objeto de que Ana reconociera a la persona y dedujera de qué materia se trata... En todos estos casos, existe comunicación, porque se ha producido intencionalmente una señal, es decir, una modificación perceptible en el entorno. Los medios utilizados son fundamentalmente el vocal-auditivo y el gestual-visual (o una combinación de ambos). En algunos casos, la señal es de tipo lingüístico y codifica convencionalmente un contenido; en otros, la señal proporciona una pista para que el destinatario infiera a qué está queriendo hacer referencia el emisor.

El conjunto de las señales lingüísticas producidas por un emisor en cada uno de sus turnos comunicativos se denomina *enunciado*. El enunciado es la unidad mínima de comunicación y está delimitado por el cambio de emisor, sin que para caracterizarlo haya que tomar en consideración otros factores estructurales, como su longitud o su complejidad sintáctica.

2.4. Representaciones

Además de estos elementos materiales, en la comunicación intervienen también otros muchos factores. Algunos de ellos, como la realidad extralingüística, estaban contemplados en otros modelos. Sin embargo, hay otros muchos que conviene también tener en cuenta: para todos los participantes son decisivos factores como la naturaleza del interlocutor y de la situación, el conocimiento del mundo, las metas o las intenciones comunicativas, por mencionar solo unos cuantos. Todos estos factores intervienen tanto en la producción de la señal (ya que esta, como se dijo, está creada a medida del destinatario y su circunstancia), como en la

interpretación (ya que la señal se interpreta en función de su contenido, pero también de otros factores extralingüísticos, incluyendo las intenciones que se atribuyen al emisor).

Cuando consideramos estos factores con más detenimiento, hay un aspecto que enseguida llama la atención: cada uno de ellos apunta hacia una realidad de naturaleza muy diversa. Efectivamente, hay individuos, conjuntos de objetos, relaciones, propósitos... El problema que hay que resolver en este punto es el de cómo integrar, entre sí y con los enunciados lingüísticos, elementos tan dispares.

Una buena manera de eliminar la dificultad teórica que deriva de la heterogeneidad de los factores consiste en emplear la misma estrategia que utilizan los hablantes. Basta reflexionar un poco para notar que ninguno de los elementos señalados son participantes directos en el acto comunicativo: no intervienen en él como realidades físicas, sino que lo hacen solo a través de la visión que de ellos tiene cada uno de los interlocutores; en otras palabras, lo que interviene en la comunicación no es la realidad como tal, sino la representación mental que cada individuo se ha formado sobre ella. El concepto clave que permite unificar todas estas categorías es, pues, el de representación interna.

2.4.1. Representaciones internas

Una *representación interna* es una imagen mental, personal y privada, de un individuo, un objeto o un estado de cosas, ya sean de naturaleza externa o de naturaleza interna. Los humanos nos formamos representaciones mentales de todo aquello que nos rodea, y también de nuestra propia realidad interior; incluso somos capaces de representarnos los estados internos de los demás.

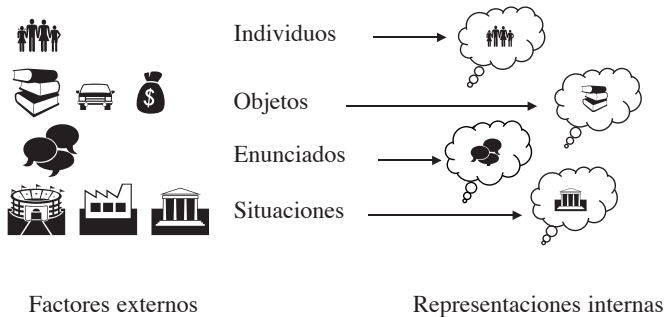


Fig. 4. De la heterogeneidad de los factores externos a la homogeneidad de las representaciones internas.

La noción de representación interna permite abarcar tanto los aspectos exteriores (objetos, situaciones, etc.) como los estados mentales (opiniones, deseos, creencias): todos estos factores intervienen bajo la forma de representaciones internas; varía, en todo caso, su contenido, pero no su naturaleza. El considerar que lo determinante son las representaciones internas (y no la realidad exterior) permite, pues, resolver

de inmediato y de manera elegante el problema de la heterogeneidad de los factores que intervienen en la comunicación, sin necesidad de ningún tipo de estipulación adicional. De este modo, la disparidad queda reducida a entidades homogéneas y se evitan, así, las inadecuaciones derivadas del uso de la noción de *referente*, más ligada a realidades exteriores de tipo físico.

2.4.2. El formato de las representaciones internas

Las representaciones internas permiten, pues, reducir a un formato único toda la heterogeneidad de la realidad circundante. Pero ¿cuál es exactamente este formato? Entre los psicólogos no hay acuerdo sobre si las representaciones internas reproducen de alguna manera las propiedades perceptivas de las entidades y los estados de cosas que las originan (imágenes visuales, huellas auditivas, etc.), o si tienen más bien un formato propio, amodal, independiente de los sistemas perceptivos específicos. Dejando de lado los detalles del debate, no parece descabellado suponer que nuestra mente es capaz de operar con representaciones internas de varios tipos diferentes (Paivio 1986, 2007). Por ejemplo, es sensato pensar que, al imaginar objetos, se forma en la mente una representación interior de tipo visual, como si se proyectara una especie de fotografía o imagen en 3D en el cerebro. Las imágenes mentales de objetos constituyen un caso paradigmático de representación interna de tipo analógico. Las *representaciones analógicas* se denominan así porque reproducen directamente las propiedades de la entidad o el estado de cosas a los que reemplazan, y dan lugar a imágenes globales, holísticas, cuyas propiedades vienen directamente heredadas del objeto representado.

Cuando nos representamos internamente relaciones más abstractas —como la opinión que tenemos de otra persona—, no parece, en cambio, que podamos recurrir simplemente a imágenes internas de tipo visual; lo que hacemos más bien es formar estructuras abstractas y complejas, en las que se atribuyen propiedades a individuos (o conjuntos de ellos): si uno piensa, por ejemplo, que Juan es simpático, no hay otro modo de representarse internamente esa idea que por medio de una estructura abstracta que combina símbolos específicos, como *Juan y simpático*. Las representaciones internas como *Juan es simpático* son *representaciones simbólicas* de naturaleza abstracta y compleja, formadas por unidades mínimas perfectamente aislables; cada una de estas unidades mínimas aporta una contribución precisa al conjunto, y tanto la estructura compleja como su interpretación se organizan de acuerdo con un sistema de reglas de combinación estable. Es posible concebir estas representaciones internas de tipo simbólico como proposiciones: pueden describir estados de cosas y entre ellas es posible establecer todo el repertorio de relaciones lógicas (de causa-efecto, de inclusión, de contradicción...) que han sido descritas independientemente. El modo en que cada uno conceptualiza el mundo que le rodea, a los otros individuos y la relación que tiene con ellos, sus propias intenciones, deseos y creencias, puede adoptar la forma de representaciones simbólicas.

2.4.3. Dimensiones contextuales

Así pues, varios de los elementos del esquema clásico pueden conceptualizarse como conjuntos de representaciones internas. Este es el caso del referente o del contexto. En términos no técnicos, es frecuente pensar en el contexto como el marco o el escenario fijo que rodea al acto mismo de enunciación. De acuerdo con el enfoque defendido aquí, en cambio, el término *contexto* es más bien una etiqueta conveniente para hacer referencia a un conjunto flexible de representaciones –unas individuales, otras compartidas–, que incluye la idea que cada individuo se ha formado con respecto al entorno, sea físico o social, y el conocimiento del mundo que es capaz de manejar. Los diferentes elementos intervienen en la forma y en el modo en que han sido interiorizados previamente por cada individuo. En otras palabras, la realidad tiene implicaciones en el comportamiento solo en la medida y en la manera en que cada individuo se la ha representado mentalmente, de modo que ningún elemento o estado de cosas exterior podrá formar parte de un mensaje o de su interpretación si antes no se ha interiorizado: a efectos cognitivos lo que cuenta no son las personas, las situaciones o las relaciones, sino las representaciones mentales que cada uno de los interlocutores se ha formado de ellas.

Dentro de los factores contextuales, hay cuatro dimensiones que merecen un lugar especial: situación, medio, distancia social y objetivo comunicativo. Estas dimensiones agrupan conjuntos de representaciones básicas que condicionan el uso de la lengua, tanto en la producción como en la interpretación. Cada individuo se forma sus propias representaciones, pero la adecuación de su comportamiento comunicativo viene definida, en gran medida, por la coincidencia entre estas representaciones personales y las expectativas sociales que rigen en su cultura: el pleno dominio de la lengua implica, de entrada, el conocimiento de las convenciones asociadas a cada uno de estos parámetros.

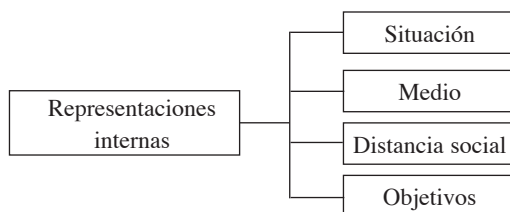


Fig. 5. Dimensiones contextuales.

La *situación*, entendida en sentido restringido, abarca los rasgos que definen el grado de institucionalización de cada tipo de intercambio. Efectivamente, hay intercambios altamente institucionalizados, con papeles establecidos para cada uno de los participantes, duración limitada y repertorio fijo de intervenciones verbales muy rutinizadas: es el caso, por ejemplo, de las ceremonias de matrimonio, en las que apenas hay variación posible. En el extremo opuesto se hallan las situaciones informales, como los encuentros casuales, en que no hay nada fijado de

antemano en cuanto a los papeles de los interlocutores, la duración del intercambio o el tipo de intervención que se espera de cada uno. Una buena parte de las situaciones más habituales se hallan en una zona intermedia, en las que hay ciertas expectativas previas sobre los comportamientos esperables (verbales y no verbales), pero hay también un amplio margen de acción personal: es el caso, por ejemplo, de las interacciones que tienen lugar entre camarero y cliente, o entre profesor y alumno, en que las variaciones están en función de otros factores, como los objetivos o la distancia social.

El *medio* (oral o escrito) en que se desarrolla la comunicación crea igualmente expectativas precisas que restringen la actividad comunicativa de los participantes. Cada cultura establece también un conjunto propio de representaciones sociales acerca de qué es lo adecuado en cada situación en función de cuál sea el medio. Y dentro de cada modalidad, hay categorías diferentes: por ejemplo, aun siendo ambas orales, hay diferencias entre una conversación cara a cara y una conversación telefónica.

La *distancia social* es la relación entre los interlocutores tal como se concibe de acuerdo con los patrones sociales vigentes en cada cultura (cf. Cap. 4). En la conceptualización de la distancia social influyen factores como la edad, el sexo, el poder relativo o el grado de conocimiento previo. Desde el punto de vista del emisor, la distancia social determina la elección de los medios en función de las características sociales del destinatario: no se habla igual a un adulto y a un niño, ni a un amigo o un desconocido... Existen pautas culturales relativamente generales que establecen lo que se considera socialmente adecuado según quién sea el interlocutor. La manera en que se conduce una interacción concreta está determinada por el modo en que los interlocutores hayan interiorizado y aprendido estas pautas: si no se dominan los criterios que definen las diferentes categorías, difícilmente se podrá ajustar el comportamiento a los estándares esperables.

El *objetivo* es el propósito que persigue el emisor con su enunciado. Puede entenderse como una relación dinámica, en la que el emisor, a partir de la representación que se ha formado de las circunstancias que lo rodean, intenta originar un determinado conjunto de representaciones en la mente del destinatario, para producir algún cambio o evitar que algún cambio tenga lugar: los cambios pueden afectar a la situación externa, o al destinatario, o a ambos.

2.4.4. Representaciones individuales y representaciones compartidas

Además de las ventajas teóricas y explicativas, la noción de representación interna ofrece también una explicación natural a otras propiedades relevantes de la comunicación humana. Seguramente una de las más importantes tiene que ver con el carácter incierto de la actividad comunicativa: efectivamente, la comunicación humana no es en absoluto un proceso “a prueba de fallos”. Si la comunicación humana se pudiera reducir al conocimiento y al manejo competente de un código

compartido por dos usuarios, la transmisión correcta estaría siempre garantizada en tanto en cuanto estos usuarios dominaran el código y la señal se transmitiera correctamente; y este es el caso, efectivamente, en el intercambio de información entre dispositivos mecánicos. Sin embargo, todos sabemos por experiencia propia que muchas veces surgen malentendidos; y todos somos conscientes, igualmente, de que en muchas ocasiones estos problemas no tienen nada que ver con un conocimiento o un uso deficiente del código.

Los humanos reaccionamos ante las cosas no por cómo son –suponiendo que la realidad objetiva tenga una existencia independiente de los sujetos que la experimentan–, sino en función de cómo las percibimos y nos las representamos: lo que determina nuestra actividad no es tanto la situación tal como es, sino más bien tal como la vemos en nuestro interior. Pues bien, esto explica la subjetividad que inevitablemente tiñe todas las acciones y los comportamientos humanos: un error o una divergencia en la conceptualización de uno de los elementos basta para desencadenar fallos en la producción y en la comprensión. Un caso prototípico de mala conceptualización es aquel en que alguien confunde la identidad de otra persona: toda su actividad comunicativa estará orientada a la persona con la que cree hablar, y no a la persona con la que está hablando realmente. Tan pronto como se advierte el error, el conjunto de representaciones internas equivocado se ve inmediatamente sustituido por aquel que se considera correcto. Por supuesto, nuestros sistemas cognitivos están diseñados para minimizar este riesgo y conseguir que las representaciones internas resulten lo más ajustadas a la realidad que sea posible, pero esto no impide que a veces se produzcan malas conceptualizaciones.

Es cierto que una parte muy importante de la manera en que se concibe el mundo es individual; pero es igualmente cierto que cualquier individuo comparte con los demás grandes parcelas de conocimiento. Esto quiere decir que un gran número de las representaciones que maneja un individuo las comparte con otros individuos de su mismo grupo social, su ideología o su cultura. Y ese carácter común de muchas representaciones constituye una de las bases más sólidas para la comprensión mutua y, en general, para la vida en sociedad. Las representaciones compartidas funcionan en muchos aspectos como pautas que guían la conducta y el comportamiento, y proporcionan datos sobre lo que constituye la manera habitual de conducirse dentro del grupo social.

Así se explican también las raíces de la adecuación comunicativa: cualquier aspecto del comportamiento resultará adecuado en el interior de un grupo social en la medida en que las representaciones que cada individuo se forma de los diferentes elementos y sus relaciones sean no solo “correctas”, sino sobre todo congruentes con las que imperan en dicho grupo: “El modo en que los individuos son capaces de comportarse en la sociedad depende del modo en que son capaces de representarse internamente el entorno social” (Jackendoff 1992: 74).

Y no solo se comparten representaciones: se comparten también los criterios que sirven para formarlas. El conocimiento compartido y la

utilización de un mismo conjunto de criterios para conceptualizar la realidad dependen de manera decisiva de la socialización del individuo: al formar parte de un determinado grupo social, aprendemos a ver las cosas, a entenderlas y a conceptualizarlas como los demás. Como señalan Janney y Arndt (1992: 30), “convertirse en un miembro normal de una cultura es sobre todo una cuestión de aprender a percibir, pensar y comportarse como lo hacen los demás miembros de esa cultura”.

2.4.5. Representaciones públicas y representaciones privadas

Es frecuente dar por sentado que las palabras sirven de vehículo y hacen posible que las ideas puedan “salir al exterior” y llegar a otros: uno tiene una idea en su mente y la “traduce” a una forma lingüística que tiene el mismo significado; al escucharla, su interlocutor la interpreta y de este modo se reproduce en su mente la idea que el emisor le ha transmitido. De acuerdo con esta visión, las ideas se traducen en palabras, de modo semejante a como se traduce una frase del español al inglés: creando un duplicado de su contenido en otra lengua.

Para comprobar que este enfoque es equivocado, basta con realizar un pequeño experimento informal como el que se describe a continuación. El siguiente diálogo corresponde a un intercambio espontáneo en una situación real no controlada:

(2) A: ¿Chocolate?

B: Me acabo de lavar los dientes.

Tras producirse, se pidió a los dos interlocutores por separado que refirieran qué es lo que había tenido lugar en ese intercambio. Estas fueron sus respuestas:

A: Iba a ir a la cocina a comerme un trocito de chocolate y le dije a B si quería, pero me dijo que no porque se acababa de lavar los dientes

B: A me ofreció chocolate, pero, como me acababa de lavar los dientes, le dije que no.

Estas respuestas no difieren en lo sustancial de las que dio después un pequeño grupo de personas a las que se mostró el texto del diálogo sin proporcionarles ningún otro dato sobre la situación; y seguramente coinciden también con la que habría dado usted tras leer el ejemplo. Lo significativo de este experimento casero es que ilustra muy nítidamente varias propiedades generales de la producción y de la interpretación, de las que es preciso dar cuenta. En particular, ilustra con toda claridad que lo que se pretende comunicar no es simplemente el contenido que se ha codificado en el mensaje, sino que lo sobrepasa en diferentes sentidos. ¿Cómo es posible que esto ocurra? La causa de estas divergencias debe buscarse en la diferente naturaleza de los pensamientos y las palabras.

Pero antes de reflexionar sobre las relaciones entre pensamientos y palabras consideremos qué hacemos para comunicar una representación analógica. Cuando uno piensa, por ejemplo, en cómo llegar desde su lugar de trabajo habitual a su casa, puede evocar el camino de regreso

con mucho detalle y precisión: puede recordar cada esquina, cada semáforo, incluso evocar el olor de la tienda de flores junto a la que pasa. Cada uno de estos elementos posee en su mente una representación interna analógica multimodal, que reproduce fielmente todos los detalles y en la que puede haber imágenes, sonidos, sensaciones olfativas... Pero si otra persona quiere saber cómo hacer ese mismo trayecto, cualquiera será también capaz de dibujar un croquis esquemático, simplificando los detalles y omitiendo la información que resulta irrelevante para el propósito con el que se realiza el esquema.

Un croquis es una *representación externa, pública*, de tipo *analógico*, que reproduce selectivamente algunas de las propiedades de la entidad a la que representa. Mientras que las representaciones internas admiten una complejidad y un grado de detalle altísimo (es decir, son imágenes de muy “alta resolución”, en las que se puede reconocer toda una gama infinitesimal de matices diferentes), las representaciones externas, en contraste, son esquemáticas y tienen una resolución mucho menor, en la que los detalles no significativos quedan difuminados. En el paso de una representación interna a una representación externa hay siempre un proceso de abstracción, de selección y de reducción: lo que interesa no es la identidad absoluta entre ambas, sino simplemente un grado de semejanza suficiente para los propósitos comunicativos del momento. Al recibir el croquis, el destinatario se ve obligado a completar ese esquema inferencialmente para darle sentido y recuperar adecuadamente los contenidos que el emisor le quiso comunicar. Por eso, cuando al dibujar el camino en un papel uno marca el lugar de destino con un aspa, lo hace con la absoluta convicción de que quien interpreta el esquema no entenderá que la otra persona vive en un milímetro cuadrado sobre una hoja, ni que su domicilio se reduce a una minúscula marca de bolígrafo, a pesar de que eso es exactamente lo que le ha indicado.

Pues bien, algo parecido ocurre cuando la comunicación se vale de medios lingüísticos. Las representaciones internas son, como se dijo, personales y privadas. Las expresiones lingüísticas, en cambio, pertenecen a la categoría de las *representaciones externas*. Las expresiones lingüísticas se diferencian de los dibujos, sin embargo, en que son representaciones de tipo *discreto*, esto es, expresiones complejas formadas por unidades mínimas que se combinan de acuerdo con las reglas de la gramática. Las expresiones lingüísticas son, pues, representaciones externas convencionales, comunes y públicas. Al ser de uso común, las palabras no pueden –ni deben– reflejar todas las particularidades conceptuales imaginables para cada individuo. Así, cuando alguien dice *Juan es simpático*, la palabra *simpático* no transmite la totalidad de los matices que cada uno puede imaginar cuando la aplica a Juan (es decir, no reproduce con exactitud el concepto interno y privado de *simpático*); pero si alguien quiere comunicar este pensamiento a otra persona, tiene que utilizar una forma común, estandarizada y de validez intersubjetiva, capaz de originar en su destinatario un conjunto de representaciones mentales lo suficientemente semejantes a las propias como para que su propósito comunicativo tenga éxito. De igual modo,

si alguien dice *Me duele la cabeza*, el destinatario difícilmente podrá recuperar los componentes exactos del dolor, pero podrá formarse una idea suficientemente aproximada.

Así pues, como otras representaciones externas, las expresiones lingüísticas inevitablemente desdibujan los detalles y no son copias perfectas y milimétricas de los pensamientos, sino simplemente esbozos eficaces y útiles que permiten comunicar algo parecido, igual que ocurre con los mapas con respecto al terreno cartografiado. Cuando alguien dice que no tiene palabras para expresar la profundidad de un sentimiento, está reflejando la dificultad de elegir una representación externa adecuada. Esto no quiere decir, por supuesto, que no sea posible transmitir nunca todos los matices y la riqueza de la propia experiencia personal; puede hacerse, pero solo de manera excepcional, y siempre a costa de la economía del esfuerzo. El único modo consistiría en utilizar explicaciones completas hasta el último detalle de todos y cada uno de los aspectos que se quieren comunicar. En ese caso, las intervenciones cobrarían un grado de prolijidad tal que difícilmente servirían para una comunicación rápida y efectiva, de igual manera que tampoco resultaría útil y manejable un plano que reprodujera a escala 1:1 todos los detalles de la ciudad de Madrid...

Por consiguiente, el paso de una representación externa a una representación interna y viceversa implica siempre una tarea de selección (¿qué datos dar?, ¿cuántos datos dar?) y de adaptación de la información seleccionada a las necesidades del interlocutor (¿cómo dar esos datos?). En la interpretación de los dibujos o los mapas, los usuarios están dispuestos de manera no consciente a suplir inferencialmente los elementos necesarios para completar la información esquemática recibida, para formar en su mente una representación lo más cercana posible a la que se quiere transmitir. De igual modo, el que se comunica por medios lingüísticos tiene que elegir la forma de hacerlo y adecuarse a las circunstancias, utilizando la mejor formulación lingüística que encuentre para lograr sus objetivos. Por su parte, quienes interpretan un enunciado están también dispuestos a ir más allá de lo que las señales recibidas indican, a sobrepasar la esquematicidad de las expresiones empleadas y a complementarlas con su conocimiento del mundo.

El enfoque del pensamiento y de la actividad lingüística en términos de representaciones discretas (internas y externas) presenta varias ventajas. En primer lugar, ofrece una justificación natural para la idea de que el fin último de la comunicación no es simplemente transmitir eficazmente el contenido que codifica la señal, sino utilizar dicho contenido como medio para hacer surgir en la mente del destinatario un conjunto de representaciones más amplio, más rico, que trasciende lo que las palabras en sí mismas expresan. Las relaciones entre los contenidos comunicados y los medios que se utilizan resultan ser más complejas de lo que permiten deducir los esquemas clásicos. Solo si tenemos una visión más ajustada de la complejidad del fenómeno comunicativo estaremos en condiciones de manejar conceptos que resulten auténticamente explicativos y que permitan tratar en un enfoque coherente cualquier faceta relacionada con la comunicación.

En segundo lugar, este enfoque explica también de manera elegante el hecho de que los pensamientos y los enunciados compartan muchas propiedades básicas; en efecto, tanto los pensamientos como los enunciados son representaciones complejas, formadas por la combinación de unidades simples, que se organizan de acuerdo con las reglas de un sistema computacional preciso. Las expresiones lingüísticas, que por su propia naturaleza son de tipo proposicional y lineal, se integran y se combinan limpiamente con las representaciones internas, que son igualmente de tipo proposicional. Según este enfoque, pensamientos y expresiones lingüísticas comparten, pues, un mismo formato, lo que facilita extraordinariamente la tarea de modelizar sus relaciones.

Esto sugiere también que, para poder interactuar con la información lingüística, las representaciones mentales han de ser susceptibles de recibir una formulación proposicional. Esto parece perfectamente factible, ya que, aunque no toda la actividad cognitiva sea de formato proposicional, cualquier representación puede adoptar una forma proposicional cuando hace falta: aunque el dicho popular insista en que “vale más una imagen que mil palabras”, lo cierto es que siempre es posible traducir a representaciones discretas los contenidos de una imagen mental analógica, como cuando alguien describe el aspecto de un sospechoso; las descripciones que aparecen en las etiquetas de los vinos, en las que se caracterizan sus propiedades organolépticas (visuales, olfativas, gustativas) son otro buen ejemplo de cómo es posible trasladar cualquier tipo de representación sensorial a una forma de pensamiento estructurado, primero, y a una expresión lingüística, después.

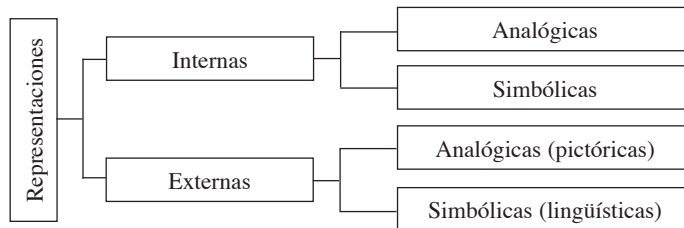


Fig. 6. Tipos de representaciones.

Así pues, si se postula que las representaciones internas pueden adoptar, cuando se requiere, un único formato de tipo proposicional, se obtiene de inmediato una ventaja explicativa más: se hace posible aplicar a las representaciones todos los instrumentos de descripción y análisis que han sido desarrollados de manera independiente por el cálculo de predicados y la lógica proposicional para caracterizar la estructura de las expresiones complejas, sus relaciones y sus encadenamientos, y que acreditan un funcionamiento contrastado; ello potencia el nivel de generalización de las explicaciones, al no ser necesario emplear instrumentos descriptivos creados específicamente para cada tipo de fenómeno.

2.5. Procesos

La tercera categoría de componentes del modelo corresponde a los procesos. Un *proceso* es un conjunto de operaciones que intervienen en el tratamiento computacional de las representaciones. Parece claro que la comunicación humana no se reduce a una traducción mecánica de pensamientos a palabras y viceversa, sino que en el procesamiento de la actividad comunicativa se dan diferentes tipos de operaciones.

2.5.1. Codificación y descodificación

Los procesos de codificación y descodificación han sido ampliamente estudiados y suelen considerarse como la base de la comunicación. Se fundamentan en la existencia de una asociación simbólica, convencional y arbitraria, entre señales y mensajes. El proceso de codificación es aquel que permite pasar del mensaje que se pretende comunicar a la señal que lo transmite en virtud de la existencia de una convención previa que los liga. El proceso de descodificación es el inverso: a partir de la señal, permite recuperar el mensaje que el código le asocia.

¿Qué tipo de código es una lengua? Para responder a esta pregunta, es preciso recordar la distinción entre dos tipos básicos de códigos: simples y complejos. Los *códigos simples* están formados por un conjunto limitado de señales fijas e invariables, que se asocian con un conjunto igualmente limitado, fijo e invariable de mensajes. Por ejemplo, para comunicarse bajo el agua, los submarinistas se valen de una serie limitada de señales manuales que transmiten mensajes reconocidos internacionalmente: un círculo formado con el pulgar y el índice significa ‘estoy bien’; el pulgar extendido hacia arriba indica ‘tengo que subir a la superficie’; colocar el puño sobre el corazón indica ‘me queda poco aire’, etc. No es posible transmitir otros mensajes diferentes ni crear nuevas combinaciones de señales a partir de las ya existentes para transmitir mensajes no previstos por el código. Sería posible, a lo sumo, que dos buceadores pactaran de antemano una ampliación ocasional del código (por ejemplo, se pueden poner de acuerdo en que taparse los oídos con las manos planas y destapárselos repetidas veces significa que hay un mero en los alrededores), pero esta convención solo tendría vigencia entre ellos.

Las lenguas, sin embargo, no son códigos simples. El código de la lengua no puede equipararse a un listado cerrado de correspondencias entre señales y mensajes. Las lenguas naturales ofrecen a sus hablantes la capacidad sistemática de construir e interpretar un número infinito de nuevos mensajes a base de combinar un número limitado de elementos. Efectivamente, no hay un conjunto fijo de mensajes posibles: lo que es posible comunicar por medios lingüísticos no conoce límites. W. von Humboldt fue el primero en formular con precisión esta idea, cuando afirmó que

[...] el lenguaje no consiste solo en sus producciones concretas, sino en la posibilidad de obtener otras innumerables. [...] Puesto que el lengua-

je se ve confrontado, de manera bastante peculiar, con un dominio inacabable y realmente ilimitado (la esencia de todo lo que puede ser pensado), debe hacer, en consecuencia, un uso ilimitado de medios limitados (Humboldt 1825-1826).

Esto significa que las lenguas humanas son *códigos complejos*, también denominados *sistemas combinatorios discretos*. Un código complejo es un mecanismo computacional que, a partir de un número restringido de elementos *discretos* (esto es, aislables y distintos entre sí), permite producir e interpretar un número ilimitado de señales. Los elementos básicos de un código complejo son *símbolos* en los que se ha establecido una asociación convencional –y, en la mayor parte de las ocasiones, arbitraria– entre significante y significado. Estas unidades mínimas se seleccionan, combinan, agrupan y permutan de acuerdo con un conjunto de reglas estable, para dar lugar a cadenas de elementos con estructuras más complejas. Las secuencias así formadas tienen propiedades diferentes de las que resultarían de la simple adición o concatenación de sus elementos constitutivos.

La extraordinaria productividad de los sistemas combinatorios discretos se fundamenta en una propiedad de naturaleza formal, la *recursividad*, que permite la iteración –en teoría irrestricta– de un mismo proceso, de tal modo que una unidad puede contener instancias menores de esta misma unidad en su interior, en una configuración que recuerda a la de las matrioskas rusas: se producen, de este modo, estructuras jerárquicas complejas en las que las relaciones de dominio y precedencia se convierten en principios definitorios.

La interpretación de las fórmulas así creadas está también sometida a un principio preciso, el de *composicionalidad*, según el cual el significado de una expresión compleja se obtiene de manera algorítmica a partir de los significados de las unidades simples que la integran y del modo en que estas están combinadas entre sí. De esta manera, se asegura no solo la posibilidad de crear infinitas estructuras de longitud y complejidad variables, sino también la de interpretar de manera predecible y sistemática cualquier expresión compleja producida de acuerdo con las reglas (Escandell Vidal 2004a).

2.5.2. Ostensión e inferencia

Los códigos lingüísticos pueden verse, pues, como mecanismos computacionales que permiten formar conjuntos infinitos de representaciones externas. Ahora bien, de acuerdo con lo dicho anteriormente, la producción y la interpretación de enunciados no es simplemente una operación mecánica de traducción entre dos sistemas isomorfos, el de las ideas y el de las expresiones lingüísticas, tal como se hace, por ejemplo, cuando se pasa de la escritura convencional a sistemas como el braille o el morse, sin que en esta operación se produzcan modificaciones del contenido.

El paso de una representación interna a una representación externa, en cambio, comporta siempre operaciones de selección y de abstrac-

ción de la información; de modo análogo, la recuperación de un mensaje a partir de una señal lingüística requiere una expansión de su contenido. En estos procesos de selección y expansión los hablantes hacen intervenir no solo el conocimiento lingüístico sino también otros conocimientos de carácter extralingüístico que tienen que ver con el modo en que los participantes han interiorizado la situación comunicativa, la relación con el interlocutor o el conocimiento del mundo (Sperber y Wilson 1986/1995). Estas operaciones, que todos realizan de manera no consciente y, en la mayoría de las ocasiones, con notable éxito, son impensables –al menos, de momento– en un dispositivo mecánico.

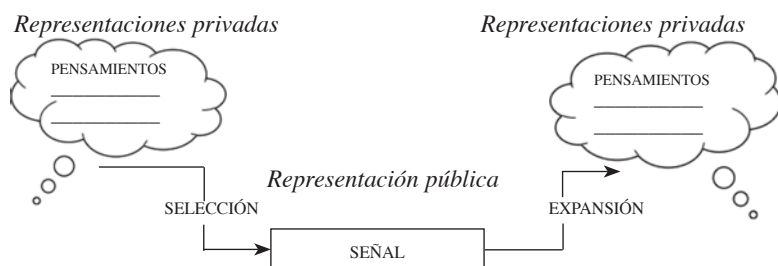


Fig. 6. Representaciones internas y externas.
Selección y expansión.

Así pues, las expresiones lingüísticas, que son representaciones públicas, no son duplicados perfectos de los pensamientos de sus emisores, sino que sirven como pistas convenientes (es decir, como indicios) de su intención comunicativa. Un *indicio* (o síntoma) es una realidad perceptible que se origina como consecuencia de otra realidad: se dice, por ejemplo, que el humo es indicio de fuego, o que la fiebre es un síntoma de infección. Un indicio permite, de esta manera, establecer una relación natural de causa-efecto entre dos fenómenos (Peirce 1867).

Lo interesante desde el punto de vista comunicativo es que, como se vio más arriba, los humanos no solo somos capaces de interpretar indicios, sino que somos capaces de producirlos de manera voluntaria, es decir, con intención comunicativa. Por ejemplo, cuando alguien agita unas llaves como en la situación descrita en § 1.4.2, está produciendo voluntariamente un indicio que atrae la atención del otro y le induce a inferir un determinado estado de cosas conectado de manera natural con el indicio mismo. Se denomina *ostensión* (del latín *OSTENDERE*, ‘mostrar’) a la producción intencional de indicios (Sperber y Wilson 1986/1995: §§ 1.9 y 1.10).

El proceso por el que se reconstruyen los vínculos causales que permiten ligar la señal indicial (el humo) y el estado de cosas al que esta apunta (el fuego) se denomina *inferencia*. La inferencia está basada, necesariamente, en el conocimiento previo de una conexión natural: para interpretar que el humo indica fuego, hay que saber cómo se conectan entre sí esos dos fenómenos. El cerebro humano tiene siempre

en marcha procesos inferenciales que le permiten entender y dar sentido a los eventos del entorno. La inferencia permite obtener una nueva pieza de información a partir de la información ya disponible; o, dicho de otro modo, la inferencia permite utilizar una información como base para la validez de otra (Sperber y Wilson 1986/1995: Cap. 2).

En el ejemplo comentado más arriba, el gesto ostensivo de Luis al señalar el libro de Pragmática, junto con la expectativa de Ana de que ese gesto voluntario de Luis es una manera de responder a su pregunta, permiten a Ana inferir que el señalamiento es una pista decisiva para obtener la respuesta que desea. Es la inferencia, pues, la que permite explicar la existencia de comunicación sin necesidad de código.

Pero el papel de la inferencia no se limita a la interpretación de indicios no convencionales, sean estos ostensivos o no. Cuando se procesan expresiones lingüísticas, también se combina la información obtenida a partir de la decodificación de la señal lingüística con otra información contextual. El emisor que hace el ofrecimiento en el diálogo de (1) nos hace evocar de inmediato una situación altamente accesible para la mayoría: comer y compartir golosinas es algo habitual, de modo que una palabra como *¿Chocolate?* fácilmente se asocia, en ausencia de otros datos, con un ofrecimiento; y la persona que rechaza el chocolate por medio de la afirmación de que se acaba de lavar los dientes lo hace porque conoce las propiedades del chocolate –en particular, que ensucia los dientes– y sabe también que lavarse los dientes representa el final de la comida, de modo que ofrecer esta información es una pista para entender las razones de su rechazo. Es el conocimiento factual el que hace posible establecer adecuadamente los vínculos causales entre el indicio y el hecho al que se asocia.

De hecho, todos los procesos que conducen a especificar ulteriormente los contenidos codificados lingüísticamente son de tipo inferencial: es el caso de las operaciones que permiten identificar los referentes a los que aluden las expresiones lingüísticas (*¿a qué se refiere la palabra casco en la frase Habrá que limpiar el casco?*), o las que especifican contenidos vagos (cuando se dice *El mío es más rápido*, lo que se comunica es que es más *rápido* con respecto a *¿qué?*). Y son también inferenciales los procesos que permiten determinar qué es exactamente lo que el interlocutor quiso comunicar, o en qué sentido hay que tomar sus palabras (lo que dijo, *¿era una sugerencia o un consejo? ¿una orden o una amenaza?*). La ostensión y la inferencia resultan ser, pues, procesos imprescindibles para la actividad comunicativa y, sin duda alguna, merecen un lugar primordial dentro de cualquier modelo de la comunicación humana.

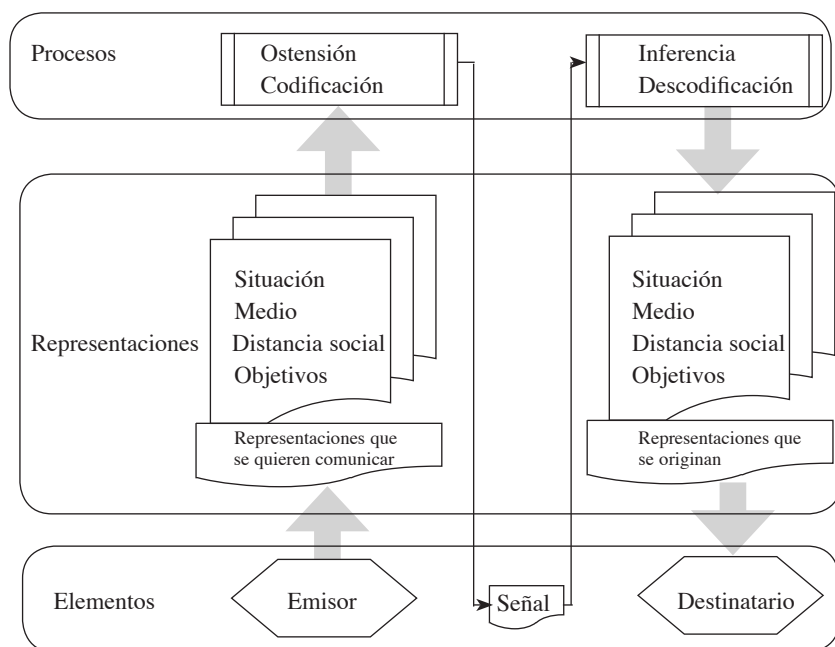
Ostensión e inferencia son, como codificación y decodificación, dos caras de la misma moneda. Pero, al contrario de lo que ocurre en los procesos en los que interviene un código, para producir e interpretar un indicio voluntario no es preciso conocer ninguna convención previa. La recuperación del vínculo causal entre la señal y el estado de cosas con el que se asocia se lleva a cabo gracias a un mecanismo general que se sirve de conocimientos no lingüísticos (esto es, de conjuntos de repre-

sentaciones interiorizadas) que permiten salvar la distancia entre el estímulo utilizado y el conjunto de representaciones que quería originar quien lo produjo.

El comportamiento ostensivo explota la tendencia natural de los humanos a establecer conexiones entre eventos –una tendencia que nos lleva, inevitablemente, a conectar piezas de información y a extraer de ellas conclusiones, tanto si hay intención de comunicar como si no. Conviene recordar, sin embargo, que solo las señales ostensivas (es decir, intencionales), y no los indicios fortuitos, se interpretan desde el supuesto de que quien las produce respalda su contenido (cf. 1.1.6); esta garantía es suficiente para inducir un procesamiento especial: se presume la intención comunicativa y, a partir de ahí, se elabora una interpretación que satisfaga esta expectativa (Sperber y Wilson 1986/1995: Cap. 1, §9; Cap. 3, especialmente §7). Esta diferencia proporciona, pues, un buen argumento en contra de la tendencia a considerar comunicativo cualquier hecho del que se pueda obtener información.

2.6. El nuevo enfoque y sus consecuencias

La visión de la comunicación que se desprende de las reflexiones anteriores puede resumirse como sigue. El emisor tiene una intención comunicativa que se plasma en el conjunto de representaciones que quiere transmitir. Considerando el resto de representaciones que le resultan accesibles –en particular, las relativas al destinatario, a la situación, al medio, al conocimiento lingüístico y a otros conocimientos



extralingüísticos relacionados—, el emisor produce el tipo de señal que, dadas las circunstancias de su intercambio, le parece más adecuado para lograr sus objetivos: una señal compleja y —muchas veces— multimodal, en la que, típicamente, solo una parte de las representaciones que quiere transmitir aparecerán codificadas por medios lingüísticos; pueden concurrir otros rasgos paralingüísticos, tanto intencionales como involuntarios. El destinatario, a su vez, somete la señal recibida a un doble procesamiento, de descodificación y de inferencia, en el que combina la información obtenida como resultado de la descodificación lingüística con otras representaciones accesibles (entre ellas, todas las relativas a su conocimiento del emisor, la situación, el medio, etc.). De este modo, construye en su mente un nuevo conjunto de representaciones semejante —pero no necesariamente idéntico— al que quiso transmitirle el emisor.

A partir de este modelo, es posible proponer una definición algo más compleja —y, presumiblemente, también más ajustada— de la actividad comunicativa: comunicarse es tomar parte en una forma de comportamiento por el que uno o varios individuos trata(n) de originar representaciones en la mente de otro(s) por medio de la utilización de señales cuya producción e interpretación es el resultado de la operación sistemática de procesos cognitivos específicos.

Al caracterizar la comunicación como una forma de comportamiento, se subraya el hecho de que se trata de una conducta intencional, y no simplemente una reacción condicionada, automática o refleja ante el entorno. Que sea intencional no significa que debe ser consciente o planificada: puede serlo, pero esta no es, en todo caso, una propiedad definitoria. Al subrayar que el objetivo final es originar representaciones, y no simplemente transmitir las, se está enfatizando el hecho de que comunicarse no es simplemente una actividad mecánica de duplicación de contenidos entre dos dispositivos, sino que en ella intervienen decisivamente las representaciones de los individuos. Por último, al decir que es una actividad desarrollada siguiendo las pautas de operación de determinados procesos cognitivos, se insiste en lo que la actividad tiene de general, común, regular y sistemático, y no en lo que cada acto comunicativo tiene de individual y único. El código compartido tiene un papel importante, pero no es imprescindible, ya que la comunicación explota la capacidad humana de relacionar fenómenos y de establecer entre ellos conexiones inferenciales.

La consecuencia más importante de este enfoque es que proporciona las bases para la búsqueda de regularidades (Escandell Vidal 2004). El estudio de la comunicación, como de cualquier otra actividad o fenómeno, tiene interés en la medida en que nos conduce a postular generalizaciones que permitan ir más allá de la mera descripción de los datos. No basta con saber cómo son las cosas, sino que hay que preguntarse por qué las cosas son como son; solo de esta manera conseguiremos entender y explicar auténticamente los fenómenos. Pues bien, al identificar tres categorías distintas de componentes conseguimos también una primera indicación sobre la naturaleza de las regularidades que debemos buscar en cada una. En lo que a las entidades respecta, la

regularidad se encuentra en el nivel físico y se reduce a la mera existencia de los tres elementos básicos: emisor, señal y destinatario. En la medida en que esta es una evidencia que reconocen todas las propuestas, este tipo de regularidades no requieren más justificación.

Las regularidades relativas a las representaciones, por su parte, demandan un comentario más detenido, ya que estas se encuentran tanto en la forma de las representaciones como en su contenido. En este sentido, aunque los enfoques de corte representacionista y simbólico como el que se defiende en estas páginas han sido objeto de controversia, su rendimiento explicativo es, como se tratará de mostrar en los capítulos siguientes, muy superior al que proporcionan otros modelos.

Además de hallar generalizaciones sobre el formato y las propiedades estructurales de las representaciones, es posible, asimismo, descubrirlas en algunas facetas de su contenido. Las representaciones internas se nutren de las percepciones individuales y resultan, en consecuencia, únicas e imprevisibles; pero las representaciones recogen también numerosos aspectos sociales y culturales que comparten los miembros de un determinado grupo humano: entre otros muchos, la manera de ver el mundo, las situaciones y las relaciones entre los interlocutores. Por ejemplo, cada cultura tiene sus propias pautas y criterios sobre cómo catalogar a los individuos según su visión de las escalas sociales. Estas representaciones, ampliamente distribuidas entre los miembros del grupo, determinan, a su vez, lo que se considera adecuado en cada cultura, y, por tanto, condicionan decisivamente muchas elecciones lingüísticas.

Los procesos, por último, ilustran el funcionamiento de los mecanismos cognitivos que realizan operaciones. Las regularidades en este ámbito deberían estar ligadas a los principios que rigen estas operaciones y que residen, en último extremo, en la manera en que la evolución ha ido diseñando el cerebro humano.

3

LA SITUACIÓN Y EL MEDIO

En este capítulo comienza el análisis de las representaciones que intervienen en la comunicación. Siempre que se ha querido recoger la contribución de los factores extralingüísticos al uso y a la interpretación se ha apelado a una noción más o menos vaga de contexto.

Ningún emisor se expresa igual en todas las ocasiones, sino que es capaz de adaptar su enunciado a la situación comunicativa concreta en que se encuentra. Es fácil entender de manera intuitiva en qué consiste “adaptarse a las circunstancias”; pero para poder reflexionar de un modo más sistemático al respecto, será necesario utilizar nociones más precisas. Es importante recordar que lo que interesa no son los aspectos individuales y únicos de los enunciados y de los intercambios comunicativos, sino lo que de sistemático y general hay en ellos.

La situación y el medio constituyen la vertiente más “externa” de los factores extralingüísticos, ya que están, en cierta medida, dados de antemano; sin embargo, no es su carácter de algo fijo o prefijado lo que interesa, sino la manera en que las conceptualizaciones interiorizadas sobre ellos los convierten en prerequisites para la adecuación comunicativa.

La búsqueda de regularidades en lo que a la situación y el medio se refiere debe dirigirse a identificar, por una parte, las nociones universales que permiten caracterizar las diferentes situaciones comunicativas en función de sus propiedades, y, por otra, las estructuras de conocimiento compartidas que pueden dar lugar a representaciones ampliamente distribuidas entre los miembros de un grupo social. Cuando las representaciones se comparten, tienden a estabilizarse y a funcionar como pautas tácitas de conducta, que crean expectativas precisas sobre el comportamiento y sobre la interpretación de dicho comportamiento.

3.1. Situaciones y representaciones

Las circunstancias en las que se desenvuelve la comunicación determinan decisivamente muchos de sus rasgos, tanto de forma como de contenido. Pero las circunstancias dan lugar a conjuntos muy complejos de coordenadas siempre diferentes, que forman marcos únicos e irrepetibles. Y, aun así, es posible encontrar recurrencias.

Considere la siguiente situación. Dos vecinos que se conocen solo de vista coinciden en el ascensor de su casa; después de un escueto saludo convencional, y durante el pequeño trayecto que comparten, intercambian un par de observaciones sobre el tiempo; se despiden. En esta situación hay muchas cosas que efectivamente son únicas: las coordenadas espacio-temporales, la identidad de los participantes, su grado de conocimiento previo, la temperatura exterior e interior, los acontecimientos políticos y sociales del momento... Sin embargo, hay otras cosas que se repiten: el encuentro casual de dos personas que se conocen poco en un espacio reducido (que, de alguna manera, comparten) y durante un tiempo que se sabe breve de antemano. Estas propiedades comunes hacen que todos tengamos expectativas más o menos semejantes acerca de la estructura y del desarrollo de la interacción entre ambos, de su papel y del tipo de temas que suelen abordarse. En un encuentro de esta naturaleza, se excluirían de inmediato, por ejemplo, preguntas de trasfondo filosófico o debates ideológicos, y tampoco se admitirían preguntas personales sobre la vida privada. ¿Por qué todos tenemos estas expectativas tan concretas?

3.1.1. Esquemas, marcos y guiones

Considere ahora los siguientes ejemplos:

- (1) Cogió la llave y abrió la puerta.
- (2) Juan entró en el restaurante. Eligió el menú del día. Al pedir la cuenta, notó que se había dejado la cartera.

En el primer caso, se entiende que la persona en cuestión cogió la llave precisamente para abrir la puerta (y no para otra cosa) y que fue con esa llave como abrió la puerta (y no de cualquier otra manera, como, por ejemplo, de una patada, o con una ganzúa...).

En la pequeña secuencia de frases de (2) se proporcionan varias piezas de información. A partir de esa información fragmentaria, todos somos capaces de responder inequívocamente a preguntas como las siguientes: ¿para qué entró Juan en el restaurante? Cuando pidió el menú, ¿sabía de qué se componía? ¿Le dieron algo de comer? ¿Se comió lo que le dieron? ¿Qué tiene que ver el que se haya dejado la cartera? ¿Cómo puede seguir la historia? Ninguna de las respuestas a estas preguntas está expresamente contenida en las frases anteriores, y, sin embargo, todos podemos darlas.

Estos ejemplos muestran que somos capaces de completar algunas situaciones con detalles omitidos, de inferir pasos intermedios no ex-

presos en una secuencia compleja de acontecimientos y de predecir cómo puede continuar. ¿Cómo se explica esta sorprendente capacidad? Este es uno de los retos a los que se enfrenta la investigación en Inteligencia Artificial cuando trata de modelizar el comportamiento humano (Russell y Norvig, 1995).

Los ejemplos comentados representan casos concretos de situaciones genéricas bien conocidas: un encuentro casual en un ascensor, abrir una puerta cerrada, comer en un restaurante. Todas ellas constituyen conjuntos de eventos recurrentes, por los que todos hemos pasado en repetidas ocasiones. No percibimos la realidad externa como un alud de información siempre cambiante, sino que la organizamos en estructuras de conocimiento más abstractas que establecen relaciones entre agentes, objetos, eventos y situaciones. Estas estructuras jerarquizan la información y permiten tener expectativas precisas sobre las relaciones entre entidades y sobre el curso de los acontecimientos: por ejemplo, al entrar en un restaurante, se activa toda una red de expectativas sobre las personas que se van a encontrar en él, sus funciones y su comportamiento esperado; sobre los objetos que se van a utilizar y la forma de utilizarlos; sobre el orden de la secuencia de eventos que van a tener lugar; sobre el tipo de interacciones verbales adecuadas...

Así pues, las diferentes representaciones que corresponden a una misma situación no están aisladas, sino que aparecen conectadas entre sí formando una red estructurada de relaciones. Ante una situación cualquiera, los individuos no solo atienden a las propiedades externas, únicas e irrepetibles que la configuran, sino que existe una tendencia natural a conceptualizarla como un ejemplar particular de algún tipo de situación genérica conocida: al hacerlo así, se le atribuye de inmediato un conjunto de propiedades generales que corresponden a representaciones previamente interiorizadas. Este tipo de organización facilita el procesamiento, ya que trae a primer plano la información más directamente relevante (Gentner y Stevens 1983; Posner 1989). Esto indica que los humanos organizamos el conocimiento de acuerdo con nuestra experiencia del mundo y utilizamos este conocimiento para predecir interpretaciones y para dar sentido a cualquier nueva pieza de información.

Para hacer referencia a estas estructuras de conocimiento organizado, los investigadores en Inteligencia Artificial han propuesto conceptos como los de esquema, marco o guion. Un *esquema* recoge los rasgos comunes a un conjunto de situaciones y los organiza en una estructura relativamente homogénea (Rumelhart 1980; Rumelhart y Ortony 1977). Un *marco (frame)* es una estructura de datos que representa una situación estereotipada (Minsky 1975, 1986). Un *guion (script)* es

una estructura que describe una secuencia apropiada de eventos en contextos particulares, [...] una secuencia de acciones estereotipada y predeterminada que define una situación bien conocida. Cada guion lleva asociado un número determinado de roles (Schank y Abelson 1977: 41).

Aunque hay diferencias teóricas entre estos tres conceptos, lo importante es que todos los investigadores coinciden en señalar la importan-

cia de estas estructuras de conocimiento: constituyen los elementos básicos del procesamiento humano y desempeñan un papel fundamental en la manera en que organizamos la información a medida que la vamos recibiendo.

Cada una de estas estructuras describe conjuntos de circunstancias que suelen ocurrir de forma conectada y consecutiva, e incluye información sobre las condiciones iniciales y finales, los participantes y sus funciones, los objetos, el lugar en el que se desarrollan y las secuencias de sucesos. Un guion puede concebirse como un conjunto de representaciones jerarquizadas: algunas son generales y obligatorias dentro de la situación, y resultan constitutivas; otras son opcionales y admiten cierto grado de flexibilidad. A su vez, cada una admite conexiones con otras estructuras, con lo que el procesamiento se hace a la vez más global y abarcador y más económico.

Comer en un restaurante, ir a un concierto o asistir a una fiesta de cumpleaños pueden, pues, entenderse como etiquetas genéricas que hacen referencia a guiones de situaciones estereotípicas. La siguiente tabla recoge los componentes principales del guion del restaurante:

GUION	comer en un restaurante
LUGAR	restaurante
OBJETOS	local, menú, comida, platos, cubiertos, mesas, sillas, dinero...
PARTICIPANTES	cliente, camarero, cocinero, cajero, dueño...
CONDICIONES DE ENTRADA	cliente hambriento, cliente tiene dinero, restaurante tiene comida...
CONDICIONES DE SALIDA	cliente no hambriento, cliente con menos dinero, dueño de restaurante con más dinero...
ESCENAS	entrar al restaurante, sentarse, ver menú, pedir comida, esperar, comer comida, pagar, salir del restaurante...

Dentro de cada guion situacional, todos somos capaces de interpretar con facilidad secuencias de acontecimientos habituales, predecir lo que típicamente ocurre en ellas y completar inferencialmente aquello que no se observa directamente. Todo el comportamiento (lingüístico o no) y la manera en que se interpretan los acontecimientos están ligados al conocimiento previo de las situaciones y a las secuencias de acontecimientos que en ellas típicamente se producen.

Comprender una situación (y poder desenvolverse en ella con éxito) consiste, en gran medida, en encontrar el esquema capaz de proporcionar coherencia, de hacer encajar todos los elementos y eventos que la componen, es decir, cuando se logra establecer una correlación entre los objetos y hechos concretos que la componen y los elementos y los eventos genéricos de un esquema de conocimiento de fondo.

Además de entender las situaciones, los esquemas, los marcos y los guiones, permiten también predecir el curso de los acontecimientos: cuando se inicia un esquema correspondiente a un proceso, es fácil imaginar que el proceso va a desarrollarse a acuerdo con las predicciones que sugiere el esquema. De modo semejante, un esquema permite inferir elementos, eventos o acciones no directamente perceptibles. Es el conocimiento organizado el que legitima normalmente estas elaboraciones. Solo cuando algo rompe los esquemas es preciso aclararlo expresamente.

De este modo, los investigadores han conseguido acercarse a simular computacionalmente la eficacia que manifestamos los humanos en la comprensión de las situaciones: les aplicamos esquemas estereotipados, que nos permiten entender lo que sucede a nuestro alrededor sin necesidad de estarnos preguntando constantemente por qué sucede lo que sucede, o qué es lo que va a ocurrir luego...

3.1.2. Normas sociales y expectativas comunicativas

La eficacia del procesamiento humano se basa, pues, en formas de conocimiento estructurado. Los conceptos analizados son interesantes porque explican nuestra capacidad para participar en situaciones comunes de manera eficaz, completarlas inferencialmente y predecir el curso de los eventos.

Esta no es, lógicamente, una cualidad exclusivamente individual: la estructura de los guiones se supone ampliamente compartida por todos los miembros de una determinada cultura, lo que explica la relativa homogeneidad en el comportamiento y en la manera de interpretar las acciones ajenas de los miembros de un mismo grupo social. En otras palabras, los hablantes no comparten solo representaciones aisladas, sino conjuntos estructurados y organizados de representaciones.

Esto significa, en consecuencia, que la interacción social no es una actividad aleatoria. El modo en que nos comportamos está fuertemente condicionado por las expectativas asociadas a cada tipo de intercambio. La mente está organizada no solo a base de estructuras de conocimiento, sino también a base de estructuras de expectativas (Tannen 1993: 15).

La existencia de expectativas parece responder a una necesidad cognitiva humana: dirigen el comportamiento y proporcionan las claves para predecir e interpretar las acciones de los demás. Los miembros de cada cultura aprenden cuáles son las normas que rigen el comportamiento, y estas normas organizan los eventos y ponen orden en la actividad humana.

Cuando se habla de normas, hay que tener en cuenta que se hace referencia a dos conceptos distintos (Escandell Vidal 2004b). La norma puede entenderse como una convención, es decir, una regla, o conjunto de reglas, que regula un comportamiento y que determina que este sea socialmente aceptado; las convenciones pueden estar escritas (como, por ejemplo, las que regulan la participación en un foro o la manera correcta de comportarse en la mesa) y el individuo puede percibirlas

como algo que se le impone desde el exterior. Pero, además, una norma es también una costumbre, una práctica común y habitual, que define lo que se considera normal en una situación dada; las costumbres son formas de conducta interiorizadas, patrones a los que, sin ser conscientes de ello, la mayoría de los individuos se ajusta de manera natural.

Haya o no una convención previa al respecto, los comportamientos que se salen de lo “normal” (en cualquiera de los dos sentidos) dentro de un grupo social tienden a ser rechazados, de modo que la necesidad de cada individuo de sentirse miembro del grupo refuerza el comportamiento que sigue la costumbre y ejerce sobre el individuo también una presión desde fuera. El comportamiento que se ajusta a los estándares, en cambio, apenas se detecta: en la medida en que es previsible, pasa ampliamente inadvertido.

Esta concepción permite dar cuenta también de la diversidad cultural en el contenido de los guiones: efectivamente, si cada guion es un conjunto de representaciones compartidas por los miembros de una cultura, entonces será esperable que las culturas puedan diferir en la manera en que conceptualizan a los participantes, sus funciones, los objetos o las secuencias de acciones en cada situación comunicativa concreta. Por ejemplo, en los restaurantes estadounidenses es habitual que el cliente reciba un gran vaso de agua con hielo antes de solicitar su menú; esto no es habitual en un restaurante español. De modo semejante, las intervenciones lingüísticas esperables en una misma situación pueden diferir notablemente de cultura a cultura: por ejemplo, en muchas culturas orientales no es frecuente dar las gracias a los miembros de la propia familia, ni tampoco a quienes proporcionan un servicio como parte de su trabajo (camareros, taxistas, bibliotecarios...) (Kerbrat-Orecchioni 1986-1992) Esta situación contrasta claramente con las exigencias normales en muchas culturas occidentales. Incluso dentro de una misma lengua, los guiones pueden ser diferentes: en Chile, por ejemplo, parece que no es habitual entablar ningún tipo de conversación en el ascensor con los vecinos, mientras que en España resultaría violento no dirigirles la palabra. Los ejemplos de este tipo, que pueden multiplicarse extraordinariamente, ponen de manifiesto la importancia que tiene en la enseñanza de una lengua extranjera el conocer bien no ya las expresiones lingüísticas mismas, sino los guiones en los que intervienen y las expectativas a ellos asociadas.

3.1.3. Situaciones públicas y privadas

Las diferentes situaciones, tal como se conceptualizan en cada cultura bajo la forma de esquemas, marcos o guiones, incluyen especificaciones sobre el tipo de conductas sociales esperadas. Podemos agrupar, en consecuencia, los guiones en categorías diferentes en función de que compartan ciertos rasgos y de que tengan repercusiones semejantes en lo que a las elecciones lingüísticas se refiere. Uno de los criterios que se emplean habitualmente para identificar diferentes clases de situaciones es el que tiene que ver con su grado de institucionalización. Cuan-

to mayor sea el grado de institucionalización de un intercambio, más regulada estará su forma y su contenido; y al contrario, las interacciones informales no parecen sometidas a ningún tipo de reglas. Del mismo modo, cuantas más restricciones sociales se impongan a una situación, mayores tienden a ser también las restricciones que afectan al uso de la lengua. Cuanto mayor sea el grado de institucionalización de un intercambio, más regulada estará su forma y su contenido (por ejemplo, la comunicación de las administraciones públicas con los ciudadanos sigue pautas muy rutinizadas); y al contrario, las interacciones informales no parecen sometidas a ningún tipo de reglas: cuantas menos restricciones sociales haya, menos restricciones lingüísticas habrá.

La institucionalización máxima se encuentra en los actos ritualizados (tomos de posesión, bodas, juicios,...). Por ejemplo, en las ceremonias de matrimonio están fijadas las palabras que deben pronunciar el celebrante y los contrayentes para que el matrimonio resulte válido. De modo semejante, en las reuniones públicas entre autoridades del máximo nivel internacional hay un protocolo que apenas deja espacio para la improvisación, fijando de antemano aspectos como los lugares que cada uno debe ocupar, los temas que pueden tratarse, o el orden y la duración de las intervenciones. Una reunión con amigos íntimos en un entorno privado, en cambio, no tiene ninguna agenda estricta que imponga condiciones sobre estos aspectos. El carácter público o privado del encuentro constituye una nota determinante: los mismos dirigentes, cuando se encuentran en su hotel, no tienen su interacción tan pautada por condicionantes externos.

Podemos, en consecuencia, colocar las diferentes clases de situaciones en una escala basada en su grado de institucionalización, que admite posiciones intermedias, como se recoge en el siguiente esquema:



Fig.1. Situaciones es una escala de institucionalización.

El grado de institucionalización de una situación representa un parámetro universal que se debe tomar en cuenta a la hora de entender cómo este hecho determina los intercambios comunicativos. Los diferentes tipos de situaciones y la adscripción de cada situación a un nivel u otro son cuestiones ampliamente dependientes de cada cultura. Todas ellas, sin embargo, reconocen unas mismas categorías generales, aunque sus contenidos precisos puedan variar. De este modo, se consigue identificar un nuevo parámetro general, presente en cualquier forma de comunicación.

3.1.4. Situación y registro lingüístico

La representación general de una situación interesa porque hace posible una interacción fluida basada en un conjunto previo de representaciones compartidas. Uno de los aspectos sobre los que la situación tiene una incidencia más marcada es el de las elecciones lingüísticas, es decir, sobre el tipo y el estilo de lengua utilizados. Efectivamente, además de las diferencias ligadas a la procedencia geográfica de los participantes (que dan lugar a la variación dialectal), se ha reconocido siempre la existencia de variedades que se relacionan con la adecuación a la situación comunicativa y que permiten distinguir diferentes *registros* o *variedades diafásicas*.

La correlación entre registros y situaciones permite establecer un paralelismo entre ambos parámetros. Se diferencia, así, entre un registro altamente formal, que suele denominarse *ritualizado* o *solemne*, propio de las situaciones con un grado mayor de fijación protocolaria, y, en el otro extremo, un registro altamente informal o *íntimo*, con muy pocas imposiciones lingüísticas. En el espacio intermedio se sitúan el registro *elevado*, propio de actos públicos y académicos (conferencias, presentaciones de libros...); el registro *casual*, para interacciones en ámbitos administrativos o comerciales (en la ventanilla de expedición del DNI, en una tienda...), o el registro *informal*, para situaciones de tipo privado (una cena con conocidos). Las relaciones entre grado de institucionalización y registro quedan reflejadas en la siguiente escala:



Fig. 2. Correlación entre situaciones comunicativas y registros lingüísticos.

Las diferencias de registro se reflejan en todos los aspectos relacionados con la elección de la forma lingüística y responden básicamente a un criterio: el del *grado de control* del emisor sobre la forma del enunciado. El grado de control puede analizarse, a su vez, en dos parámetros diferentes:

- Control previo: forma una escala en la que se refleja el grado de preparación previa del enunciado, tanto en lo referido a su contenido como en lo relativo a su forma y su estructura. Sus extremos están representados por la alta planificación y la improvisación.
- Control durante la producción: da lugar a una escala en la que se recoge el grado de atención y de monitorización con que se controla la producción del enunciado. Sus extremos son el control estricto y la atención relajada.

Normalmente, tiende a producirse una coincidencia entre los dos parámetros: la improvisación suele ir acompañada de un bajo grado de control y la planificación previa se asocia con gran frecuencia al control en la producción. Efectivamente, los registros informales se caracterizan, sobre todo, por la improvisación y el menor grado de control sobre la propia producción; en los registros más formales tiende a haber un mayor grado de planificación previa y también una mayor atención a los diferentes aspectos que configuran la forma del propio enunciado en el momento mismo de su producción.

Sin embargo, estos dos parámetros no pueden equipararse. De un lado, existen situaciones comunicativas en las que la falta de planificación no corresponde a una atención relajada. Por ejemplo, en época de elecciones generales, los políticos participan en entrevistas o en debates públicos. Aunque el nivel de planificación no puede ser total, porque puede haber preguntas inesperadas o el debate puede tomar giros insospechados, parece claro que los políticos no pueden “bajar la guardia” y dejar de monitorizar al detalle los aspectos de su producción, incluso cuando lo que quieren es precisamente dar una imagen relajada y cercana. Por otra parte, hay muchas situaciones íntimas en las que la planificación puede llevar tiempo: las declaraciones de amor –la elección del momento justo, de las palabras exactas– pueden ir precedidas de meses de preparación.

Las manifestaciones de estas dos propiedades pueden observarse en las diferentes vertientes que configuran un enunciado:

- La atención a la estructura del enunciado: los registros menos formales admiten la producción de enunciados con una menor estructuración, con vacilaciones, cortes, retrocesos, reformulaciones, construcciones truncadas y elípticas...; ninguna de estas posibilidades se admite en las variantes formales.
- La elección del léxico: constituye uno de los aspectos en los que resulta más evidente la relación entre situación y conjunto de elecciones lingüísticas. La diferencia entre términos como *birlar*, *man-gar*, *robar* o *sustraer* no atañe al contenido descriptivo, sino al tipo de registro que se relaciona con cada uno de ellos y al tipo de interacción comunicativa que cada uno evoca. Por otro lado, cuanto mayor sea la formalidad de la situación, más preciso y específico tenderá a ser el léxico; las situaciones informales, en cambio, se caracterizan por un léxico más vago y menos específico. En la lengua común, un robo y un hurto son más o menos lo mismo; para un jurista, en cambio, hay diferencias sustanciales entre ambos.
- La atención a la forma: en los registros menos formales, la presentación del enunciado tiende a ser más espontánea y menos cuidada. En la lengua hablada, esto se traduce, por ejemplo, en una pronunciación relajada (pérdida de la *-d-* en las terminaciones en *-ado*: *cantao*). Cuanto más elevado sea el registro, mayor será la tendencia a controlar los detalles fonéticos y a cuidar la dicción. En las variantes escritas, la atención a la forma atañe a la presentación y a la organización.

Con respecto a estas manifestaciones, conviene hacer una precisión más. El conocimiento de cuál es el tipo de registro al que se asocian los términos del léxico forma parte del conocimiento de la lengua: ello indica que el dominio del idioma pasa por conocer y poder manejar adecuadamente estas diferencias. Ahora bien, el conocimiento y el dominio de los registros elevados no se adquiere de manera natural en el ámbito familiar, sino que necesita típicamente una instrucción formal en un entorno de aprendizaje específico. Sea cual sea el modo de adquisición, el manejo de los registros forma parte de la competencia lingüística. La atención a la forma y a la estructura, en cambio, son reflejos directos del grado de institucionalización de las situaciones y no representan, por tanto, parcelas específicas del conocimiento lingüístico. Esto no quiere decir, por supuesto, que los hablantes deban descuidarlas; al contrario, tienen que ser conscientes de las repercusiones que la falta de planificación o la atención relajada pueden tener cuando la situación exige el uso de un registro formal.

Las diferencias observables en el uso lingüístico representan la manifestación externa y visible de la existencia de presiones de tipo social sobre el uso de la lengua. Atendiendo a estas diferencias lingüísticas se pueden inferir las representaciones interiorizadas (típicamente, compartidas) que subyacen a las diferentes elecciones lingüísticas. Descubrir la manera en que cada grupo social se representa las diversas situaciones equivale, pues, a entender la lógica que regula cada tipo de intercambio comunicativo y, en último extremo, a posibilitar un intercambio fluido entre quienes interactúan. Por ejemplo, solo quienes han estado en contacto frecuente con las situaciones institucionalizadas o ritualizadas y han aprendido las normas que regulan cada tipo de intercambio son capaces de desenvolverse en ellas con naturalidad. Esto crea una asimetría muy significativa en las relaciones entre los ciudadanos y la administración central: las instancias, los contratos y los testamentos, entre otros, constituyen tipos de actos comunicativos muy formalizados en los que una de las partes (el ciudadano) no suele tener los conocimientos necesarios; por eso, este tipo de interacciones requieren la participación de intermediarios especializados (abogados, asesores...) que conozcan los requisitos formales y que sean capaces de servir de puente entre los interlocutores reales.

3.2. El medio

Las diferencias entre lengua hablada y lengua escrita se asocian con frecuencia a diferencias en el canal. Desde esta perspectiva, en la lengua hablada se transmiten señales acústicas, mientras que la lengua escrita se vale de señales visuales. Sin embargo, es fácil notar que la diferencia entre oralidad y escritura no está simplemente ligada al canal, sino también, y muy especialmente, a los diferentes tipos de situación en los que se usan ambas modalidades.

3.2.1. Oralidad y escritura

El medio empleado lleva asociadas representaciones sociales precisas sobre las propiedades y las condiciones de utilización del medio oral y escrito. Sin embargo, la caracterización de estos rasgos que se ofrece es, con frecuencia, excesivamente esquemática y simplista. Efectivamente, es habitual caracterizar las diferencias entre oralidad y escritura en los siguientes términos: la lengua oral es la forma natural de la comunicación, implica la co-presencia de los interlocutores, es improvisada e informal; la lengua escrita, por su parte, es una modalidad aprendida culturalmente, se da sin co-presencia, y es planificada y formal.

Si se exceptúa el primero de los rasgos señalados, no es difícil encontrar muchos ejemplos de situaciones que invalidan esta caracterización: una conversación telefónica, por ejemplo, implica precisamente la falta de co-presencia de los interlocutores; una conferencia o un discurso público, pese a utilizar el medio acústico, presentan elevados grados de planificación y de formalidad; y, al contrario, la improvisación y la informalidad constituyen notas características de muchas modalidades de escritura, como las cartas familiares, los mensajes de correo electrónico o los intercambios de mensajes en un chat.

Esta discrepancia entre lo que suele darse por sentado en cuanto al uso del medio y lo que los ejemplos revelan, muestra que los rasgos que se emplean para caracterizar las modalidades oral y escrita no son, en realidad, rasgos definitorios y esenciales de la oralidad y la escritura, sino características especiales de algunas de sus manifestaciones prototípicas. Lo que los ejemplos anteriores sugieren es que el medio, sea oral o escrito, se pone al servicio de la representación que se tiene de las diferentes situaciones y del tipo de registro requerido en cada una de ellas: es posible moverse en un registro íntimo tanto oralmente como por escrito; y es posible, igualmente, utilizar un lenguaje solemne en las dos modalidades.

No hay, pues, una correlación estable y necesaria entre grado de improvisación y lengua hablada, o entre planificación y lengua escrita. Esto no quiere decir, por supuesto, que no se aprovechen las propiedades que ofrece cada uno de los medios al servicio de la situación comunicativa. En la medida en que favorece la planificación y el control, la lengua escrita aporta estas ventajas a las situaciones que, por su grado de formalidad, requieren precisamente planificación y control: por ello, las manifestaciones orales más formales (conferencias, discursos, ritos...) se apoyan habitualmente en un texto escrito previo. Algo parecido ocurre en el caso contrario: las manifestaciones escritas más informales buscan muchas veces reflejar cierta improvisación y cierto descuido (en ocasiones, conscientemente buscados), como ocurre en algunas formas de comunicación electrónica.

3.2.2. La explotación intencional del medio

Como se vio anteriormente, los humanos tendemos a sacar el máximo partido a cualquier fuente de información disponible, con independen-

cia de que la información se ofrezca intencionalmente o no; solo en el primer caso, sin embargo, es posible hablar de comunicación. Pues bien, las propiedades inherentes del tipo de señal empleada proporcionan recursos adicionales que pueden modificar algunos aspectos del conjunto de representaciones comunicado.

Las propiedades intrínsecas del medio oral hacen que los diferentes parámetros que configuran las propiedades físicas del sonido tengan relevancia en la interpretación final de los enunciados. En el caso de la lengua hablada, el sonido permite obtener diferentes tipos de información: por ejemplo, a partir de la frecuencia, la intensidad, el timbre y la duración podemos inferir datos sobre la edad, el sexo o el estado de ánimo del interlocutor. Igualmente, las modificaciones en la altura, la intensidad, la duración, el timbre o el ritmo pueden matizar el contenido de lo que se comunica. Son las llamadas *señales paralingüísticas*, que acompañan al mensaje lingüístico en su producción. Por eso podemos comentar: *Lo dijo con voz triste*; o quejarnos: *¡No me levantes la voz!* o *Lo que me molestó no fue tanto lo que dijo, sino el tono en que lo dijo...* En muchas ocasiones, estas variaciones son inconscientes y no se han producido de manera intencional; en estos casos, aunque sirvan para matizar lo comunicado, no hay intención comunicativa.

Las propiedades físicas del sonido pueden también modificarse a voluntad con el fin de originar determinadas representaciones: tenemos, entonces, un manejo intencional (y, por tanto, con finalidad comunicativa) de los diferentes parámetros. Consideremos, por ejemplo, las variaciones de la frecuencia fundamental. Estas variaciones constituyen lo que normalmente llamamos *entonación* y están ligadas a diferentes funciones de tipo lingüístico: en muchos casos, son el único medio de distinguir entre oraciones enunciativas e interrogativas, como *Ha llamado Pedro* y *¿Ha llamado Pedro?*. Pero además de distinciones gramaticales, los cambios en la frecuencia pueden indicar diferentes actitudes hacia el contenido comunicado: por ejemplo, una frecuencia repentinamente más alta puede transmitir énfasis (*Es un perfecto inútil*) o distanciamiento irónico, como cuando se citan palabras de otra persona (*Todavía parece que la oigo: "Yo nunca te haría una cosa así". ¡Qué falsa!*).

En cuanto a la intensidad, representa un medio habitual de marcar énfasis sobre un determinado constituyente. La duración y el timbre pueden también modificarse buscando efectos comunicativos concretos: insistencia, burla... Lo importante es comprender que, en la inmensa mayoría de los casos, estas manipulaciones intencionales utilizan las modificaciones en la señal como indicios de una intención comunicativa que el destinatario debe interpretar inferencialmente: ello explica que no haya necesariamente una correspondencia preestablecida entre el tipo de modificación producida y el sentido que adquiere en cada muestra de comunicación particular.

La lengua oral se utiliza en muchas situaciones en que se produce una interacción cara a cara. En estos casos, a las propiedades paralingüísticas hay que añadir las *kinésicas*, que dependen de los gestos (faciales, de las manos...). Su influencia en la interpretación del mensaje

al que acompañan es, en muchos casos, decisiva. Estas señales interesan especialmente cuando son intencionales, como cuando ante una pregunta simplemente se arquean las cejas o se niega con la cabeza. Muchas de ellas responden a comportamientos relativamente estandarizados, pero es discutible que formen un código en sentido estricto.

Desde el punto de vista de la comunicación, todos estos recursos, cuando se usan intencional y abiertamente, pasan a engrosar la lista de señales intencionales no codificadas. Pues bien, este tipo de recursos fónicos difícilmente pueden trasladarse al medio escrito sin perder el carácter exclusivamente indicial que tienen en la lengua oral: es cierto que, tras la intervención de un personaje en una novela, el autor puede apostillar “... *dijo con tono irónico*”; pero entonces ha convertido en información proposicional y explícitamente codificada lo que en la versión oral es un indicio intencionalmente producido, con lo que, de alguna manera, se modifica la naturaleza misma del recurso.

La escritura, por su parte, también ofrece diversos tipos de información. Por ejemplo, en un texto manuscrito se pueden obtener datos (no comunicados intencionalmente) acerca de varios rasgos de la persona que lo escribió (edad, sexo, estado de ánimo, personalidad...). Pero lo que interesa, de nuevo, es que las cualidades formales del texto escrito pueden explotarse intencionalmente, es decir, con fines comunicativos. Los diferentes recursos gráficos, como el tipo de letra, su tamaño, su color y su disposición en el papel, pueden utilizarse al servicio de objetivos comunicativos concretos. Los cómics explotan sistemáticamente esta posibilidad, y se sirven de estas variaciones para guiar o reforzar la interpretación de los contenidos.

Hay recursos gráficos que no tienen traducción directa en el medio fónico; así, la disposición de un texto escrito no siempre tiene un correlato directo en el habla: por ejemplo, la separación del texto en apartados y subapartados en una obra didáctica, o la jerarquización de la información en una noticia periodística, o la manera de atraer la atención y presentar la información en un texto publicitario... Ciertamente, es posible reflejar la estructura también en una presentación oral, pero siempre se tendrá que hacer a base de añadir formulaciones lingüísticas que ordenen y estructuren el discurso, y que nuevamente convertirán en información comunicada lingüísticamente a través de conceptos lo que en la otra modalidad se presentaba de manera visual y directa.

Algunos de estos aspectos están muy convencionalizados, y su utilización adecuada forma parte del conocimiento de las pautas habituales en cada tipo y género de texto. Pero en otros casos, como el de la publicidad, hay pocas pautas establecidas, de modo que la utilización y la interpretación de estos recursos no depende del conocimiento de un estándar previo, sino del procesamiento inferencial que hagamos de ellos en cuanto indicios comunicativos.

3.2.3. El medio en la comunicación electrónica

Además de los géneros tradicionales, las nuevas posibilidades que abre la informática han hecho que se desarrollen modos de comunicación

ligados al empleo de las nuevas tecnologías, que han supuesto, en cierta medida, la redefinición de algunos conceptos ligados al medio de transmisión. Los mensajes de correo electrónico, los mensajes a móviles y los mensajes instantáneos y los espacios de comunicación de las redes sociales se han convertido, en poco tiempo, en subgéneros discursivos con sus propias características estereotípicas. Una teoría general sobre la comunicación debe darles, como es lógico, cabida (Yus 2010).

Uno de los aspectos más llamativos de estas nuevas formas de comunicación es que, por sus propias características, tienden a desdibujar la frontera entre oralidad y escritura: probablemente en ninguna otra manifestación escrita se observa con tanta claridad el deseo de reproducir por medios gráficos muchas de las propiedades de la lengua oral. El grado en que se produce la oralización de la escritura es menor en los mensajes de correo electrónico y máximo en la mensajería instantánea, pero está siempre presente en todos los textos.

Aunque es imposible generalizar, los mensajes de correo electrónico de tipo personal suelen caracterizarse por su falta de planificación y por su informalidad. Estos rasgos se hacen patentes en todos los niveles: léxico, sintáctico, de organización textual... Es cierto que la improvisación y la informalidad no son propiedades exclusivas de la lengua hablada, sino de los registros informales; sin embargo, en el caso de la comunicación electrónica parece que hay un intento consciente de aproximarse a las formas habladas y no solo de adoptar un registro altamente informal. La improvisación que se acepta (y, a veces, se persigue conscientemente) en los mensajes de correo electrónico ha dado nuevas alas a un género, el epistolar, que se encontraba en franca decadencia. El menor nivel de exigencia (unido a otros aspectos como la facilidad, la economía y la rapidez) ha supuesto el relanzamiento de las relaciones interpersonales a distancia.

El intento de reproducir pautas orales y características típicas de la co-presencia ha propiciado incluso la invención de elementos gráficos especiales, los 'emoticones' (como por ejemplo, ☺, :-), entre otros) que pretenden suplir informaciones asociadas al estado de ánimo, la expresión facial y el tono de voz.

Los mensajes instantáneos representan un paso más en la misma dirección. La limitación de espacio y las dificultades de escritura inherentes al uso del teclado telefónico para escribir texto propiciaron enseguida el desarrollo de un elevado número de abreviaturas (*k* por *que*; + por *más*, etc.). Pero esta manera de escribir dejó pronto de tener una finalidad exclusivamente práctica, para convertirse en el signo de identidad de los grupos juveniles, que representan el porcentaje mayor de usuarios de esta nueva forma de comunicación. Efectivamente, a pesar de que los avances tecnológicos han hecho más fácil la escritura (por ejemplo, con la inclusión de sistemas de texto predictivo), la mayoría de los usuarios sigue prefiriendo utilizar las grafías abreviadas.

El estilo de escritura que predomina en las redes sociales apoya con claridad la idea de que esta práctica responde a un deseo de mostrar afiliación al grupo y no simplemente a una cuestión de economía del

esfuerzo o del dinero. En las redes sociales no hay limitaciones especiales: la utilización de una forma de escritura fuertemente oralizada y la adopción de formas gráficas no convencionales no pueden responder más que a un intento de crear un lenguaje de grupo en el que reconocer a otros y reconocerse a uno mismo. Así pues, las violaciones de la ortografía convencional no reflejan necesariamente un desconocimiento de las reglas del idioma, sino una marca de pertenencia a un determinado grupo que comparte unas pautas y se identifica con ellas.

3.3. Reflexiones finales

La situación y el medio determinan decisivamente las elecciones lingüísticas. Cuando se adopta un enfoque cognitivo, se da especial énfasis a las situaciones estereotipadas y al conjunto de expectativas y de pautas de conducta (verbal y no verbal) que de ellas se derivan. La relatividad cultural de los guiones muestra de nuevo, de manera evidente, que no son los rasgos objetivos de las situaciones en sí mismas lo que condiciona la actuación comunicativa, sino el modo en que cada cultura las conceptualiza. Consideraciones semejantes son de aplicación al medio (oral y escrito) en que se desenvuelve la interacción.

En lo que a los aspectos situacionales se refiere, es posible encontrar regularidades significativas. Por un lado, las que derivan de la forma misma en que los humanos organizamos las representaciones: estructuramos el conocimiento en redes de relaciones jerárquicas, que hacen posible un procesamiento rápido y eficaz en las situaciones más comunes, gracias al cual todos podemos tener expectativas precisas sobre cómo se desarrollan los diferentes tipos de situación. La sistematicidad de estas estructuras es resultado del modo en que está diseñada la mente humana; y la existencia de normas sociales no es simplemente una exigencia de la vida en comunidad, sino una necesidad cognitiva que permite agilizar el procesamiento, el comportamiento y la comprensión.

También desde el punto de vista teórico es posible encontrar regularidades. Estas quedan reflejadas en las nociones que resultan necesarias para entender y explicar el modo en que se conceptualizan las situaciones, y también para explicar las correlaciones sistemáticas que se dan entre el grado de institucionalización de un intercambio y el tipo de registro lingüístico esperable. Los contenidos exactos de cada categoría, los criterios de conceptualización de las situaciones, los puntos de corte entre unas y otras, y los requisitos lingüísticos a ellas asociadas son ya cuestión de cada cultura.

4

LA REPRESENTACIÓN DE LOS INTERLOCUTORES

Uno de los principales factores que determinan la producción y la interpretación de la actividad comunicativa es la representación que cada hablante tiene sobre su interlocutor y sobre la relación entre ambos. Esta relación se suele medir de manera informal en términos metafóricos de distancia: de una persona se puede decir que es muy cercana o que es accesible; o, por el contrario, que es distante o inaccesible; se habla de estrechar lazos y de alejarse de otros... En este capítulo se analiza la distancia social como clave de una de las categorías de representaciones que determinan de manera más decisiva el uso y la interpretación.

4.1. La distancia social

En los años 20, la sociología estadounidense desarrolló el concepto de *distancia social* (Park 1924; Bogardus 1925a, 1925b, 1926, 1959; Poole 1927): partiendo de la analogía común entre la distancia física y la psicológica, la noción de distancia social constituye el modo de “reducir a una realidad mensurable y objetiva los niveles y grados de comprensión e intimidad que caracterizan en general las relaciones personales y sociales” (Park 1924: 339).

El concepto de distancia social surgió originariamente para calcular el grado de aceptación entre grupos sociales, en particular, en lo que a la integración de las poblaciones inmigrantes de etnia diferente se refiere. Conocer cuáles son las normas sociales que clasifican a los individuos en función de su raza, sexo, edad, religión o clase permite valorar de una manera objetiva en qué medida y hasta qué punto los miembros de un grupo social están dispuestos a aceptar a los de otro para entablar con ellos diferentes tipos de relaciones sociales (matrimoniales, labora-

les, de camaradería, de vecindad, de ciudadanía...). La distancia social entre grupos se estudia habitualmente por medio de formularios en los que los encuestados evalúan su percepción hacia determinados grupos. Los resultados obtenidos son generalizaciones estadísticas que indican cuáles son las tendencias generales en lo relativo a las percepciones que tienen los miembros de un grupo con respecto a los de otro grupo, pero no permiten predecir cuál va a ser el comportamiento de un individuo concreto en una situación concreta.

Tal como se propuso originalmente, la noción resulta seguramente demasiado amplia e inespecífica: como ya señala Poole (1927), incluye facetas tan distintas como la relación entre individuos en cuanto tales o como miembros de un grupo, su comportamiento, los prejuicios hacia otros grupos, las diferencias culturales o la interacción con el grupo. Poole (1927) propuso una sistematización de los diversos componentes de la distancia social como noción genérica y distinguió entre distancia personal y distancia social propiamente dicha.

- La *distancia personal* es la relación entre dos individuos; tiene una vertiente subjetiva (la visión de cada individuo de su relación con otro) y una vertiente objetiva (el lugar relativo que ambos ocupan en la sociedad).
- La *distancia grupal* es la relación entre dos colectivos sociales; tiene también una vertiente subjetiva (la concepción que un grupo tiene de su relación con otro grupo) y una vertiente objetiva (las diferencias culturales existentes entre los dos grupos).

Pues bien, una versión adaptada de estas distinciones relacionadas con la distancia social puede constituir también una herramienta muy útil en un modelo de la comunicación. Como se dijo en el Cap. 2, los hablantes se forman una representación mental de su interlocutor; entre sus componentes fundamentales está precisamente el tipo de relación (en sus vertientes personal y grupal) entre ambos. Se puede utilizar, pues, el término *distancia social* para hacer referencia a la representación que cada participante se forma sobre su relación con el interlocutor, incluyendo en ella los componentes individuales y grupales. Al utilizar el concepto de distancia social, la teoría de la comunicación se sirve de una herramienta diseñada de manera independiente por la investigación sociológica para el estudio de las actitudes colectivas, que proporciona una base sólida para explicar una parte de las representaciones que determinan la producción y la interpretación de enunciados.

Aunque cada individuo hace su propia estimación del tipo de relación que tiene con su interlocutor, esta representación está ampliamente basada en las pautas que ha ido estableciendo su cultura: efectivamente, cada sociedad y cada grupo social han ido estabilizando sus propias valoraciones sobre el peso de los diferentes factores que determinan la distancia social. Cada individuo adquiere las claves de esta categorización como parte de su proceso de socialización y de crecimiento como miembro del grupo; el resultado es que las representaciones sobre los diferentes tipos de relación social se convierten en repre-

sentaciones ampliamente compartidas, que se mantienen mientras las mantenga la colectividad. Cuando se quieren establecer generalizaciones sobre el modo en que determina las elecciones lingüísticas y la interpretación de los enunciados, es preciso colocar el énfasis en la vertiente más objetiva y común. De este modo, se conocen los criterios que dan lugar a estas representaciones y se obtiene una imagen general de lo que es “normal” en cada cultura o en el interior de cada grupo social. Aunque no permiten hacer predicciones sobre lo que hará un individuo en un momento dado, sí ofrecen una visión general con respecto a la cual entender el comportamiento.

La percepción de la distancia social da lugar a formas de socialización y de conducta específicas, traducidas habitualmente como normas sociales. Toda la actividad de los individuos está condicionada por la manera en que perciben –o, mejor, han aprendido a percibir– el mundo en general, y la relación con los demás (individualmente o en grupo) en particular. Las manifestaciones de la distancia social se reflejan muy claramente en muchos aspectos de las elecciones lingüísticas que hace el emisor al construir su enunciado y de las interpretaciones que construye el destinatario. Estas diferencias son particularmente visibles cuando se aprende una lengua extranjera: no solo son diferentes la gramática y el léxico; también lo son, y muy especialmente, los criterios con los que se decide, por ejemplo, qué forma de tratamiento emplear.

4.2. Dimensiones de la distancia social

Los parámetros que determinan la distancia social entre individuos no son diferentes de los que se usan para medir las relaciones entre grupos más amplios, e incluyen componentes objetivos y subjetivos, individuales y sociales. En lo que a la comunicación se refiere, la distancia social puede analizarse en dos dimensiones distintas (cf. Brown y Gilman 1960; Brown y Levinson 1978/1987):

- *Jerarquía*: expresa la distancia relativa que resulta de la posición de cada uno de los hablantes dentro de la escala social vigente en su grupo o su cultura.
- *Familiaridad*: mide la distancia personal y el grado de conocimiento previo entre los hablantes.

Estos dos parámetros definen un espacio bidimensional que se puede representar en un eje de coordenadas: en el eje vertical se sitúan las relaciones jerárquicas y en el horizontal, las de familiaridad. En cada una de ellas es posible identificar, a su vez, con carácter general, componentes y parámetros menores, que definen las posiciones relativas de los individuos en las relaciones sociales. Aunque los parámetros, en cuanto nociones generales, pueden considerarse universales, su grado de activación y su importancia relativa varían de una cultura a otra y explican las diferencias entre ellas.



4.2.1. El eje de jerarquía

El eje vertical corresponde a las distinciones basadas en la *jerarquía* y refleja la posición relativa de los interlocutores dentro de la escala social. Aunque algunas sociedades son más rígidas que otras, todas muestran una organización estratificada de sus miembros, de acuerdo con sistemas de distinciones y conjuntos de valores que, como se dijo, varían ampliamente de cultura a cultura. La pertenencia a los estratos superiores está en función del grado de poder, entendido como la posesión y el control de los recursos considerados valiosos (poder militar, poder económico, sabiduría, experiencia...). El poder se convierte en una marca de estatus social.

Así pues, cada individuo ocupa un lugar en la escala social, de modo que es fácil concebir la relación entre personas como la distancia que media entre ellas con respecto a este eje vertical. Por supuesto, la distancia puede ser cero, cuando las dos personas ocupan el mismo lugar en la escala, y puede ser muy alta, cuando ocupan posiciones sociales muy alejadas. Cuanto menor es la distancia, más simétrica es la relación y, al contrario, cuanto mayor es la distancia, más asimetría hay entre los interlocutores.

La jerarquía se evalúa en función de varios parámetros distintos, cuyo peso relativo varía igualmente de cultura a cultura. No en todas las culturas están activas todas las distinciones. En general, los parámetros pueden agruparse en dos categorías:

- Características *inherentes*: corresponden a las propiedades físicas e intrínsecas de los individuos.
- Características *sociales*: agrupan atributos de origen colectivo, que deben ser reconocidos y aceptados por el resto de los miembros del grupo.

Las características *inherentes* (o *físicas*) son propiedades objetiva y directamente perceptibles, como la edad, el sexo o la raza, que algunas culturas utilizan como criterios de estratificación social. De acuerdo con ellos, en la mayor parte de las culturas las personas de mayor edad ocupan una posición más alta que las más jóvenes. En las culturas más tradicionales, típicamente los hombres ocupan posiciones jerárquicas superiores a las de las mujeres. De igual modo, algunas sociedades es-

tablecen diferencias jerárquicas en función de la raza de los individuos. Aunque actualmente en las sociedades occidentales muchas de estas asimetrías tienden a desdibujarse —en particular, las originadas por las diferencias de sexo o de raza—, las asimetrías sociales siguen estando presentes en otros parámetros. Casi un siglo después, las palabras de Park resultan plenamente vigentes (1924: 341):

La democracia aborrece las distinciones sociales, pero las mantiene. La diferencia entre la democracia y otras formas de sociedad es que aquella rechaza hacer de la raza una clase (es decir, rechaza las distinciones de grupo). Las distinciones y las distancias deben ser de naturaleza puramente individual y personal. En una sociedad individualista como la nuestra, todo hombre ha de ser tratado de acuerdo con sus méritos como individuo.

Junto a las propiedades de tipo físico, hay también rasgos de naturaleza *social* que determinan de manera estable y relativamente permanente la estratificación de los individuos. En muchas sociedades, la pertenencia de un individuo a un clan, por ejemplo, determina el lugar que ocupa en la escala. La pertenencia a un clan no es ya un atributo individual, físico y directamente perceptible, sino una propiedad que el resto de los miembros de la comunidad deben conocer y reconocer. En todas las sociedades es habitual marcar la pertenencia a un grupo por medio de distintivos externos (tatuajes, formas de vestir...). Por ejemplo, las llamadas tribus urbanas utilizan atributos externos para mostrar su pertenencia al grupo, distinguirse de otros grupos similares y reconocer a sus miembros. La distinción de clases sociales en función de la posesión de recursos económicos representa otro sistema de estratificación que divide a la sociedad de acuerdo con una jerarquía de posiciones sociales.

Mientras que los atributos físicos y la pertenencia a un clan constituyen criterios relativamente permanentes, los roles sociales dan lugar a jerarquías sociales transitorias. Un *rol social* reúne el conjunto de propiedades extrínsecas que un individuo adquiere en virtud de su participación en un evento; estas propiedades definen, en consecuencia, relaciones jerárquicas no permanentes. Aquí se sitúan, típicamente, todas las relaciones institucionalizadas que derivan de la diferenciación del trabajo, como el ser jefe o empleado, médico o paciente, camarero o cliente, policía o ciudadano de a pie... Al no constituir rasgos inherentes de cada persona, los roles sociales tampoco se corresponden con propiedades intrínsecas, de modo que su valoración ha de ser aprendida expresamente; de nuevo, hay accesorios externos que hacen visibles los roles sociales (uniformes, togas, insignias...). Su propia naturaleza explica que los roles varíen de una situación a otra: por ejemplo, quien en una situación es jefe con respecto a sus empleados, puede ser paciente con respecto a un médico, o ciudadano común con respecto a un representante de la ley.

Los roles sociales pertenecen, por tanto, al nivel de representación que clasifica al interlocutor en situaciones de intercambio estereotípicas e institucionalizadas, tales como las que definen los guiones. Los

roles sociales crean expectativas precisas con respecto a los derechos y obligaciones de los participantes dentro de las diferentes situaciones. Estas expectativas son también representaciones que determinan la manera en que se producen y se interpretan los intercambios lingüísticos, y configuran, por tanto, otros aspectos de la representación del entorno que hay que tener en cuenta a la hora de caracterizar la adecuación comunicativa.

Tanto si se trata de diferencias inherentes como de distinciones sociales, interesa subrayar que todas ellas tienen validez e importancia solo en la medida en que cada cultura les atribuye un papel en su modelo de organización social: es el refrendo tácito de la colectividad el que convierte a estos factores en elementos relevantes (Searle 1995).

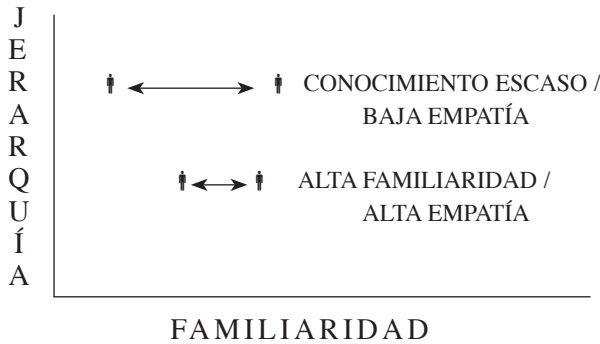


4.2.2. El eje de familiaridad

La *familiaridad* ocupa el eje horizontal y mide la distancia personal (Poole 1927) entre dos interlocutores, basada en dos parámetros independientes de la jerarquía:

- El grado de *conocimiento previo*: dos personas que se conocen mucho o desde hace mucho tiempo tienen una relación más familiar que dos desconocidos.
- El grado de *empatía*: dos personas que, por diferentes motivos, simpatizan, tienen también una relación más cercana que dos que no lo hacen, con independencia de otros factores, como el grado de conocimiento previo.

Por su propia naturaleza, la relación suele ser siempre simétrica: tanto si la distancia depende del conocimiento previo como de la empatía, lo normal es que la relación se perciba de modo análogo por las dos partes. Esta dimensión de la distancia se representa sobre el eje horizontal a partir de su centro:

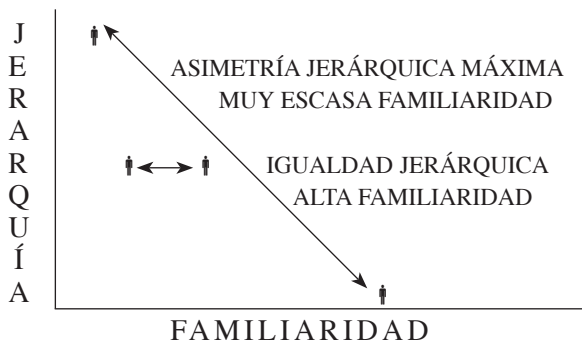


Cuanta más familiaridad haya entre dos interlocutores, más cercanos estarán los puntos que los representan en la dimensión horizontal, y cuanto más cercanos estén dos participantes entre sí, mayor será la confianza entre ellos.

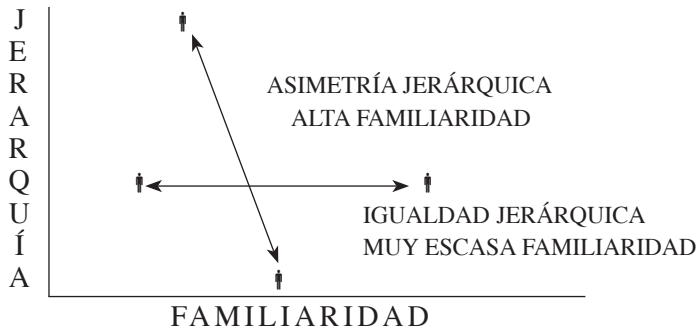
4.2.3. La combinación de las dos dimensiones

La combinación de los dos ejes permite, pues, situar a los participantes como diferentes puntos en un plano, según los lugares relativos que ocupen con arreglo a las dos dimensiones que hemos comentado. Dos puntos muy alejados tanto en el eje de jerarquía como en el eje de familiaridad indican una interacción con mucha distancia; dos puntos muy próximos, en cambio, sugieren una interacción cercana.

El siguiente esquema muestra dos casos extremos –pero no por ello poco frecuentes–: aquel en el que tanto la distancia vertical como la horizontal son máximas (interlocutores con asimetrías en el eje de la jerarquía y con nula familiaridad), y aquel en que hay una distancia mínima (simetría en el eje vertical y cercanía en el horizontal).



Puede darse también la situación contraria, es decir, aquella en la que la distancia en los dos ejes apunta en direcciones opuestas: puede haber mucha distancia en el eje vertical pero muy poca en el horizontal, como, por ejemplo, si un jefe y su empleado se conocen desde hace tiempo; o puede haber poca diferencia jerárquica y escaso conocimiento previo, como ocurre entre dos nuevos compañeros de trabajo de igual rango. La mayor parte de las interacciones representan casos intermedios.



A pesar de que el cálculo de todas las variables pueda parecer complejo, un hablante competente que ha adquirido las pautas imperantes en su cultura es capaz de tomar en cuenta todas las variables y ajustarse a las circunstancias del interlocutor de manera natural y sin esfuerzo aparente... En cambio, el cálculo se hace trabajoso e inseguro cuando los hablantes se enfrentan a la interacción en una cultura diferente, cuyas pautas de clasificación social no se dominan suficientemente.

4.3. Relaciones sociales y expectativas comunicativas

Aunque los parámetros que determinan la distancia social no son de naturaleza lingüística, hay al menos dos sentidos en los que los factores sociales condicionan el comportamiento lingüístico: en primer lugar, hay muchas elecciones lingüísticas que están determinadas por la distancia social estimada con respecto al interlocutor; en segundo lugar, hay aspectos de la relación social que crean expectativas precisas sobre la forma y los contenidos de los enunciados.

4.3.1. Distancia social y distancia lingüística

La razón por la que el cálculo de la distancia social interesa a los lingüistas es que condiciona muchos aspectos del uso de la lengua. Efectivamente, la distancia social determina la distancia lingüística que se establece entre los interlocutores: cuanto mayor es la distancia social, mayor es también la distancia lingüística que se espera ver reflejada y que se manifiesta, fundamentalmente, en la elección de fórmulas de tratamiento, en la elección de un léxico más formal y también, aunque, en menor medida, en la pronunciación y en la construcción sintáctica.

En buena parte de las culturas se produce una traslación más o menos metafórica entre los dos ejes, de tal manera que el eje de jerarquía se utiliza como modelo para el eje de familiaridad, como si plegáramos el esquema por su diagonal y proyectáramos el eje vertical sobre el horizontal. Esto quiere decir que las formas de tratamiento que se utilizan para marcar distancia entre desconocidos son típicamente las

mismas que se emplean para marcar que el interlocutor es jerárquicamente superior.

La asimetría se manifiesta también en la necesidad de reflejar la distancia lingüística: la deferencia se expresa necesariamente por parte del jerárquicamente inferior, que debe usar siempre formas de respeto; el superior, en cambio, utilizará las formas de respeto o las de familiaridad en función de otros parámetros situacionales. De todos modos, hay que recordar que la dimensión de jerarquía no es la única que determina las elecciones lingüísticas, por lo que es necesario contar también con las tendencias que derivan de la posición relativa de los participantes con respecto al eje de familiaridad, por un lado, y de la situación, por otro.

El ejemplo más conocido de condicionamiento social sobre las elecciones lingüísticas es, sin duda, el de la elección de las formas de tratamiento. En español contamos con una forma de familiaridad (*tú*) y otra de respeto (*usted*). El hecho de que la concordancia de la forma de respeto sea de 3.^a persona constituye una manifestación evidente de la expresión de distancia: a la persona a la que se muestra deferencia se le habla como si no fuera el interlocutor, sino alguien más alejado. Como se vio en las secciones anteriores, las relaciones entre los interlocutores no se reducen a la esquematicidad de dos polos, sino que hay toda una variedad de combinaciones de jerarquía y familiaridad. El reparto de las dos formas de que dispone el español entre la multiplicidad de relaciones posibles responde a criterios muy sutiles, no siempre fáciles de enumerar, y a preferencias personales.

Cuando la distancia es análoga en las dos dimensiones, la situación es sencilla. Si hay mucha separación, se recurre a las formas lingüísticas que reflejan más distancia: se prefieren las formas de tratamiento de deferencia y la interacción no suele tocar temas privados. Cuando la distancia es poca, hay una marcada preferencia por las formas de tratamiento de familiaridad, por la posibilidad de abordar asuntos y temas personales, por el mayor grado de emotividad que puede usarse en la interacción... Por ejemplo, el uso de “tacos” es más frecuente en las situaciones de mayor familiaridad; también los chistes aparecen con mucha más libertad entre interlocutores con un alto grado de conocimiento previo.

Las cosas se vuelven más complejas cuando la distancia en los dos ejes no es equiparable, es decir, cuando hay mucha distancia en el eje vertical pero muy poca en el horizontal; o viceversa, cuando hay poca diferencia jerárquica pero escaso conocimiento previo. En estos casos, se produce un conflicto entre las tendencias asociadas a cada uno de los ejes. Como ejemplo de la primera situación podemos considerar el caso de un jefe y un empleado que llevan muchos años trabajando juntos: quizá mantienen la diferencia jerárquica en el tratamiento (el jefe llama por el nombre de pila al empleado y puede utilizar tanto la forma de familiaridad como la de respeto; el empleado trata al jefe con formas de respeto), pero los temas que pueden abordar son personales (interesarse por la familia, por sus actividades...); o quizá el conocimiento de

años ha pesado más que la jerarquía, y su relación sigue las pautas que marca la familiaridad (ambos se tutean).

Ante el conflicto de tendencias, los hablantes recurren a diferentes estrategias: muchos se esfuerzan conscientemente por evitar el uso directo de fórmulas de tratamiento (que harían inmediatamente manifiesta una elección concreta sobre la distancia social) y recurren a expresiones impersonales, que resultan menos comprometedoras; otros adoptan soluciones de compromiso, en la que se integran formas híbridas.

Es sencillo comprobar que los contenidos precisos de esta distinción son propios de cada cultura. Baste pensar, por ejemplo, en las diferencias que hay entre lenguas y culturas tan cercanas como la española, la italiana y la francesa en la distribución de estas formas. Por ejemplo, ¿qué forma de tratamiento eligen los padres que llevan a sus hijos al médico y se encuentran en la sala de espera con otros padres en la misma situación? Se trata de un intercambio marcado por un nulo conocimiento previo y por una absoluta igualdad jerárquica (basada en la identidad de roles). En España, lo habitual es dar prioridad a la igualdad de roles y utilizar la forma *tú*, mientras que en Italia o en Francia se marca la ausencia de conocimiento previo con las formas de respeto *Lei* y *Vous*. Esto muestra que los principios sociales que rigen la elección de estas formas son muy diferentes en cada caso. El no ajustarse a las expectativas puede tener consecuencias negativas en la percepción del otro.

Hay lenguas, como el inglés, que no disponen más que de una forma pronominal de 2.^a persona, que sirve para dirigirse a cualquier interlocutor. Se ha dicho en ocasiones que estas lenguas resultan más igualitarias y democráticas. Hay que tener en cuenta, sin embargo, que estas lenguas recurren a otros procedimientos para reflejar la distancia social: en inglés, la diferencia está no en el pronombre, sino en el apelativo, con el contraste entre usar el nombre de pila (*John*), que equivale a la forma de familiaridad, o el apellido (*Mr. Campbell*), que es la forma de respeto.

Conviene enfatizar, de todas formas, el carácter cultural, y no lingüístico, de las representaciones sobre la distancia social. No es difícil comprobar que diferentes variedades geográficas de una misma lengua manifiestan tendencias distintas: por ejemplo, en la situación de igualdad jerárquica y poca familiaridad, es muy probable que los hablantes peninsulares den prioridad a la igualdad sobre el conocimiento previo, mientras que los de muchos países de América del Sur harían lo contrario. Se dan también cambios históricos en la manera de concebir las relaciones: hasta hace no demasiado tiempo, en muchas zonas los hijos utilizaban la forma de tratamiento de respeto para dirigirse a sus padres; el cambio que se ha producido no afecta a las formas lingüísticas, sino fundamentalmente a la manera de asociarlas a las correspondientes relaciones sociales.

Una parte de las elecciones lingüísticas puede estar más o menos convencionalizada socialmente. En estos casos, el no ajustarse a las expectativas puede ser fuente de conflictos. Es famoso el episodio del *Lazarillo de Tormes* que su tercer amo, el escudero, le cuenta a Lázaro:

—[...] un día deshonré en mi tierra a un oficial y quise poner en él las manos, porque cada vez que le topaba, me decía: «Mantenga Dios a vuestra merced». «Vos, don villano ruin –le dije yo–, ¿por qué no sois bien criado? ¿'Manténgaos Dios', me habéis de decir, como si fuese quienquiera?» [...]

—¿Y no es buena manera de saludar un hombre a otro –dije yo–, decirle que le mantenga Dios?

—[...] A los hombres de poca arte dicen eso; mas a los más altos, como yo, no les han de hablar menos de: «Beso las manos de vuestra merced», o por lo menos: «Béseos, señor, las manos», si el que me habla es caballero.

(*La vida de Lazarillo de Tormes*, tratado tercero)

Las elecciones no se reducen a las fórmulas de tratamiento. También afectan al léxico. Por ejemplo, a un niño se le puede preguntar por sus *hermanitos* –con ese uso del diminutivo que se suele llamar afectivo–, y cuando se le habla de *papá* o de *mamá*, se está haciendo referencia a los progenitores del niño y no a los del hablante: ninguna de estas posibilidades parece disponible al dirigirse a un adulto.

4.3.2. Roles sociales y comportamiento comunicativo

En el capítulo anterior se dijo que los guiones situacionales son estructuras de conocimiento que facilitan la interacción y la comprensión en la medida en que recogen comportamientos recurrentes que permiten tener expectativas razonables sobre el curso de los acontecimientos. Pues bien, de modo semejante, todas las relaciones interpersonales (ser amigos, amantes, colegas, enemigos...; ser padre e hijo, ser jefe y empleado...) llevan también asociada una estructura de conocimiento precisa, a la que Schank y Abelson (1977: 138) llaman *tema* y que permite hacer “predicciones sobre cómo una persona actuará en relación con otra en diversas situaciones”. Cuando se dicen cosas como *Esto no se le hace a un amigo*, se están invocando precisamente las normas que rigen estas relaciones.

La propia naturaleza episódica de los roles hace que la distancia lingüística se mantenga solo mientras dura el estatuto asociado a dicho rol. Por ejemplo, durante las sesiones parlamentarias, los diputados se dirigen unos a otros utilizando el apelativo *Señoría* y la forma de tratamiento de respeto *usted*, formas que constituyen la manifestación lingüística del reconocimiento de su rol social; pero cuando se encuentran en los pasillos, o fuera de la Cámara, utilizan las formas que correspondan en virtud de sus características personales (y del grado de conocimiento previo; cf. § 4.2.2).

Los cambios sociales suelen traducirse, antes o después, en cambios en las pautas lingüísticas. En la elección entre los apelativos *señora* y *señorita* intervenía en principio un rol social: el estado civil de la persona a la que se dirigía dicho apelativo. Este reparto afectaba al femenino, no al masculino: la diferencia entre *señor* y *señorito* no se establece en función del estado civil: el *señorito* no es necesariamente un

hombre soltero, sino simplemente el hijo del *señor*. El hecho de que el estado civil sea un elemento socialmente relevante en el caso de las mujeres pero no en el de los hombres, hace que esta práctica se sienta hoy como discriminatoria y tienda a ser rechazada. Para evitarlo, muchos hablantes motivan la distinción fundamentalmente (aunque no exclusivamente) en una propiedad intrínseca: la edad de la persona a la que se dirige. Este criterio, sin embargo, vuelve a constituir una seria fuente de conflictos. Parece que esto está conduciendo al uso generalizado de *Señora* como forma única de respeto, especialmente en las situaciones más formales y sin que en su elección intervengan consideraciones de edad o de estado civil. Algo semejante ocurre en inglés: tradicionalmente se distinguía entre *Mrs.* (*Mistress*, ‘señora’) y *Miss* (‘señorita’); actualmente ambas se han fundido en la forma única *Ms.*

La relación entre las posiciones sociales y sus manifestaciones lingüísticas es tan estrecha que la historia nos ofrece varios ejemplos de lo contrario: del intento de borrar las diferencias sociales a base de eliminar sus expresiones lingüísticas y unificar las formas de tratamiento. Pero no hace falta remontarse a tiempos lejanos para encontrar estos casos: lo que hoy se conoce como “lenguaje políticamente correcto” representa un movimiento por acabar con diferencias sociales injustas o abusivas. El intento es interesante; pero no debe hacernos olvidar que son las representaciones sociales subyacentes las que deben cambiar, y no solo las manifestaciones superficiales.

4.4. La manipulación de la distancia social: efectos expresivos

En principio, se parte del supuesto de que los hablantes eligen la forma de su enunciado en virtud de las circunstancias que concurren en su interlocutor. Ahora bien, junto a los casos en los que los hablantes simplemente se adaptan a las condiciones más o menos objetivas de un intercambio, hay que considerar también aquellos en los que los hablantes emplean de manera consciente unas formas que en principio no se corresponden con lo esperable. Este desajuste produce efectos comunicativos añadidos.

Considere el siguiente enunciado:

(1) ¿Va el señor a venir al comedor, o le sirvo la cena en sus aposentos?

En esta intervención, la elección del tratamiento y del léxico refleja claramente una relación asimétrica, en la que el emisor se presenta como inferior: fuera de contexto, nos hace evocar inmediatamente una situación en la que un sirviente se dirige a su señor, y, aunque tal vez algo arcaica, resulta perfectamente adecuada.

Imagine ahora que este enunciado lo emite una madre que se dirige a su hijo adolescente. La situación es muy distinta, ya que, según los parámetros imperantes en nuestra cultura, no se dan las condiciones que justificarían este tipo de tratamiento. Se produce, pues, un conflic-

to entre la forma lingüística utilizada y el estatuto de los interlocutores. Y, sin embargo, cualquier hablante nativo percibe de inmediato que no se trata simplemente de un uso equivocado producido por una usuaria incompetente: al contrario, hay una tendencia natural a pensar que se trata de una elección plenamente intencional y consciente, que pretende transmitir, junto con el contenido propio del mensaje codificado, otras representaciones añadidas: en particular, la queja irónica de la madre ante el comportamiento de su hijo, que no actúa en casa como un miembro de la familia que asume sus derechos y obligaciones, sino que se conduce como alguien a quien hay que dárselo todo hecho.

Esta situación pone de relieve que las manifestaciones lingüísticas de la distancia social –como las de cualquier otro parámetro– pueden manipularse intencionalmente con el propósito de producir determinados efectos de sentido.

El mecanismo por el que se recuperan tales efectos no es otro que el de la inferencia. El contenido codificado lingüísticamente y las expectativas creadas por la situación –en particular, en lo que a la expresión de la distancia social se refiere– dan lugar a un desajuste evidente, que no puede ser fruto del desconocimiento o del error; en consecuencia, ese desajuste mismo debe entenderse como un indicio intencional, que invita a explorar las causas por las que ha sido producido. A partir de la representación, necesariamente compartida por los participantes, de que la fórmula evoca una situación de jerarquía, no resulta difícil inferir que esto es precisamente lo que ha querido comunicarse: que el hijo se comporta como si fuera un superior al que hay que servir. Lo que conviene resaltar es que el desajuste debe ser intencional y resultar perceptible para ambos: solo cuando se produce de manera manifiestamente voluntaria, es lícito buscar ese nuevo significado añadido. Para obtener esta interpretación y para explicar cómo se ha producido no es necesario recurrir a ningún instrumento nuevo: es suficiente con manejar conceptos y las distinciones introducidas previamente.

La utilización de formas que reflejan mayor distancia que la que en teoría existe no se asocian necesariamente a situaciones en las que el emisor quiere manifestar su desagrado ante la actitud o el comportamiento de otro, alejándose metafórica y lingüísticamente de él. Es posible obtener también otros efectos: si dos amigos que hace mucho tiempo que no se ven se encuentran casualmente por la calle, no resultaría del todo extraño que uno se dirigiera al otro diciéndole *Hombre, don Emilio González de la Morena. ¡Cuánto tiempo! ¡Qué alegría!* Como el resto del enunciado sugiere, la interacción se mueve dentro de las pautas esperables de la familiaridad y la confianza: el uso de un apelativo formal no debe verse, pues, como un indicativo de falta de familiaridad, sino, tal vez, como un reflejo metafórico –y un tanto humorístico– de la distancia en el tiempo que ha separado los encuentros entre ambos. No es posible, por lo tanto, atribuir un significado de manera mecánica a estos desajustes, sino que la interpretación a que den lugar en cada caso deberá elaborarse inferencialmente teniendo en cuenta otros factores situacionales.

Si existe la posibilidad de mostrar más distancia de la realmente existente, sería esperable que se diera también la situación contraria, es decir, aquella en la que la distancia expresada es menor de lo que cabría suponer. Y, efectivamente, esto es lo que sucede en otras situaciones. Es el caso, por ejemplo, de las discusiones de tráfico: en ellas, los participantes, que no se han visto nunca con anterioridad, recurren con frecuencia al tuteo, a expresiones muy informales y a un léxico vulgar, no para indicar familiaridad, sino para intentar rebajar al contrario al no utilizar con él la deferencia debida. Aquí, de nuevo, el uso de un conjunto de formas inadecuado se utiliza de forma intencional al servicio de los fines polémicos de los interlocutores y solo pretende aumentar el antagonismo y la distancia.

Así pues, la elección de formas de familiaridad o de distancia no solo refleja las relaciones existentes; también se utiliza para crearlas. Otro caso paradigmático es el de las interacciones entre el personal sanitario y los pacientes: en los últimos años se ha extendido el empleo de formas de familiaridad por parte de médicos y enfermeros para dirigirse a pacientes desconocidos y, en ocasiones, de edad avanzada. Este uso no tiene otro propósito que el de derribar las barreras propias de la asimetría de roles sociales entre médico y paciente, y crear, así, un clima de confianza mutua que favorezca la interacción. La solidez con que se asientan las representaciones sociales hace, sin embargo, que muchos de los pacientes no reciban de buen grado ser tratados con una familiaridad que consideran inadecuada a su edad o su situación.

La posibilidad de manejar intencionalmente la expresión lingüística de la distancia social despliega una dimensión más de la competencia comunicativa: a partir de lo que en una cultura se considera un uso adecuado, existe la posibilidad de explotar, intencionalmente y con fines comunicativos concretos, aparentes desajustes e inadecuaciones. Al detectar el desajuste, el interlocutor deberá resolver inferencialmente el problema de cuáles son las intenciones comunicativas que lo justifican. Un hablante competente no es, pues, solo aquel que sabe adecuarse de manera mecánica a las situaciones, sino el que, además, es capaz de valerse eficazmente de las formulaciones que rompen la expectativa con un objetivo comunicativo bien definido.

4.5. Distancia social, comunicación a distancia y participantes colectivos

Cuando se habla de distancia social, suele pensarse en la manera en que la percepción de la distancia social determina las elecciones lingüísticas en las interacciones cara a cara. Sin embargo, hay que recordar que ni todas las interacciones se dan con la co-presencia de los interlocutores en una misma situación espacio-temporal, ni en todas ellas los participantes son unipersonales. Cualquier enfoque de la comunicación debe dar cuenta también de cómo se calcula la distancia social en estas otras situaciones.

La posibilidad de comunicación a distancia y entre participantes colectivos puede suponer un problema para aquellos esquemas de la comunicación que manejan solo elementos visibles; no lo es, desde luego, cuando la relación entre los interlocutores se concibe siempre en términos de representaciones internas. En el modelo que estamos utilizando, las interacciones que se apartan del patrón prototípico de la comunicación cara a cara no representan más que casos adicionales de un único e idéntico modo de entender las relaciones entre participantes y de explicar su incidencia sobre las elecciones lingüísticas.

Consideremos, en primer lugar, el caso de la comunicación a distancia. Las diferentes formas de comunicación escrita, telefónica o electrónica que hoy conocemos pueden poner en contacto a individuos que no tienen acceso perceptible a algunos de los rasgos que permiten establecer la distancia social. Cuando los interlocutores se conocen previamente, utilizan los datos que poseen sobre la otra persona; pero, en ocasiones, la comunicación se produce como primer –y, a veces, único– contacto, por lo que no es posible echar mano de información previa. A falta de esos datos, los interlocutores deben manejar los parámetros de que disponen. Cobran, entonces, especial protagonismo las representaciones estereotípicas y los roles sociales, de modo que la interacción se conduce siguiendo pautas estandarizadas de aplicación muy general: esto es lo que ocurre, por ejemplo, en muchas conversaciones telefónicas en las que se ofrecen servicios o se realizan encuestas.

Y los hechos se hacen aún más complejos cuando consideramos que en algunas formas de comunicación electrónica, como los foros de discusión o las redes sociales, es muy frecuente inventar identidades ficticias, que pueden colocar a los participantes en posiciones sociales diferentes de las que ocupan en la realidad. Lo interesante es que, en todos estos casos, la comunicación se desarrolla siempre siguiendo las representaciones que se asocian a la identidad declarada.

Algo semejante cabe decir sobre las formas de comunicación en las que intervienen colectivos, como ocurre, por ejemplo, en muchas variedades de discurso periodístico, científico o publicitario. En el periodismo, por ejemplo, un grupo de emisores se dirige a un grupo de lectores potenciales: obviamente, no pueden ser tenidas en cuenta las características individuales de cada uno de ellos, pero sí deben considerarse las características del grupo social al que el medio, a través de su línea editorial, pretende dirigirse prioritariamente. Lo que está presente, por tanto, es la representación general que se tiene del grupo de destinatarios, y no sus propiedades observables. Aunque en la prensa diaria o en la televisión el sesgo afecta fundamentalmente al contenido ideológico y a la manera en que se seleccionan las representaciones sobre la realidad, en otro tipo de publicaciones (como las revistas dedicadas a públicos infantiles y juveniles) la elección de las formas lingüísticas refleja mucho más claramente los signos de identidad lingüística del grupo.

En cuanto a los discursos científicos, conviene distinguir entre los especializados y los divulgativos. La diferencia entre ambas variedades arranca de una diferencia social: el discurso especializado se dirige a

colegas (con todo lo que ello implica en relación con el manejo de la terminología propia del ámbito científico de que se trate), es decir, a iguales; el discurso divulgativo, en cambio, se dirige a un público más amplio con respecto al cual el científico está situado en una posición superior en lo que respecta a sus conocimientos de la materia, por lo que debe adaptar su lenguaje al nivel de conocimientos más básico que presume en su audiencia. En estos casos, las elecciones lingüísticas afectan fundamentalmente a los conocimientos de fondo, a los contenidos que se quieren transmitir y al léxico empleado para hacerlo. La propia naturaleza del discurso científico –un tipo de discurso en el que solo tienen cabida los aspectos objetivos y la argumentación a base de pruebas racionales– hace que apenas aparezcan rasgos que aludan a lo personal. Las elecciones se realizan siempre a partir de la imagen estereotípica que el emisor se ha formado acerca de los posibles destinatarios, a los que considera integrantes de un grupo más o menos homogéneo.

La publicidad, por su parte, constituye una forma de comunicación entre una entidad que ofrece un determinado servicio o producto y los posibles clientes que podrían estar interesados, casi siempre con la mediación de una agencia que prepara la campaña publicitaria. Como en cualquier otro caso de comunicación con un colectivo, el mensaje se construye a partir de los rasgos estereotípicos que se atribuyen al grupo social al que se dirige la campaña. Pero la publicidad –al contrario de lo que ocurre en el discurso científico– basa buena parte de su eficacia no en las cualidades objetivas de aquello que anuncia, sino en la identificación afectiva de los posibles clientes con las cualidades positivas y deseables del grupo al que se liga el producto. Los mecanismos empleados en la publicidad ponen, en consecuencia, mucho énfasis en evocar y transmitir representaciones sociales de dicho grupo, incluidas las que tienen que ver con su caracterización lingüística. Estamos, pues, de nuevo, ante un caso de uso de formas que no solo quiere reflejar una situación preexistente, sino que también quiere crearla.

4.6. Conclusión

Las relaciones entre la distancia social y sus manifestaciones lingüísticas son, como se ha visto, algo más complejas de lo que cabría pensar a primera vista. No puede hablarse de una concordancia mecánica entre las propiedades físicas y objetivas de los hablantes, de un lado, y la distancia que se expresa lingüísticamente, del otro: entre ellas media siempre un conjunto de representaciones culturalmente determinado y ampliamente distribuido entre los miembros de una comunidad, que modela la forma en que se concibe al otro y el lugar que ocupa dentro de la escala social. Solo a partir de esta idea es posible explicar toda la variedad de usos y situaciones que pueden darse.

El aspecto más interesante, con todo, es el que tiene que ver con el descubrimiento de regularidades. La noción de distancia social y los

diferentes parámetros con ella asociados proporcionan un marco de referencia universal con respecto al cual entender y explicar las interacciones entre la estructura social y las elecciones lingüísticas. Las normas propias de cada cultura constituyen las representaciones que determinan el comportamiento lingüístico y la interpretación de los enunciados.

5

LOS OBJETIVOS COMUNICATIVOS

El objetivo comunicativo constituye, lógicamente, uno de los factores que con más fuerza determina las propiedades de las señales. Dado que la actividad lingüística no es puramente una reacción refleja a las condiciones del entorno, sino que supone una forma de comportamiento voluntario, la finalidad del intercambio ha de ser decisiva a la hora de construir e interpretar enunciados. La intención puede concebirse como un tipo de estado mental, de representación interna, que guía la actividad comunicativa e influye decisivamente en las elecciones lingüísticas, especialmente tanto en la elección de los medios que puedan adecuarse mejor a los fines perseguidos como en las estrategias empleadas en la interpretación.

5.1. Intenciones y efectos

De acuerdo con el enfoque defendido en estas páginas, comunicarse es una forma de comportamiento por el que un individuo trata de originar determinadas representaciones en la mente de otro por medio de la producción intencional de una señal. Este enfoque se aparta, como se vio, de la idea más habitual según la cual la comunicación se concibe como el proceso por el que se transmite un mismo contenido de un individuo a otro a base de codificar ese contenido en una señal convencional.

Podría parecer que, en lo que a los objetivos se refiere, la nueva formulación no es más que una versión algo más laxa de la formulación clásica, y comparte con ella el defecto de colocar el énfasis en la transmisión de información, dejando de lado los aspectos prácticos de la comunicación: después de todo, si uno se comunica es para lograr algo. Desde esta perspectiva, es frecuente considerar que el objetivo de la comunicación es obtener algún tipo de respuesta o de reacción por

parte del destinatario. Por ejemplo, se podría pensar que, si alguien pregunta *¿Qué hora es?*, la comunicación ha tenido éxito si el emisor obtiene de su interlocutor la respuesta esperada. ¿Quiere esto decir que habría que cambiar la definición anterior para dar cabida no solo a la transmisión de información, sino también a la petición de acciones, como, por ejemplo, la de responder?

Para aclarar este extremo, hay que reflexionar sobre la diferencia entre intención y efecto. El que el destinatario actúe de la manera que el emisor pretendía –en este caso, proporcionando la información solicitada– es importante desde diferentes puntos de vista, incluyendo la relación personal de los interlocutores; sin embargo, no es una propiedad esencial para caracterizar el proceso comunicativo en sentido estricto. Después de todo, satisfacer las necesidades del interlocutor constituye un tipo de actividad totalmente diferente de la actividad comunicativa: de igual modo que iniciar la comunicación no es un acto mecánico y reflejo, sino el resultado de la voluntad intencional de un agente, también el cumplimiento de las acciones solicitadas es voluntario. El destinatario, aunque haya interpretado adecuadamente el enunciado, no está mecánicamente sujeto a la necesidad de cumplir con lo que se le pide, sino que puede decidir consciente y voluntariamente no hacerlo. En consecuencia, obtener o no el efecto deseado (en el presente caso, que el destinatario decida o no facilitar la información solicitada) no puede convertirse en un criterio para determinar si la comunicación ha tenido éxito.

Desde el punto de vista del proceso comunicativo, lo que el emisor quiere conseguir siempre es que, a partir del procesamiento de la señal, se produzcan ciertos cambios en el sistema de representaciones del destinatario; uno de los componentes centrales de estas nuevas representaciones es que el interlocutor reconozca su intención de comunicar algo. Así pues, aunque es cierto que intuitivamente en el ejemplo anterior la intención más llamativa es la de solicitar una respuesta, está claro también que la respuesta solo puede darse una vez que el destinatario ha formado en su mente el conjunto de representaciones que el emisor quería transmitirle, en particular, la representación de que a él le resulta deseable saber qué hora es. La intención de que se reconozca este objetivo se denomina *intención comunicativa*. La intención comunicativa es prioritaria ya que supone una condición previa para cualquier otro tipo de respuesta, sea esta verbal o no verbal (Sperber y Wilson 1986/1995: Cap. 1, §6). Y no solo eso: una vez que el emisor ha producido su señal, resulta manifiesto y evidente para ambos que su intención comunicativa se ha transmitido. Así pues, este es el objetivo comunicativo básico y constituye un requisito previo para la consecución de otros objetivos comunicativos más específicos, como se verá más adelante.

5.1.1. Objetivo: transmitir conjuntos de representaciones

De acuerdo con este enfoque, al interpretar un enunciado en la mente del destinatario no se origina simplemente un duplicado exacto del contenido codificado en la señal, sino que se forma todo un conjunto de

representaciones asociadas, que funcionan en diferentes niveles. Por ejemplo, ante la afirmación *Juan es simpático* hecha por María, el destinatario se forma, al menos, tres representaciones diferentes:

- La primera es que el individuo llamado Juan pertenece al conjunto de las personas simpáticas; se trata de una *representación proposicional* básica *p* que refleja un estado de cosas.

p: [Juan es simpático]

- La segunda es que este contenido corresponde a una creencia del emisor: en este caso, recoge un estado mental de María y corresponde a una representación de segundo orden (es decir, una *metarrepresentación*), ya que contiene la primera como constituyente:

[María cree que [Juan es simpático]]

- La tercera es que el emisor tiene la intención de comunicarle esta creencia suya; corresponde también a un estado intencional, el de informar de un determinado contenido, y añade un nivel ulterior de metarrepresentación, ya que toma como objeto la segunda representación.

[María quiere comunicar que [María cree que [Juan es simpático]]]

Cada una de estas representaciones supone un nivel diferente. Las dos primeras forman parte del conjunto de representaciones que el emisor pretende comunicar con su enunciado, es decir, de su *intención informativa*; la tercera recoge la *intención comunicativa* (Sperber y Wilson 1986/1995: Cap. 1, §§ 6, 11 y 12).

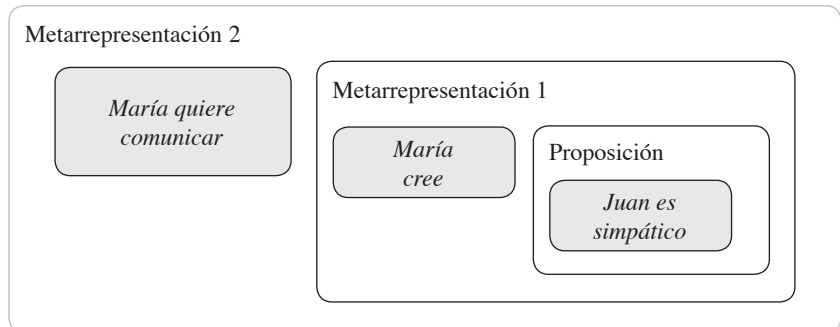


Fig. 1. Representaciones y metarrepresentaciones.

Lo interesante es que estos niveles constituyen la estructura abstracta, básica e invariable de cualquier conjunto de representaciones que se forman en la mente del destinatario. De este modo, se obtiene una nueva generalización sobre el funcionamiento de la actividad comunicativa. Efectivamente, en el ejemplo en el que el emisor pregunta la hora podemos reconocer estos mismos elementos: el contenido proposicional básico *p* corresponde a una fórmula como *Son las x horas*, donde la variable *x* representa la incógnita y ocupa el lugar de las respuestas

posibles; el estado mental del emisor es, en este caso, no de creencia, sino de deseo de saber. Los dos primeros niveles forman la intención informativa; la intención comunicativa es informar de su deseo de saber qué hora es. En cada situación comunicativa podrá haber luego otras intenciones más concretas, como conseguir que el destinatario crea lo mismo y solicitar de él una respuesta informativa, pero ello no modifica la estructura general.

5.1.2. Objetivo: obtener representaciones semejantes

En cuanto a los contenidos de las representaciones que se originan en la mente del destinatario, conviene recordar que no es necesario –seguramente, porque ni siquiera es posible– que sean idénticas en todos sus aspectos a las que el emisor tenía inicialmente. Para que se considere que la comunicación ha tenido éxito, basta con que las representaciones que el destinatario construye sean lo suficientemente semejantes a las que el emisor quería originar como para producir los mismos efectos. Por ejemplo, si alguien afirma *Juan es simpático*, no es necesario que la interpretación del destinatario recupere todos y cada uno de los matices que en la mente del emisor tiene la atribución a Juan de la cualidad de ser simpático; es suficiente con que para el destinatario se active el conjunto de representaciones y de expectativas que por defecto se asocian con las personas simpáticas (de acuerdo con los esquemas de cada grupo social): de haber querido que las representaciones fueran otras, el emisor debería haber utilizado otra expresión. El destinatario activa, en principio, las representaciones comunes asociadas a la estructura de conocimiento que relaciona con los términos utilizados y las completa a base de la información contextual disponible. Esto significa que la relación entre las representaciones del emisor, las que forma el destinatario y las que codifica la señal son de semejanza y no de identidad absoluta. El emisor persigue que los efectos cognitivos sean los mismos: por ejemplo, en el presente caso –y en ausencia de otros datos en contra–, el emisor comunica que entre sus creencias está la de que Juan es simpático, y puede hacerlo con la intención de que el destinatario lo crea también. Si el destinatario lo cree, sus actitudes hacia Juan serán probablemente las que se tienen con las personas que se consideran simpáticas. Pero, nuevamente, el destinatario, aunque haya comprendido el mensaje, no está obligado a aceptar ciegamente esta nueva información como una creencia propia. La comunicación como proceso termina donde termina la interpretación del destinatario.

5.1.3. El impacto cognitivo de las representaciones

Las representaciones así formadas pueden tener diferentes tipos de impacto cognitivo, en función del efecto que producen cuando se integran con el sistema de representaciones del destinatario (Sperber y Wilson 1986/1995: § 2.7). La diversidad de efectos cognitivos puede organizarse en tres categorías diferentes:

- la adición de nuevas representaciones que antes no poseía: los contenidos recuperados suponen la incorporación de información nueva al conjunto de representaciones del destinatario;
- la modificación de algunas de sus representaciones: las representaciones comunicadas pueden confirmar y reforzar o, por el contrario, debilitar o eliminar algunas representaciones preexistentes cuando las nuevas representaciones le resultan fiables;
- la derivación de nuevas representaciones a partir de la interacción de los supuestos previos con la información nueva.

Por ejemplo, la afirmación de que Juan es simpático puede suponer una completa novedad para el destinatario (que no conoce previamente a Juan) o puede reforzar su idea previa sobre Juan (al que solo ha visto una vez y del que no tiene más datos); puede entrar en contradicción con su propia impresión al respecto o puede permitir al destinatario atar cabos y deducir que en realidad a María le gusta Juan.

El impacto cognitivo no se limita a los efectos de la información proposicional. También las representaciones de segundo orden pueden tener estos mismos efectos: por ejemplo, el hecho de que el emisor presente el contenido proposicional como una creencia suya –y no el contenido mismo de esa creencia– puede suponer la adición, la modificación o la eliminación de alguna representación previa.

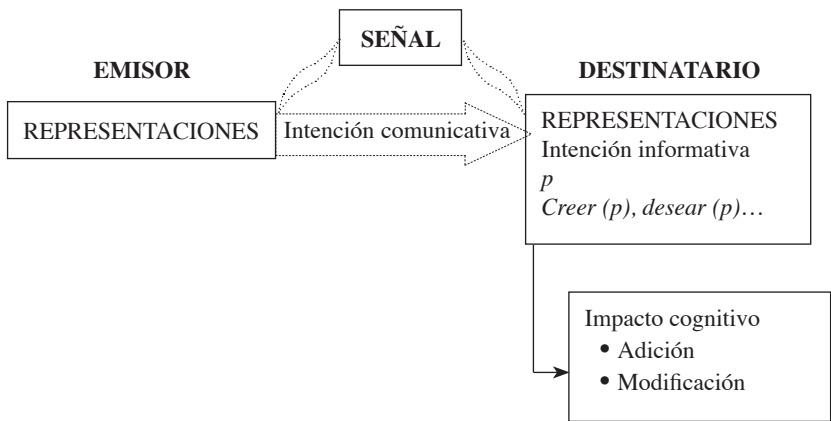


Fig. 2. Intención comunicativa, intención informativa e impacto cognitivo.

El anterior constituye un esquema general sobre las relaciones entre las representaciones del emisor y del destinatario, y las de ambas con la señal utilizada. Este esquema es aplicable a cualquier intercambio comunicativo y constituye una más de las regularidades que pueden identificarse en el proceso de comunicación. Pero ciertamente este enfoque es muy abstracto. Obviamente, ni el propósito con el que el emisor intenta originar las representaciones en la mente del destinatario es el mismo en todos los casos, ni el impacto que estas representaciones tienen en él es idéntico. Es necesario detallar algo más los objetivos

comunicativos: ¿con qué propósito concreto se comunica el emisor?, ¿cuál es el efecto que produce en el destinatario?

5.2. Actos de habla y fuerza ilocutiva

Considere los siguientes ejemplos:

- (1) a. Juan viene
- b. ¿Viene Juan?
- c. Juan, ven.

Es fácil notar que los tres hacen referencia a un determinado individuo (*Juan*) del que se predica una determinada acción (*venir*). Pero más allá de esta similitud, entre las tres expresiones hay diferencias notables. Cualquier hablante diría intuitivamente que el primer ejemplo corresponde a una afirmación; el segundo, a una pregunta, y el tercero, a una orden. Cada uno tiene, en principio, un objetivo distinto.

Esto muestra que, al producir un enunciado, el emisor realiza un cierto tipo de acción. Una buena parte de la investigación pragmática ha girado en torno a dos nociones diferentes, aunque muy relacionadas: la noción de *fuerza ilocutiva* (Austin 1962) y la noción de *acto de habla* (Searle 1969). La idea común que subyace a ambos conceptos es la de que comunicarse es una forma de actividad. La emisión de un enunciado constituye un *acto de habla*. En un acto de habla pueden identificarse tres tipos diferentes de actos, lógicamente distinguibles, pero que se suelen llevar a cabo simultáneamente:

- *Acto de enunciación*: es el acto físico de emitir unidades lingüísticas (fonemas, morfemas, palabras, oraciones).
- *Acto proposicional*: es el acto de hacer referencia a entidades y predicar algo de ellas. La referencia y la predicación tienen manifestaciones gramaticales típicas: la forma típica de referir es mediante expresiones nominales, como los nombres propios, los pronombres y los sintagmas nominales definidos; los predicados nominales y verbales, por su parte, expresan la predicación. Es posible analizar en abstracto las propiedades formales de las proposiciones en cuanto entidades, sin considerar sus condiciones de emisión, como hace la Semántica oracional, pero en este caso se está analizando la proposición y no un acto de habla: realizar un acto proposicional es llevar a cabo una actividad concreta, ligada a unas condiciones de emisión concretas. Solo cuando un emisor ha conectado referencia y predicación (típicamente en la forma de la conexión entre un sujeto y un predicado) ha llevado a cabo el acto proposicional.
- *Acto ilocutivo*: es el acto global que el emisor lleva a cabo al emitir un enunciado con una intención concreta (afirmar, preguntar, ordenar...). Los actos ilocutivos, como actos globales, constituyen la unidad mínima de la comunicación (Searle 1969; Searle y Vanderveken 1985: Cap. 1) y se caracterizan por una unidad intencio-

nal y un objetivo único. La realización de un acto proposicional conlleva siempre, necesariamente, la realización de algún tipo de acto ilocutivo, pero para que haya un acto ilocutivo no es necesario que haya un acto proposicional. Un acto ilocutivo no es, pues, una unidad gramatical, ya que puede tener o no estatuto proposicional: puede ser más simple o puede ser lingüísticamente más complejo, con constituyentes menores. Los ejemplos de (2) son muestras de esta diversidad:

- (2) a. ¡Zas!
- b. ¡La ventana!
- c. Oye, ahora que vas a la cocina, ¿me traes un vaso de agua? Es que me tengo que tomar la pastilla...

El ejemplo de (2a) es un acto ilocutivo sin contenido proposicional, ni referencia ni predicación; en la expresión de (2b) se hace referencia a una entidad pero no hay predicación, y (2c) es un acto ilocutivo formado por varias proposiciones. Los actos ilocutivos no existen en abstracto, sino que son dependientes del contexto, de la situación y de las intenciones del emisor.

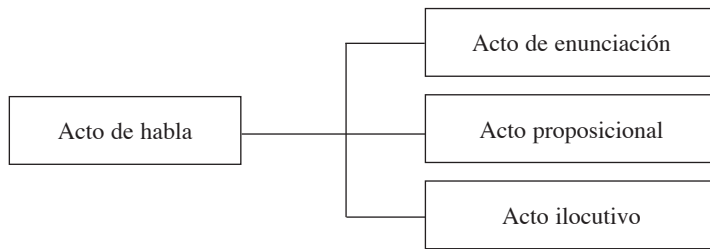


Fig. 3. Componentes de un acto de habla.

Los ejemplos de (1) coinciden todos ellos en contenido proposicional pero difieren en *fuerza ilocutiva*, es decir, en la intención o la finalidad con la que se lleva a cabo el acto (Austin 1962: conf. VIII). Difieren también en algunos aspectos de su estructura gramatical (orden de palabras, modo verbal, entonación...), que dan lugar, entre otras cosas, a modalidades oracionales diferentes: enunciativa, interrogativa, imperativa... Aunque es frecuente que las afirmaciones se hagan por medio de oraciones declarativas, que las preguntas se formulen mediante oraciones interrogativas o que las órdenes se expresen en imperativo, las relaciones entre modalidad gramatical y fuerza ilocutiva no son directas: la modalidad restringe significativamente las posibilidades ilocutivas de una expresión, pero no las determina de manera mecánica.

5.2.1. Componentes de la fuerza ilocutiva

La lengua común dispone de muchos términos con los que etiquetar y describir diferentes intenciones comunicativas, es decir, nombres para

caracterizar la fuerza ilocutiva de los actos de habla: *informar, solicitar, prometer, ordenar, adular, advertir, amenazar...* Repasando un diccionario, seguramente se encontrarían varios centenares de términos. La pregunta que cabe hacerse es si resulta posible reducir esta variedad a algunas clases más simples.

Para empezar, es fácil advertir que estos términos recogen distinciones que afectan a dimensiones diferentes. Por ejemplo, imagine que alguien tiene la intención de que su interlocutor lleve a cabo una determinada acción. Para esta intención ilocutiva, hay varios nombres: *pedir, solicitar, ordenar, sugerir, exigir...* Lo que los hace diferentes no es tanto la finalidad o la intención básica, sino otros parámetros. Así, la distinción entre *solicitar* y *ordenar* tiene que ver fundamentalmente con el tipo de relación jerárquica que haya entre los interlocutores: el emisor que solicita algo, lo hace desde una posición de inferioridad (o, al menos, de no superioridad), mientras que quien ordena algo lo hace desde una posición de poder; *pedir* resulta, en principio, un término neutro a este respecto...

Ello indica que la noción de fuerza ilocutiva es, en realidad, una noción compleja, que puede analizarse en componentes más simples. Searle (1975, 1995) y Searle y Vanderveken (1985: Caps. 1 y 5) identifican los siguientes:

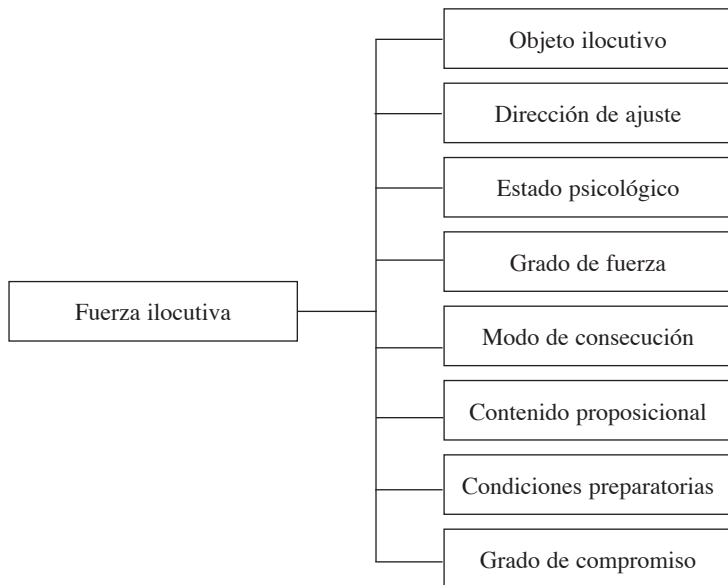


Fig. 4. Componentes de la fuerza ilocutiva (Searle y Vanderveken 1985).

El *objetivo ilocutivo* es el propósito o la intención con que se lleva a cabo un determinado acto. Es el más importante de los componentes de la fuerza ilocutiva y representa la condición esencial de realización del acto. Así, una aseveración tiene como objetivo decir cómo son las cosas; una orden pretende que el destinatario realice una determinada acción, y una promesa expresa un compromiso del hablante de hacer

algo. El objetivo ilocutivo de una orden y de una petición es el mismo (que el destinatario lleve a cabo una determinada acción), pero la fuerza ilocutiva es diferente, porque hay otros componentes que permiten distinguirlos. El objetivo resulta esencial en la realización del acto y no debe confundirse con los efectos que se persiguen: si el emisor hace una afirmación y el destinatario no la cree, ello no modifica ni invalida su objetivo. El objetivo ilocutivo es también lógicamente independiente de otros propósitos secundarios: por ejemplo, al hacer una afirmación uno puede pretender informar, parecer inteligente o simplemente mantener la conversación.

La *dirección de ajuste* entre las expresiones lingüísticas y el mundo es el componente que permite distinguir entre aquellos actos ilocutivos que persiguen reflejar estados de cosas, y aquellos otros en los que se intenta cambiar el mundo. En el primer caso, las palabras deben ajustarse a cómo es la realidad que describen, y la dirección de ajuste se concibe como descendente (↓). En el segundo caso, es la realidad externa la que debería cambiar para adaptarse a lo que las palabras establecen, y la dirección de ajuste se considera ascendente (↑). La dirección de ajuste deriva directamente del objetivo ilocutivo y permite establecer un contraste nítido entre las aserciones, las descripciones o las explicaciones (que pretenden ser un reflejo de los estados de cosas), de un lado, y las peticiones o las promesas (que proponen cambios futuros en la realidad), de otro. Es importante señalar que la dirección de ajuste no prejuzga ni la verdad de las afirmaciones ni el cumplimiento de las peticiones o las promesas. Como se dijo anteriormente, la falsedad de una afirmación o el incumplimiento de una promesa no constituyen hechos comunicativos en sí mismos, ni modifican la naturaleza ilocutiva de los enunciados.

El *estado psicológico expresado* establece las *condiciones de sinceridad* del acto ilocutivo, es decir, los requisitos que se imponen sobre el estado psicológico del emisor al realizarlo. Así, al hacer una afirmación, el emisor expresa su creencia con respecto al contenido que afirma. De modo semejante, al hacer una promesa, el emisor manifiesta su intención de cumplirla. Es interesante notar que el estado expresado no tiene que coincidir necesariamente con el estado real del emisor: en ese caso, el acto se realiza, aunque sea de manera insincera.

El *grado de fuerza* con que se persigue el objetivo ilocutivo constituye otra dimensión que permite distinguir entre ilocuciones semejantes. Por ejemplo, insinuar, afirmar y jurar tienen el mismo objetivo básico (aseverar un contenido proposicional), pero el grado de fuerza característico en cada uno de los casos es diferente.

El *modo de consecución* del objetivo ilocutivo tiene que ver con las condiciones que se requieren en el emisor para lograr el objetivo. Por ejemplo, para poder dar una orden es necesario que el emisor se encuentre en una cierta posición de autoridad con respecto al destinatario y que invoque dicha posición para lograr sus objetivos. Del mismo modo, la diferencia entre afirmar y testificar radica en la diferente condición del emisor: para poder testificar es necesario afirmar en calidad

de testigo. La posición relativa de los interlocutores en la escala social y los roles sociales desempeñados por cada uno de ellos constituyen otra de las dimensiones relevantes.

El *contenido proposicional*, aunque es diferente de la fuerza ilocutiva, también está sometido a ciertas restricciones en función del tipo de acto de habla. Por ejemplo, para que un enunciado cuente como una promesa, su contenido proposicional debe versar sobre una acción futura del emisor: no se puede prometer realizar una acción que ya se ha llevado a cabo. Una disculpa, en cambio, no puede hacerse sobre un evento que no ha sucedido todavía. En consecuencia, un informe y una predicción comparten el objetivo ilocutivo (y seguramente otros parámetros), pero difieren en las condiciones de contenido proposicional que han de satisfacer.

Las *condiciones preparatorias* están constituidas por los estados de cosas que se presuponen o se dan por sentados cuando se lleva a cabo un acto ilocutivo. Por ejemplo, cuando se formula una disculpa, se da por supuesto que la acción (u omisión) sobre la que versa la disculpa es realmente algo malo o negativo; si no es así, el acto de disculparse realmente no tendría sentido. Asimismo, cuando se hace un ofrecimiento, se parte de la base de que aquello que se ofrece es beneficioso o favorable para el destinatario. La diferencia entre una felicitación y la expresión de condolencia tiene que ver también con el modo en que los acontecimientos se relacionan con los intereses del destinatario. Otro tipo de condición preparatoria es la que establece que, si se solicita que el destinatario lleve a cabo una determinada acción, este debe ser capaz (o estar en condiciones) de llevarla a cabo. Cuando un acto ilocutivo se ha llevado a cabo con éxito, se acepta que las condiciones preparatorias estaban satisfechas de antemano. El carácter esencial de las condiciones preparatorias se pone de manifiesto si se piensa que no es posible, por ejemplo, amenazar a alguien y a la vez afirmar que aquello de que se amenaza es positivo para él.

El *grado de compromiso* en relación con las condiciones de sinceridad permite explicar la diferencia entre pedir e implorar: el objetivo ilocutivo y el estado psicológico del emisor son los mismos, pero varía el grado en que se desea lo que se solicita. Este mismo parámetro explica el contraste existente entre un propósito y una promesa.

La relación anterior no tiene pretensiones de exhaustividad; intenta, más bien, mostrar la complejidad de los componentes que integran la fuerza ilocutiva. Pero, sobre todo, pretende ilustrar que los parámetros así identificados proporcionan también criterios más específicos para una clasificación fundamentada de los diferentes tipos de actos ilocutivos.

5.2.2. Tipos de actos ilocutivos

Los actos ilocutivos pueden agruparse en clases relativamente homogéneas a partir de la combinación de los tres primeros componentes seña-

lados en el epígrafe anterior. Efectivamente, el objetivo ilocutivo, la dirección de ajuste y el estado psicológico expresado son los pilares sobre los que se asienta una de las clasificaciones más conocidas. De acuerdo con la propuesta de Searle (1975) y Searle y Vanderveken (1985), existen cinco tipos básicos de actos ilocutivos:

- *Asertivos* (o *representativos*). El objetivo de esta clase de actos es presentar una proposición como un reflejo del estado de cosas del mundo al que se refiere el enunciado (que puede ser el mundo real o un mundo imaginado). Al hacerlo, el emisor se compromete con la verdad de la proposición expresada. La clase de los actos asertivos comprende ilocuciones como afirmar, referir, explicar, informar... Dado que el emisor pretende reflejar el estado de cosas del mundo, la dirección de ajuste es descendente (es decir, las palabras han de ajustarse al mundo). El estado psicológico expresado y la condición de sinceridad correspondiente son los de creencia. Así pues, la fuerza ilocutiva de los actos representativos está formada por tres rasgos básicos: el carácter asertivo (indicado convencionalmente como \vdash), la dirección de ajuste (\downarrow) y el estado psicológico de creencia (B, del inglés *belief*); estos indicadores inciden sobre el contenido proposicional (p). Los tres componentes se combinan en la siguiente fórmula: $\vdash\downarrow B(p)$. Los demás componentes permiten establecer ulteriores distinciones dentro de esta clase: el grado de creencia, por ejemplo, diferencia las afirmaciones de las conjeturas.
- *Directivos*. El emisor pretende que el destinatario lleve a cabo una determinada acción, esto es, que dé lugar al estado de cosas representado por el contenido proposicional. Esta clase incluye actos como ordenar, pedir, rogar, aconsejar, recomendar, insistir... Este objetivo ilocutivo se representa convencionalmente por medio del signo de admiración (!). La dirección de ajuste es ascendente (\uparrow), ya que es el mundo el que debería ajustarse a lo que las palabras establecen. El estado psicológico expresado es el de deseo (W, del inglés *want*). Además de estos tres componentes, los actos directivos tienen como componente indispensable una condición sobre el contenido proposicional, que debe ser una acción futura del destinatario (el destinatario hace la acción A: *d hace A*). La fórmula resultante es $!\uparrow W(p); p = (d hace A)$. A estos requisitos esenciales se les pueden añadir algunas condiciones preparatorias (como la capacidad del destinatario de realizar el acto).
- *Compromisivos*. El emisor manifiesta su compromiso (que puede representarse por C, del inglés *commitment*) de realizar una determinada acción futura. A esta clase pertenecen actos como los de prometer, asegurar, garantizar, ofrecer... La dirección de ajuste es nuevamente ascendente, ya que el objetivo es cambiar el estado de cosas de acuerdo con lo expresado. El estado psicológico puede etiquetarse como de intención (I). En los actos compromisivos hay una condición de contenido proposicional, que establece que es el

emisor quien tiene que realizar la acción (*e hace A*). La diferencia fundamental entre esta clase y la anterior tiene que ver con quién es el responsable de llevar a cabo el estado de cosas que establece el contenido proposicional: es el destinatario en los directivos y el emisor en los compromisivos. La fórmula de los actos compromisivos es $C\uparrow I(p)$; $p = (e \text{ hace } A)$.

- *Expresivos*. El objetivo ilocutivo es expresar (E) sentimientos y actitudes, es decir, el estado psicológico del emisor en relación con el estado de cosas que especifica el contenido proposicional. A esta categoría pertenecen ilocuciones como felicitar, agradecer, complacerse, disculparse, perdonar, insultar... En los actos expresivos no hay dirección de ajuste, ya que el emisor ni está describiendo estados de cosas del mundo real, ni está proponiendo nuevos estados de cosas. Se dice, en consecuencia, que la dirección de ajuste está vacía, y se representa por medio del símbolo \emptyset . El estado psicológico no es uno específico, ya que hay toda una amplia variedad de posibilidades. En la fórmula se utiliza una variable (Ps) para representarlo. En un enunciado expresivo, la verdad del contenido proposicional no se asevera, sino que se presupone: la reacción emotiva tiene por objeto un estado de cosas preexistente. Además, el contenido proposicional típicamente adscribe una propiedad ya sea al emisor, ya sea al destinatario (*e/d + propiedad*). Los actos expresivos responden, pues, a la fórmula $E\emptyset Ps(p)$; $p = (e/d + propiedad)$.
- *Declaraciones*. Por medio de las declaraciones (D) se producen cambios en el mundo cuando se nombran tales cambios. En otras palabras, al llevar a cabo el acto ilocutivo (y precisamente por el hecho de enunciarlo), se produce la coincidencia entre las palabras y el mundo. Son ejemplos de declaraciones actos ilocutivos como bautizar, casar, inaugurar, dictar sentencia, contratar... Por ejemplo, cuando el celebrante declara a los novios marido y mujer, a la vez describe el nuevo estado y le da origen. La dirección de ajuste en las declaraciones es, en consecuencia, doble, ya que las dos direcciones se dan simultáneamente: el enunciado representa verbalmente el cambio y, al hacerlo, el cambio se produce de manera inmediata. La doble dirección de ajuste se representa por medio del símbolo \updownarrow . En las declaraciones hay una institución social que respalda la autoridad del emisor, quien solo puede llevar a cabo los cambios mientras desempeña la función adecuada. También el rol social del destinatario debe ser el apropiado. Ello explica que en las declaraciones no sea relevante el estado psicológico del emisor, ya que actúa en calidad de su rol social, por lo que la posición correspondiente al estado psicológico está vacía. Dado que se trata de actos institucionalizados, existen fórmulas específicas para realizar este tipo de actos: son las fórmulas de los contratos, las sentencias judiciales, las tomas de posesión, etc. La representación es la siguiente: $D\updownarrow\emptyset(p)$.

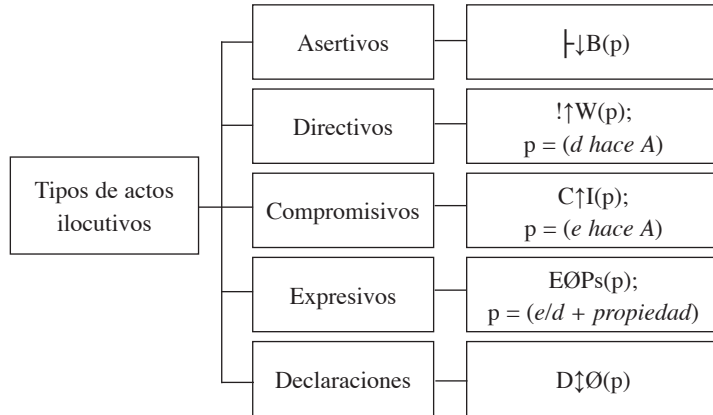


Fig. 5. Tipos de actos ilocutivos (Searle y Vanderweken 1985)

La clasificación anterior ejemplifica una manera de buscar regularidades. La estrategia consiste, en pocas palabras, en reducir la multiplicidad de ilocuciones posibles a base de identificar nociones más primitivas que pueden utilizarse como criterios definitorios. La noción de dirección de ajuste es la que ofrece una respuesta concreta a la pregunta de cuántos tipos distintos de actos de habla hay. Como señalan Searle y Vanderweken (1985: 95),

el hecho de que haya cuatro y solo cuatro direcciones de ajuste posibles [\downarrow , \uparrow , \emptyset y \downarrow], con dos posibles agentes, emisor y destinatario, para realizar la dirección de ajuste que va de las palabras al mundo, proporciona la justificación necesaria para el enfoque según el cual hay cinco y solo cinco objetivos ilocutivos.

Así pues, el resultado es que la combinación de unos pocos parámetros puede dar cuenta de manera adecuada de la amplia variedad de posibilidades y reducir, así, la infinitud de los casos concretos a un número motivado de distinciones básicas.

La clasificación tiene sentido no solo por su valor taxonómico, que ordena toda la diversidad de enunciados en clases manejables; interesa, sobre todo, en la medida en que permite hacer predicciones sobre las diferentes instancias de cada clase. Efectivamente, como se verá más abajo, los diferentes tipos de ilocuciones muestran propiedades lo suficientemente homogéneas como para poder establecer generalizaciones significativas sobre sus propiedades, tanto gramaticales como comunicativas.

5.2.3. Fuerza ilocutiva y estructura gramatical

La clasificación de los enunciados como actos ilocutivos no utiliza criterios de naturaleza gramatical, ni debe equipararse mecánicamente con distinciones de tipo gramatical. Es fácil mostrar que una misma

expresión puede emitirse con diferentes objetivos comunicativos (y producir, de paso, diferentes tipos de efectos). Consideremos los ejemplos de (3):

- (3) a. Los alumnos llevarán uniforme.
 b. ¿Por qué no le pones un lazo?

La oración de (3a) es gramaticalmente declarativa o enunciativa. En función de las circunstancias en las que se utilice, (3a) puede contar como la simple descripción informativa acerca de un estado de cosas futuro y, en consecuencia, realizar un acto asertivo o representativo; o puede ser un acto directivo, si se emite como una orden o una recomendación; podría concebirse también como la expresión del compromiso de un hablante, que se hace responsable de que en el futuro el estado de cosas sea efectivamente el descrito. Y lo mismo cabría decir de (3b): siendo formalmente interrogativa, puede funcionar como una pregunta que solicita información, o una sugerencia, o una crítica. Así pues, una misma estructura oracional puede vehicular diferentes tipos de fuerza ilocutiva.

La falta de correspondencia entre modalidad y fuerza se comprueba también en la dirección contraria. Una misma intención ilocutiva puede transmitirse por medio de diferentes modalidades oracionales. Por ejemplo, en las circunstancias apropiadas, todas las expresiones de (4) pueden utilizarse para insistir en una petición:

- (4) a. Te he dicho que me pongas un café. (declarativa)
 b. Ponme ya ese café. (imperativa)
 c. ¿Dónde está ese café que te he pedido? (interrogativa)

Estos ejemplos muestran, pues, que no hay una correspondencia sistemática entre tipos oracionales y fuerza ilocutiva. La razón es clara: la fuerza ilocutiva no es una propiedad inherente de las oraciones en cuanto entidades gramaticales abstractas, sino de los enunciados como usos concretos de expresiones lingüísticas en situaciones concretas. La fuerza ilocutiva no deriva solo de la modalidad oracional, sino que es resultado de la utilización de una expresión lingüística en unas circunstancias concretas; la fuerza ilocutiva no se descodifica, sino que se recupera inferencialmente a base de integrar datos lingüísticos y extralingüísticos.

Esto no significa, por supuesto, que la modalidad oracional sea totalmente indiferente, ni que debemos abandonar toda posibilidad de relacionar tipos oracionales con fuerza ilocutiva. Al contrario, las modalidades oracionales constituyen el ejemplo más claro de cómo las propiedades gramaticales de una oración condicionan la interpretación de un enunciado a base de imponer condiciones precisas que restringen de manera significativa su potencial ilocutivo; estas condiciones son, como veremos a continuación, bastante más abstractas de lo que suele imaginarse.

La forma lingüística, sin embargo, restringe significativamente el potencial ilocutivo de las expresiones. Las diferentes modalidades oracionales constituyen el ejemplo más claro de cómo las propiedades

gramaticales de un enunciado condicionan la interpretación de un enunciado.

Regresemos a los ejemplos de (1). Todos ellos comparten un mismo contenido proposicional y difieren, en cambio, en su modalidad oracional. Ello indica que en una oración podemos distinguir dos componentes principales: el indicador de modalidad y el contenido proposicional.

ORACIÓN	MODALIDAD	CONTENIDO PROPOSICIONAL	INDICADOR DE MODALIDAD	REPRESENTACIÓN
<i>Juan viene</i>	Declarativa	VENIR (Juan)	Decl	Decl [VENIR (Juan)]
<i>Juan, ven</i>	Imperativa		Imp	Imp [VENIR (Juan)]
<i>¿Viene Juan?</i>	Interrogativa		Int	Int [VENIR (Juan)]

Tanto el contenido proposicional como el indicador de modalidad forman parte de los contenidos codificados lingüísticamente. La proposición aporta las representaciones conceptuales y la manera en que se conectan entre sí. ¿Cuál es la contribución del indicador de modalidad? Ya hemos señalado que no es la de codificar la fuerza ilocutiva de manera directa, sino restringir el abanico de posibilidades interpretativas. Pues bien, siguiendo las propuestas de Wilson y Sperber (1988), podemos concebir las marcas de modalidad como instrucciones que imponen condiciones a la expansión y el enriquecimiento del contenido codificado.

Consideremos primero el caso de las oraciones imperativas. Los ejemplos de (5) evocan situaciones discursivas en que la misma modalidad oracional adquiere fácilmente fuerzas ilocutivas diferentes:

- | | |
|---|--------------------------|
| (5) a. Cierra la ventana. | Orden |
| b. —¿Puedo abrir la ventana?
—Abre, abre. | Permiso |
| c. —¿Para ir a la estación?
—Gire a la izquierda y luego siga recto... | Indicaciones |
| d. Visite a su dentista dos veces al año. | Recomendación |
| e. ¡Cúrate pronto! | Expres. de buenos deseos |
| f. ¡Venga, pégame! ¡Inténtalo si te atreves! | Reto |
| g. ¡Imprime de una vez! (dicho al ordenador) | Deseo |

La manera de aunar todo este amplio abanico de posibilidades, de usos y de valores, consiste en buscar qué es lo que tiene en común, para tratar de encontrar el significado básico que podemos atribuir a las marcas lingüísticas de la modalidad imperativa. Si observamos con detenimiento los ejemplos y sus interpretaciones, veremos que todos comparten dos rasgos de significado: en primer lugar, todos ellos presentan el contenido proposicional como algo potencial (es decir, no un estado de cosas dado, sino un estado de cosas posible); en segundo lugar, todos presentan ese estado de cosas como algo deseable. La propuesta de Wilson y Sperber (1988) es, entonces, que la modalidad imperativa

codifica una instrucción interpretativa: considerar el contenido proposicional como algo potencial y deseable.

Imp (p) → (p) es potencial y (p) es deseable

La instrucción es lo suficientemente general como para poderse desarrollar y enriquecer de formas diferentes en función de otros parámetros comunicativos.

El carácter potencial suele asociarse con el hecho de que el destinatario se siente directamente interpelado e inducido a hacer realidad la situación deseable a la que se refiere el contenido proposicional. Este es, efectivamente, el caso en (5a-d) y (5f), que se interpretan típicamente como actos directivos. Sin embargo, este no es un requisito necesario, ni forma parte del contenido codificado. El ejemplo (5e) muestra que es posible utilizar la modalidad imperativa con verbos no agentivos (es decir, con predicados que no se hallan bajo el control del sujeto): en este caso, la fuerza ilocutiva no es la de un acto directivo, sino la de un acto expresivo por medio del cual el emisor transmite qué estado de cosas potencial le resultaría deseable. Y en el caso de (5g) no hay realmente un destinatario humano que pueda hacer realidad el estado de cosas deseable.

En cuanto al carácter deseable, la formulación anterior no especifica para quién es deseable el estado de cosas potencial descrito. En los ejemplos (5a) y (5g), parece que es al emisor a quien favorece la realización de la acción (y, por lo tanto, es la persona para la que será deseable). En (5b-d), parece que quien se beneficia fundamentalmente es el destinatario; de hecho, el imperativo se produce como respuesta a una petición explícita por su parte. En (5e), probablemente la curación del destinatario es deseable para ambos; y en (5f), por último, el cumplimiento no es deseable para ninguno.

Finalmente, el tipo de relación entre los interlocutores también incide en la conceptualización final de cada enunciado como un tipo de acto u otro. En los ejemplos (5a-b) y (5d), se presume una cierta superioridad jerárquica del emisor sobre el destinatario, bien de carácter personal, bien institucional; esta diferencia no se da en los demás casos y, por ello, la interpretación recupera una fuerza ilocutiva diferente.

Todos estos hechos indican, pues, que la modalidad imperativa no codifica una fuerza ilocutiva de tipo directivo; lo que hace es transmitir una instrucción interpretativa bastante más abstracta que impone condiciones y requisitos sobre cómo inferirla. Por eso la modalidad imperativa es compatible con un amplio abanico de fuerzas ilocutivas. Es la integración inferencial de esta instrucción abstracta con otros datos (lingüísticos, situacionales y contextuales) lo que permite derivar interpretaciones diferentes. Y ello muestra, además, que las etiquetas con que nos referimos a cada una de estas interpretaciones no se corresponden con nociones simples, sino que resultan de la combinación de varios factores. Los parámetros relevantes para entender las relaciones entre modalidad imperativa y fuerza ilocutiva pueden resumirse en la siguiente tabla:

	Control del destinatario	Deseable para el emisor	Deseable para el destinatario	Distancia social	Fuerza directiva	Interpretación
<i>Cierra la ventana</i>	+	+	-	E>D	+	Mandato
<i>Abre, abre</i>	+	-	+	E>D	+	Permiso
<i>Gire a la izquierda</i>	+	-	+	E/D	+	Instrucción
<i>Visite a su dentista</i>	+	-	+	E>D	+	Recomendación
<i>Cúrate pronto</i>	-	+	+	E/D	-	Buenos deseos
<i>Venga, pégame</i>	+	-	-	E/D	+	Reto
<i>Imprime de una vez</i>	-	+	-		+	Deseo

El mismo tipo de estrategia puede emplearse para identificar la contribución a la interpretación de las demás modalidades oracionales. Consideremos ahora las oraciones interrogativas.

- (6) a. ¿Has visto a Juan? Pregunta genuina
- b. [Profesor a alumno] ¿Qué río pasa por Madrid? Prog. de examen
- c. [Conferenciante a auditorio] ¿Cuáles son las consecuencias de este enfoque? Organiz. expositiva
- d. [A uno que llega tarde] ¿Quién se ha dormido hoy? Crítica
- e. —Me ha tocado la lotería
 —¿Te ha tocado la lotería? Expres. de sorpresa

Las situaciones evocadas por los contextos en estos ejemplos permiten distinguir diferentes tipos de intenciones ilocutivas. De nuevo, no parece adecuado pensar que estas interpretaciones están codificadas en la modalidad interrogativa, sino que resultan de la combinación inferencial de lo codificado con otros parámetros contextuales.

Las oraciones interrogativas presentan una peculiaridad con respecto a las imperativas: las interrogativas contienen siempre una incógnita y, en consecuencia, no dan lugar a proposiciones completas, sino a funciones proposicionales (es decir, a proposiciones incompletas por contener una variable). En consecuencia, las interrogativas no presentan estados de cosas, sino plantillas de proposiciones, que se completan una vez que se proporciona la respuesta. Pues bien, de acuerdo con el enfoque que estamos siguiendo, el significado común y abstracto que codifica la modalidad interrogativa es que la representación proposicional completa (es decir, una vez añadida la información que resuelve la incógnita) es deseable.

Int (p) → (p) es deseable

De nuevo, la instrucción codificada no especifica para quién es deseable la respuesta, ni tampoco en qué sentido es deseable: en el caso de la

pregunta genuina (6a), la respuesta es deseable para el emisor, que la ignora; en el caso de la pregunta de examen (6b), el profesor que la emite no ignora la respuesta, pero la respuesta es deseable para él porque le permite decidir si el alumno sabe o no. Las interrogativas como (6c) usadas para ordenar o hacer avanzar el discurso son deseables para el destinatario, que tiene que añadir dicha cuestión a su conjunto de representaciones para poder seguir el hilo argumentativo del discurso. Tampoco hay ignorancia en el caso de la interrogativa retórica de (6d): ambos interlocutores conocen la respuesta, de modo que plantear la pregunta crea una ficción que funciona como una crítica o un recordatorio. Las interrogativas que expresan sorpresa explotan una conceptualización diferente.

Las condiciones que hay que tomar en consideración al interpretar un enunciado interrogativo resultan ser, pues, bastante complejas y hacen intervenir expectativas precisas ligadas a las situaciones comunicativas (diálogo informal, interacciones didácticas), expectativas sobre roles sociales (profesor/alumno...), estimaciones y expectativas sobre lo que los interlocutores saben o no, etc. El cálculo de la fuerza ilocutiva requiere, pues, computar muchos parámetros diferentes, que, sin pretensión de exhaustividad, quedan recogidos informalmente en la siguiente tabla:

	Deseable para el emisor	Deseable para el destinatario	Distancia social	Emisor conoce la respuesta	Destinatario sabe la respuesta	Interpretación
<i>¿Has visto a Juan?</i>	+	-	E/D	-	+	Pregunta
<i>¿Qué río pasa por...?</i>	+	+	E>D	+	+/-	P. examen
<i>¿Cuáles son las consec.?</i>	-	+	E>D	+	+	Org. discurso
<i>¿Quién se ha dormido?</i>	-	+	E=D	+	+	Crítica
<i>¿Te ha tocado la lotería?</i>	+	-	E/D	+	+	Expr. sorpresa

Después de estas consideraciones, la interpretación que se da a la modalidad declarativa debería ser fácil de anticipar. Una oración declarativa presenta el contenido proposicional como una descripción de un hecho, de un estado de cosas de un mundo real o imaginario.

Decl (p) → (p) es un estado de cosas

La gama de efectos interpretativos que se pueden obtener a partir de esta base es muy amplia: la expresión de creencias y de situaciones que se dan por hechas es una de ellas. De hecho, cualquier intención ilocutiva puede presentarse de forma declarativa. Los efectos interpretativos que esta elección produce son muy complejos y quedan fuera del alcance de estas páginas. En cualquier caso, es la integración de factores no lingüísticos lo que permite esa variedad de interpretaciones.

Podemos generalizar, pues, las reflexiones hechas hasta ahora. Las modalidades oracionales y sus indicadores gramaticales funcionan como operadores semánticos que actúan sobre un contenido proposicional y lo presentan como parte del mundo real, de un mundo potencial o de un mundo deseable. Las diferentes fuerzas ilocutivas que asociamos con los diversos tipos oracionales son desarrollos inferenciales de un mismo y único contenido semántico. Cada uno de los diferentes usos depende de la manera en que se especifique contextualmente la instrucción codificada y de factores externos acerca de la situación y de las relaciones entre los interlocutores. De este modo, hemos obtenido una nueva generalización, que permite entender mejor las relaciones entre los aspectos lingüísticos y no lingüísticos.

Los ejemplos anteriores han puesto de relieve que no puede establecerse una correspondencia constante entre modalidades oracionales y fuerzas ilocutivas. Ello confirma que la fuerza ilocutiva no es una propiedad ligada exclusivamente a los tipos de expresión lingüística utilizada, sino el producto de la combinación de varios factores: es la interacción entre el conocimiento lingüístico y el conocimiento extralingüístico lo que nos permite caracterizar la contribución como perteneciente a un tipo de acto de habla u otro.

Es cierto que, en ocasiones, la asociación entre forma lingüística y fuerza ilocutiva se ha vuelto tan estrecha que casi es imposible desligarlas. Es lo que ocurre, por ejemplo, con fórmulas como *¡Buenos días!*, *¡Que aproveche!* o *Le acompaño en el sentimiento*: efectivamente, es difícil encontrarles otro uso que no sea el de saludo matinal, el saludo durante la comida o la expresión de condolencia. Este tipo de enunciados en los que existe una asociación casi del todo convencionalizada entre formulación lingüística y acto de habla realizado, reciben el nombre de *rutinas conversacionales* (Ajimer 1996) y representan, en cierto modo, una excepción.

5.3. Interacciones entre actos ilocutivos y distancia social

Los objetivos comunicativos establecen diferentes tipos de relaciones con los otros parámetros que configuran la comunicación: la manera en que se conceptualice un determinado enunciado depende del propósito que se persiga, pero está también en función de la situación y el medio. Pues bien, una de las interacciones más interesantes es seguramente la que se produce entre los objetivos y la distancia social. Por un lado, la distancia social existente entre los interlocutores determina la manera en que se interpreta una misma expresión, hasta el punto de que el acto ilocutivo resultante se etiqueta con denominaciones diferentes. De hecho, en muchas ocasiones, las diferencias entre los actos integrantes de una misma categoría se establecen en función del modo de consecución, que incluye aspectos de la relación entre los interlocutores. Considérese el siguiente ejemplo:

(4) ¡Venga, sigue tirando!

Parece que se trata, en principio, de un acto directivo. Ahora bien, dentro de esta categoría, no es difícil imaginar situaciones en las que esta misma secuencia se pueda emplear con fines comunicativos muy diversos: puede ser una orden, o un grito de ánimo, o un reto, o una amenaza encubierta... Para considerarlo una orden, es necesario que el emisor ocupe una posición jerárquica superior. En la situación contraria (aquella en la que el emisor es jerárquicamente inferior), ya no se conceptualiza el enunciado como una orden, sino más bien como una súplica o un ruego. Si la relación fuera de igualdad jerárquica, se entendería, seguramente, como un consejo o una sugerencia... Y las distinciones podrían ser más sutiles si se tomaran en consideración otros factores. Esto indica que denominaciones como *orden*, *ruego* o *sugerencia* no representan nociones simples, sino derivadas de la interacción entre objetivo comunicativo y la representación de la distancia social.

Pero las relaciones entre objetivos y distancia social no se limitan a reflejar las relaciones preexistentes: también pueden modificarlas. Está claro que no todos los actos tienen las mismas repercusiones sobre el destinatario, por lo que no resulta sorprendente que algunas de esas repercusiones puedan tener incidencia (positiva o negativa) sobre la relación entre los participantes. Considere la siguiente pareja de enunciados:

- (5) a. Te voy a dar una tila.
 b. Te voy a dar un puñetazo.

Desde el punto de vista de su estructura, son idénticos. En lo que respecta al tipo básico de acción que realizan, podrían caracterizarse como actos compromisivos, ya que en ambos se expresa la intención del emisor de realizar una determinada acción para el destinatario. Y, sin embargo, son muy diferentes en un sentido: el primero es un ofrecimiento, que se presume beneficioso para el destinatario, y el segundo, una amenaza. No parece necesario insistir en las repercusiones de uno y otro enunciado en la relación entre los interlocutores.

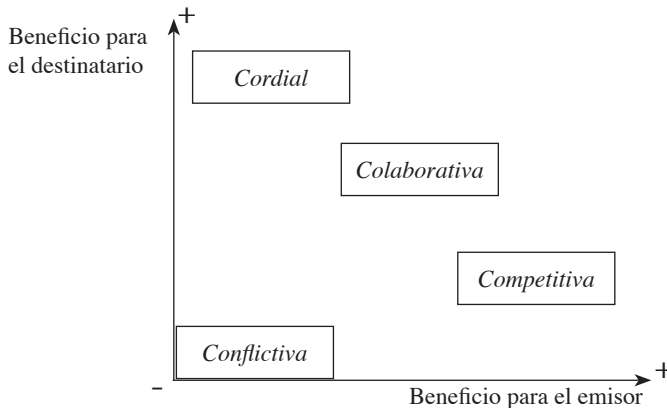
El criterio que se ha utilizado para establecer esta distinción no es otro que el de la relación coste/beneficio para los interlocutores. En igualdad de condiciones, cuanto más beneficio represente una determinada acción para el destinatario, más se favorecen las buenas relaciones: la relación se mantiene o se hace más cercana; esto supone, habitualmente, un cierto coste para el emisor. Paralelamente, cuanto menor sea el beneficio para el destinatario, más se propicia el distanciamiento.

Pues bien, cuando se toma este criterio como base, pueden distinguirse, siguiendo a Leech (1983: 5.1), cuatro categorías de ilocuciones:

- *Cordiales*: son aquellas acciones que apoyan (o mejoran) la relación social, esto es, las que suponen un beneficio para el destinatario y, en ocasiones, un coste para el emisor. El resultado es que favorecen o apoyan la buena relación social. Se trata de ilocuciones como las de agradecer, felicitar, saludar, ofrecer, invitar...

- *Colaborativas*: son las acciones que resultan indiferentes para la relación social, ya que en ellas no hay un desequilibrio claro entre coste y beneficio para los interlocutores. Pueden incluirse en esta categoría ilocuciones como afirmar, informar, anunciar...
- *Competitivas*: son las ilocuciones que pueden poner en peligro la relación social, ya que suponen un beneficio para el emisor y un coste para el destinatario. Pertenecen a este grupo acciones como las de preguntar, pedir, ordenar...
- *Conflictivas*: son aquellas acciones dirigidas frontalmente contra la relación entre los interlocutores y que pretenden acrecentar la distancia o destruir las relaciones existentes. Se incluyen en esta categoría actos ilocutivos como los de amenazar, acusar, maldecir...

En consecuencia, la interacción entre objetivos comunicativos y distancia social suele medirse de acuerdo con dos escalas contrapuestas en las que se coloca cada acto con respecto a la relación entre coste y beneficio, tanto desde el punto de vista del emisor como desde el del destinatario.



Esta clasificación es independiente de la de los tipos de actos ilocutivos básicos, porque responde a un criterio distinto, pero se cruza con ella: por ejemplo, entre los actos directivos, los hay que intentan favorecer la relación, como los consejos; los hay que resultan indiferentes, como las instrucciones; los hay que resultan conflictivos, como las peticiones o las órdenes, y los hay que van contra la relación, como las imposiciones. Lo mismo cabría decir con respecto a las demás categorías.

5.3.1. Actos ilocutivos, relaciones sociales y forma lingüística

La clasificación anterior interesa porque el estatuto de cada tipo de ilocución en relación con la distancia social determina de manera muy significativa las propiedades del enunciado, incluida su formulación lingüística.

Los tipos de acciones que ocupan los dos extremos de la escala en la coordenada de beneficio para el interlocutor (es decir, los actos ilocutivos cordiales y los conflictivos) no plantean, en principio, problemas

intrínsecos en lo que se refiere a su formulación lingüística, ya que la propia naturaleza social de la ilocución va en la misma dirección que su objetivo. En ambas clases, la relación social es un parámetro decisivo, dado que el destinatario no solo es quien recibe e interpreta el enunciado, sino que sus cualidades y la actitud del emisor hacia él forman parte esencial de las representaciones comunicadas. En los actos cordiales, la forma lingüística subraya los aspectos positivos del destinatario y la actitud también positiva del emisor hacia él. En las felicitaciones, por ejemplo, se enfatizan las virtudes del destinatario (*¡Eres el mejor!*) y se exageran las actitudes positivas del destinatario (*¡Estoy muy, pero que muy orgulloso de ti!*). En los ofrecimientos se minimiza el coste para el emisor, que se ve compensado por el aprecio hacia el destinatario (*No es ninguna molestia. Estamos encantados de tenerte en casa*).

En el polo contrario se hallan las ilocuciones conflictivas, aquellas en las que, por su propia naturaleza, el emisor se dirige frontalmente contra la relación social. Esta postura se manifiesta en los contenidos proposicionales comunicados, que suponen una evaluación negativa del destinatario (*¡Eres un imbécil!*), y en la actitud que hacia él se transmite (*Estoy hasta las narices de ti...*). En las amenazas y los insultos, el emisor rompe a sabiendas las expectativas sociales sobre el comportamiento lingüístico adecuado con el fin explícito de ofender a su interlocutor.

Frente a la subjetividad imperante en los dos tipos de actos ilocutivos anteriores, los actos colaborativos resultan neutros en lo que a su incidencia sobre la relación social se refiere. Sus contenidos versan típicamente sobre cuestiones objetivas y externas, en principio ajenas a los interlocutores o a su relación. Ello explica, por ejemplo, que en los intercambios informativos predominen claramente las estrategias de despersonalización de los interlocutores, que no intervienen como individuos, sino más bien en su papel estereotípico (poseedor de la información, destinatario de la información).

Los actos competitivos, en cambio, representan una situación comunicativa más compleja, en la que el objetivo ilocutivo y la buena relación social pueden ir en direcciones opuestas. En este caso se encuentran muchas peticiones. Efectivamente, el objetivo ilocutivo de una petición es conseguir que el destinatario lleve a cabo una determinada acción que le supone un cierto esfuerzo y que beneficia solo al emisor. Esto puede colocar en una situación difícil a ambos interlocutores: al emisor, porque tiene que solicitar un esfuerzo al destinatario, y al destinatario, porque la petición le pone en una posición en la que, si acepta, se compromete a realizar lo que el emisor le pide y esto le supone un cierto esfuerzo, y, si no acepta, queda, a su vez, en una posición violenta con respecto al emisor. Piénsese, por ejemplo, en lo que supone pedir prestada una cierta cantidad de dinero.

5.3.2. La noción de imagen pública y las estrategias de cortesía

Para explicar esta situación, se recurre a la noción de *imagen pública* (en inglés, *face*, literalmente, ‘cara’). El concepto se relaciona con el

uso que de la palabra *cara* se hace en expresiones comunes como *dar la cara*, *caérsele a uno la cara de vergüenza* o *salvar la cara*. En su versión académica, el concepto proviene de la sociología de Goffman (1955): la *face* es la imagen que uno tiene de sí mismo delineada en términos de atributos que cuentan con la aprobación social.

El término fue adoptado, desde una perspectiva más lingüística, en el trabajo de Brown y Levinson (1978/1987: Cap. 3.1). La imagen pública es la visión de sí mismo que cada individuo tiene y que quiere proyectar hacia los demás; está configurada tanto por su posición en la sociedad como por sus rasgos individuales (Spencer-Oatey 2008). En esta imagen pueden identificarse dos facetas distintas: por un lado, el deseo de autonomía, de independencia, de libertad de acción, de no verse supeditado a otros; por otro, el deseo de afiliación, de ser apreciado por los otros y de ser considerado como un miembro del grupo. Estas dos tendencias contrapuestas (independencia y afiliación) reciben, respectivamente, la denominación de facetas *negativa* y *positiva* de la imagen. La imagen es frágil y vulnerable, y por ello requiere de una atención constante.

Pues bien, en las acciones que, como las peticiones, entran en conflicto con la relación social, se ven comprometidas a la vez la faceta negativa de la imagen del destinatario, ya que su necesidad de libertad de acción se ve limitada por el emisor, que le pide algo, y la faceta positiva de la imagen del emisor, que quiere seguir gozando del aprecio del destinatario, a pesar de que, al pedirle algo, está contrariando la libertad de acción de aquel. En estos casos, la elección adecuada de los medios que se empleen para llevar a cabo el acto de habla resulta decisiva, ya que pueden contribuir de manera muy notable a reducir o mitigar el impacto negativo en el destinatario y a salvaguardar la imagen del emisor.

Obsérvense las expresiones de (6):

- (6) a. Un boli.
- b. Te cojo el boli.
- c. Préstame un bolígrafo.
- d. ¿Me prestas un bolígrafo?
- e. ¿Hay por ahí un bolígrafo?
- f. ¿Podría prestarme un bolígrafo, por favor?
- g. ¿Sería tan amable de prestarme un bolígrafo un momentito, por favor?

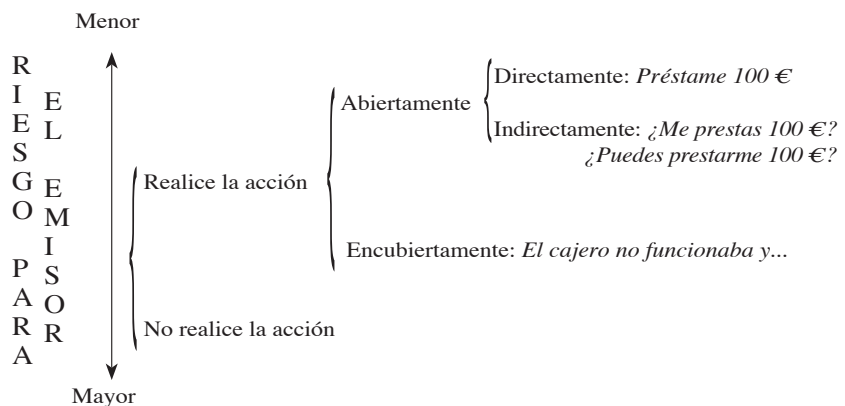
Todas ellas podrían estar al servicio de una misma meta comunicativa: la de pedir prestado un bolígrafo. Difieren, sin embargo, en dos aspectos cruciales: por un lado, en el tipo de distancia lingüística que reflejan; por otro, en el diferente grado de mitigación que favorecen los recursos lingüísticos. Con respecto a la distancia lingüística que reflejan, las formulaciones (6 a-d) ejemplifican diferentes versiones dentro de las formas de tratamiento de familiaridad, (6 e) utiliza una formulación neutra y (6 f-g) se mueven en la dimensión de las formas de deferencia.

Lo que interesa ahora es el segundo aspecto: en cada una de ellas, la petición se ha efectuado considerando diferentes grados de imposición

y tratando de mitigarlos. En el caso de (5 a) no se percibe ninguna imposición ni se echa mano de recursos lingüísticos especiales para contrarrestarla, lo que sugiere una situación en la que la petición se ha conceptualizado como una acción poco conflictiva; algo semejante ocurre en (5 b-c). Pero, a medida que se avanza en los ejemplos, se van viendo diferentes muestras de los recursos lingüísticos que se emplean en español para atenuar el potencial impositivo de las peticiones: el recurso a la forma interrogativa supone un paso habitual para marcar un cierto distanciamiento de la petición. A este recurso se suman otros, como la adición de fórmulas fijas, como *por favor*, el uso metafórico de la distancia verbal (con el empleo de formas de posibilidad), el uso de verbos modales, el empleo de minimizadores, como *un momentito...*

Si en los ejemplos anteriores se sustituye el objeto que se pide prestado (por ejemplo, *el bolígrafo* por *el coche*), enseguida las formas lingüísticas empleadas para hacer la petición se volverán seguramente más complejas para minimizar el mayor grado de imposición: la forma más simple *El coche se sentiría*, sin duda, como prepotente y descortés, incluso en la situación de máxima familiaridad (y siempre se vería como una orden o una exigencia, más que como una petición). En todos los casos, seguramente se añadiría alguna justificación (*Es que el mío se ha estropeado...*), quizá se ofrecería algo a cambio (*Si me lo prestas, otro día te invito a cenar*) o se recurriría a apelativos que enfatizaran la familiaridad... No es posible detallar aquí todos los diferentes recursos y los valores que típicamente se asocian con cada uno de ellos (cf Brown y Levinson 1978/1987; Haverkate 1994; Escandell Vidal 1995, 1996; Spencer-Oatey 2008): lo que interesa destacar es que, cuanto más impositiva se perciba una petición, más probabilidades hay de que se use un mayor número de recursos para mitigarla.

Las observaciones anteriores pueden generalizarse recurriendo al esquema propuesto por Brown y Levinson (1978/1987: 69), en el que se recoge la relación entre el riesgo de deterioro en la relación social desde el punto de vista del emisor y el tipo de recurso empleado:



5.4. La estructura interna de los actos de habla

Como se ha señalado antes, los actos de habla son unidades comunicativas, y no unidades gramaticales. Un acto de habla puede ser complejo y presentar una estructura interna que contenga diferentes elementos, entre los que se produce una relación jerárquica. Las peticiones constituyen, seguramente, la categoría de acto ilocutivo mejor estudiado, en parte debido a los problemas que pueden acarrear a la relación social. Dentro de las peticiones pueden identificarse tres tipos de componentes básicos (Blum-Kulka, House y Kasper 1989: 275-277):

- *Apelativos (Alerters)*: son elementos de apertura que sirven para atraer la atención del destinatario.
- *Núcleo*: es la unidad mínima que puede realizar el tipo de acto deseado.
- *Apoyos (Supportive moves)*: son secuencias externas al núcleo que modifican el impacto (positivo o negativo) del acto de habla.

La siguiente tabla muestra algunos de los elementos que suelen aparecer en las peticiones.

ELEMENTOS DE UNA PETICIÓN

Apelativos	Título o función: <i>Profesor</i> Apellido, nombre, apodo: <i>González, Pepe</i> Término tierno, término ofensivo: <i>Cariño, idiota</i> Pronombre: <i>Tú</i> Elemento para llamar la atención: <i>¡Oiga!, ¡Perdone!</i>	
Núcleo	Perspectiva	Hacia el oyente: <i>Puedes hacer...</i> Hacia el hablante: <i>Puedo hacer...</i> Impersonal: <i>Se puede hacer...</i>
	Estrategia	Modalidad imperativa: <i>Quítese</i> Realizativo explícito: <i>Le estoy pidiendo que se quite</i> Realizativo modificado: <i>Debo pedirle que se quite</i> Deseo: <i>Me gustaría que se quitara</i> Sugerencia: <i>¿Qué tal si se quitara?</i> Condición preparatoria: <i>¿Está libre el sitio de su izquierda?</i> Indirecta: <i>No veo</i>
	Modificadores	Mitigadores Interrogativo: <i>¿Me llevas?</i> Negación: <i>No podrás llevarme...</i> Aspecto: <i>Me estoy preguntando si podrías llevarme</i> Tiempo: <i>Quería saber si puedes llevarme</i> Marcas de cortesía: <i>Por favor, ¿puedes llevarme?</i> Lítotes: <i>¿Tienes un sitio para mí?</i> Atenuantes: <i>A lo mejor puedes acercarme un poco con el coche</i> Acuerdo: <i>Me llevas y otro día te acerco yo, ¿vale?</i>

		<p>Intensificadores</p> <p>Amplificadores: <i>Arregla ese maldito follón ya mismo</i></p> <p>Repeticiones: <i>¡Vete! ¡Esfúmate! ¡Desaparece de mi vista!</i></p> <p>Énfasis prosódico: <i>Vete de MI casa</i></p> <p>Indicadores de cierre: <i>¡y punto! / ¡y basta!</i></p>
Apoyos	Mitigadores	<p>Preparatorios: <i>Me gustaría pedirte una cosa</i></p> <p>Búsqueda de compromiso previo: <i>¿Me haces un favor?</i></p> <p>Desarme: <i>Ya sé que no te gusta prestar los apuntes, pero...</i></p> <p>Justificación: <i>Es que ayer no pude venir a clase...</i></p> <p>Promesa de recompensa: <i>Si me llevas, yo te pago la gasolina</i></p> <p>Minimizador de imposición: <i>... solo si vas en la misma dirección</i></p>
	Intensificadores	<p>Insulto: <i>Limpia, cerdo asqueroso</i></p> <p>Amenaza: <i>... si no quieres que...</i></p>

El esquema anterior muestra la estructura de una clase de actos directivos. Según cuál sea el tipo de acto realizado, es posible encontrar diferentes componentes jerarquizados (Spencer-Oatey 2008). Por ejemplo, los actos compromisivos muestran una distribución de componentes semejante a la de los directivos, aunque su signo sea diferente. En los expresivos, se observa típicamente una acumulación reiterada de elementos nucleares, acompañada de una proliferación de elementos de apoyo. En los actos representativos, la información suele organizarse en ideas principales y secundarias. Las declaraciones, por último, por su propia naturaleza de expresiones más o menos ritualizadas, tienen una estructura y unos componentes fijos, que deben reproducirse siempre en los mismos términos. En todo caso, cuanto más extenso sea un acto de habla, más compleja será su estructura interna y más diversificadas podrán ser sus partes.

5.5. Los objetivos comunicativos y los textos

Hasta hace apenas unas pocas décadas, la reflexión teórica sobre la lengua se detenía en el nivel de la oración –precisamente allí donde llegan los límites explicativos de la Gramática–, y cualquier tipo de acercamiento a los textos se hacía más bien en la clase de Literatura y siempre con muestras literarias como referentes. La situación ha cambiado extraordinariamente en los últimos años: se habla extensamente de tipologías textuales y de las diferentes clases de textos (textos descriptivos, narrativos, argumentativos...); se habla de las propiedades de los textos (coherencia y cohesión; estructuras básicas); se habla de los

textos que se producen en ámbitos concretos (textos científicos, ensayísticos, publicitarios, periodísticos...) y en situaciones comunicativas concretas (debate, coloquio, entrevista...).

El acercamiento a toda esta amplia gama de variedades textuales no puede hacerse, obviamente, utilizando las mismas herramientas que se emplean en el análisis gramatical. La razón no estriba en que las herramientas de la gramática “se queden cortas”: el paso de la oración al texto (o al discurso) no es un paso cuantitativo (de cantidad de material lingüístico analizado), sino cualitativo: un texto no es una unidad gramatical, sino una unidad de comunicación, y su estudio no debe abordarse como una parte más de la gramática. Solo si se tienen en cuenta los elementos, las representaciones y los procesos que configuran el fenómeno comunicativo, se puede entender lo que de general y de sistemático hay en los textos, su organización y sus propiedades; de lo contrario, resultará difícil trascender lo anecdótico.

5.5.1. Objetivos comunicativos y coherencia

Todo enunciado tiene una finalidad concreta. En las secciones precedentes se han utilizado como ejemplos enunciados muy cortos. Pero no debemos olvidar que un enunciado es una unidad comunicativa, por lo que no tiene límites gramaticales ni de grado de complejidad ni de extensión; por lo tanto, también son enunciados los textos y los discursos. De acuerdo con el enfoque adoptado, los textos no son unidades gramaticales, aunque están hechos con unidades gramaticales; y tampoco su estructura interna es de naturaleza gramatical, aunque para organizarse se valen de elementos gramaticales: los textos son unidades de comunicación.

Si un texto es un tipo particular de enunciado, entonces son de aplicación las reflexiones que hemos hecho acerca del objetivo comunicativo: un texto es una unidad porque, como cualquier enunciado, tiene un propósito comunicativo general, que se traduce en la realización de un determinado acto de habla. Como ocurre en los enunciados más breves, un texto puede tratar de informar, o de expresar un sentimiento, o de formalizar un compromiso, o de inducir a la acción...

Este enfoque tiene implicaciones muy significativas: la coherencia, es decir, la propiedad que nos permite percibir una sucesión de elementos como una unidad, es simplemente una consecuencia natural del hecho de que un texto es un enunciado, una unidad intencional y de objetivo. Por lo tanto, aunque se manifiesta en rasgos formales, la raíz de la coherencia no es formal: no debe buscarse en la estructura del texto, sino en el objetivo que lo anima, esto es, en el propósito que induce al emisor a comunicarse. Por supuesto, la coherencia puede percibirse también en la estructura y en la organización del texto, y manifestarse superficialmente por medio de mecanismos de cohesión, como los marcadores discursivos o las anáforas. Pero la coherencia no es una propiedad, sino un efecto: el efecto de que haya una intención comunicativa única. Efectivamente, desde la perspectiva del emisor, la cohe-

rencia puede verse como el resultado de que haya una idea central que organiza y unifica toda su intervención. Y, desde la perspectiva del destinatario, el supuesto de que el enunciado tiene un objetivo comunicativo determinado es lo que le lleva a suponer que el texto es una unidad y, por lo tanto, que debe resultar coherente: en la interpretación, el destinatario tiene que descubrir cuál es ese nexo común que da sentido a la intervención y unidad a sus partes. Entender cualquier muestra de comunicación, independientemente de su longitud y su complejidad, consiste, pues, en esencia, en ser capaces de construir una representación de su contenido en la que las partes encajen adecuadamente, a partir del supuesto de que existe un objetivo común a todas ellas.

5.5.2. Objetivos comunicativos y tipología textual

Cuando se maneja el modelo clásico de la comunicación, la adscripción de los textos a diferentes categorías (textos descriptivos, narrativos, argumentativos, prescriptivos...) parece una cuestión aparte, totalmente desconectada de la actividad comunicativa, como si se tratara de dos realidades independientes. Sin embargo, una reflexión más pausada pone enseguida de manifiesto que esta desconexión no se justifica: si los textos son muestras de comunicación, una teoría general de la comunicación debe tener algo que decir también acerca de las propiedades de los textos que nos hacen adscribirlos a diferentes categorías. Como hemos visto, el propósito comunicativo determina la coherencia y la estructura interna de los enunciados; sería esperable también que ese mismo propósito determinara en gran medida la categoría a la que adscribimos un texto en su totalidad.

Recordemos que cualquier enunciado tiene como meta básica la de originar un determinado conjunto de representaciones en la mente del destinatario; estas representaciones pueden suponer la adición de nuevas representaciones, o la modificación o la supresión de las ya existentes; a partir de las representaciones originadas, se puede inducir al destinatario a actuar. Pues bien, esto es todo lo que necesitamos para establecer el vínculo entre objetivo comunicativo y tipología textual.

Efectivamente, podemos establecer una primera distinción entre los textos cuyo objetivo es originar representaciones internas y aquellos que, además, demandan una acción del destinatario. Dentro de los primeros podemos, a su vez, identificar dos categorías: la de los que quieren añadir representaciones y la de los que quieren modificar (o eliminar) las representaciones existentes. Logramos, así, un primer esquema que contiene tres categorías. A cada una de ellas le corresponde un tipo de texto:

- Textos informativos: los que tienen como objetivo añadir nuevas representaciones internas. En esta categoría se incluyen, por ejemplo, los textos de tipo didáctico o las noticias de la prensa escrita o audiovisual.
- Textos persuasivos: los que tienen como meta modificar las representaciones internas. Los discursos políticos o los artículos de opinión constituyen muestras características de esta categoría.

- Textos directivos (o prescriptivos): los que persiguen que las representaciones originadas induzcan la realización de determinadas acciones. Están, pues, orientados hacia la obtención de respuestas típicamente no verbales. Los ejemplos más característicos son el de las leyes, las instrucciones de funcionamiento de los aparatos eléctricos o las recetas de cocina.

El objetivo general se convierte, así, en el criterio básico que permite conectar la noción de tipo de texto con las reflexiones más generales sobre la comunicación. A partir de esta primera clasificación, pueden establecerse otras más detalladas. Por ejemplo, en las tipologías habituales se manejan denominaciones como las de textos narrativos, descriptivos y explicativos, que no han aparecido en la clasificación anterior. ¿Tienen cabida en el esquema que estamos proponiendo? Parece que sí. Estos tres tipos de textos son, en realidad, subclases de los textos informativos: efectivamente, todos ellos tienen en común añadir nuevas representaciones. Las diferencias entre ellos no están, pues, en su objetivo general, sino más bien en el tipo de asunto del que tratan:

- Los textos narrativos informan sobre acciones y secuencias de acciones controladas por los humanos, sean reales o ficticias.
- Los textos descriptivos informan sobre las características de entidades (que pueden ser personas, objetos, lugares...), estados (es decir, situaciones estáticas, como el decorado de un teatro) y procesos (acciones y secuencias de acciones no controladas por humanos, como la combustión de un motor).
- Los textos explicativos informan sobre conceptos o relaciones abstractas, como hacen, por ejemplo, las definiciones de un diccionario.

En las tipologías textuales, es habitual también encontrar la denominación de textos ‘argumentativos’. En la clasificación que estamos proponiendo, los textos argumentativos son una subclase particular de textos persuasivos, en la que los motivos para producir la modificación en las representaciones del destinatario se presentan articulados de forma lógica y racional, por medio de datos y hechos objetivos. El criterio utilizado para caracterizarlos alude, por tanto, al tipo de justificación empleada.

Si este es el criterio, entonces hay que considerar que, junto a la persuasión de tipo racional, existe también la persuasión de tipo emocional, es decir, la que apela no a las razones objetivas, sino a motivos subjetivos, que conducen a la identificación con (o al rechazo de) determinadas representaciones: es el caso, por ejemplo, de la persuasión que se vale de halagos o cumplidos, y también de la que emplea amenazas para lograr sus objetivos. Este tipo de enunciados configura una variedad que habitualmente no se tiene en cuenta en las tipologías clásicas y para la que no tenemos una denominación estándar, pero a la que habría que dar cabida en un esquema completo, ya que incluye, por ejemplo, los textos publicitarios.

Efectivamente, la publicidad más actual utiliza como recurso predominante el de la persuasión emocional, basada en la identificación del consumidor potencial con un estereotipo que se considera prestigioso o deseable dentro de un determinado grupo, y con la recompensa psicológica que se deriva de verse incluido en él. Tanto el enfoque como las estrategias utilizadas son, pues, claramente de tipo subjetivo. Conviene notar que la naturaleza subjetiva de este tipo de persuasión está anclada decisivamente en estereotipos sociales, es decir, en conjuntos de representaciones ampliamente compartidas y valoradas positivamente por los miembros de una determinada cultura. Los estudios de mercado se dirigen, precisamente, a conocer cuáles son estas representaciones y cuáles son los comportamientos que se asocian con ellas. Las cosas, sin embargo, no siempre han sido así en el mundo de la publicidad. La historia hace evidente un cambio muy notable en las estrategias de venta. Desde sus inicios hasta hace aproximadamente 30 o 40 años, la publicidad trataba de destacar las propiedades positivas del producto que se anunciaba: apostaba, en cierto sentido, por el de la persuasión racional, ofreciendo razones objetivas para comprar el producto o utilizar el servicio anunciado. En las últimas décadas, se ha vivido un desplazamiento hacia las estrategias de persuasión emocional, en las que lo que pesa son los factores de identificación psicológica (y no las cualidades de los productos).

Los textos directivos, por su parte, pretenden actuar sobre los comportamientos. Lo que los distinguen de los textos persuasivos es que en los directivos no se busca el convencimiento previo del destinatario, sino que simplemente se le señalan pautas de acción, independientemente de que esté o no de acuerdo con ellas. Las leyes representan el ejemplar central dentro de los textos directivos; pues bien, aunque en sus preámbulos las leyes suelen explicar los motivos por los que se dictan, el estar en desacuerdo con dichos motivos no exime del cumplimiento de la ley. De modo semejante, las recetas de cocina y las instrucciones de funcionamiento raramente exponen las razones por las que hay que actuar como se prescribe. En general, la capacidad de prescribir conductas ajenas está limitada a aquellos individuos a quienes la sociedad les reconoce el derecho de hacerlo. Podemos emplear como criterio para establecer diferentes subclases de textos directivos el del tipo de autoridad del emisor que los produce: las leyes emanan de individuos o grupos con roles institucionales precisos; a quienes producen recetas de cocina o instrucciones se les supone la autoridad (privada) que les confiere el conocimiento de la materia.

El objetivo comunicativo permite, pues, establecer el vínculo necesario entre la visión general de la comunicación y la tipología textual: lejos de ser dos temas independientes, las reflexiones hechas sobre el objetivo comunicativo nos proporcionan las herramientas necesarias para diferenciar y caracterizar las clases principales, y su combinación con otros factores hace posible identificar subclases menores. Lo dicho hasta aquí puede quedar resumido en el siguiente esquema:

TIPOS DE TEXTOS	OBJETIVO	CRITERIO		SUBCLASES
TEXTOS INFORMATIVOS	Añadir representaciones	Tipo de tema	Acciones	Narrativos
			Procesos	Descriptivos
			Estados	
			Entidades	
			Conceptos	Explicativos
TEXTOS PERSUASIVOS	Modificar representaciones	Tipo de estrategia	Racional	Argumentativos
			Emocional	(Publicidad)
TEXTOS DIRECTIVOS	Prescribir conductas	Tipo de autoridad	Institucional	(Leyes)
			Conocimiento	(Instrucciones)

Así pues, a partir de algunas nociones sencillas acerca de la finalidad comunicativa, se consigue una justificación motivada de las diferencias principales entre tipos de textos y sus propiedades comunicativas.

6

Procesos semánticos y procesos pragmáticos

En los capítulos anteriores se han presentado repetidamente datos y argumentos a favor de la idea de que la comunicación no puede caracterizarse apelando a un único tipo de proceso de codificación y descodificación, sino que en ella intervienen también decisivamente amplios conjuntos de representaciones públicas y privadas, individuales y colectivas, que se entrelazan con la información lingüística en procesos de producción intencional de indicios y de interpretación inferencial de dichos indicios. Debemos ahora abordar con más detalle varias cuestiones: desde el punto de vista de la interpretación, ¿cuáles son las propiedades de cada uno de estos procesos?; ¿cómo se caracterizan los niveles de representación a los que cada uno da lugar?; ¿cómo se establece la conexión entre ellos? Las respuestas a estas preguntas conducen, en último extremo, a plantearse la división del trabajo entre la perspectiva gramatical y la pragmática.

6.1. Procesos semánticos

Al caracterizar una lengua como un código, se está subrayando la existencia de correlaciones convencionales y sistemáticas entre representaciones auditivas –o, en el caso de las lenguas de signos, representaciones visuales– y representaciones conceptuales. Efectivamente, una expresión lingüística no es sino el emparejamiento de una representación fónica (o signada) y una representación semántica. El mecanismo computacional responsable de esta asociación es la gramática.

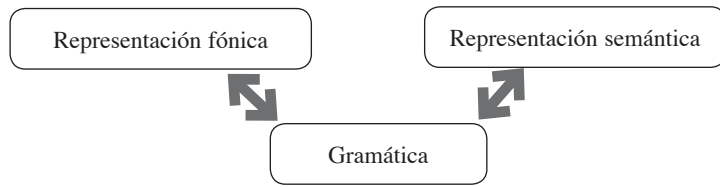


Fig.1. El código lingüístico.

La gramática puede concebirse como un sistema cognitivo autónomo, especializado en la producción e interpretación de expresiones lingüísticas; describir la gramática de una lengua equivale a identificar las reglas y los principios que rigen el encadenamiento jerárquico y recursivo de las unidades en la formación de estructuras complejas y que gobiernan, de manera directa y sistemática, la relación entre forma y contenido. El manejo de este sistema de procesamiento requiere la adquisición e interiorización de un tipo de conocimiento específico: los hablantes de cada lengua han interiorizado un conjunto de pautas convencionales que les permiten establecer la correspondencia entre representaciones fónicas y representaciones semánticas. El sistema es autónomo en el sentido de que en su procesamiento interviene exclusivamente el conocimiento lingüístico, sin tomar en cuenta otros factores externos al código mismo, tales como el contexto, el discurso previo o el conocimiento del mundo.

Entonces, ¿qué es exactamente una representación semántica?; ¿qué tipo de representación se obtiene al descodificar una expresión lingüística poniendo en juego solo el conocimiento lingüístico?; ¿cuál es el contenido que se obtiene como resultado de la computación gramatical?

6.1.1. Las representaciones semánticas

Cuando se responde a estas preguntas, es frecuente identificar lo descodificado con el significado literal y explícito de una expresión. De acuerdo con esta visión común, la representación obtenida por descodificación lingüística correspondería al significado literal que el emisor quiso comunicar expresamente; si a la vez se transmiten otros contenidos implícitos, estos se obtendrían, en todo caso, por inferencia. Este enfoque establece, pues, una equiparación entre lo descodificado y lo literal, por un lado, y lo inferido y lo implícito, por otro. Desde esta perspectiva, los procesos semánticos darían como resultado una representación de lo dicho literalmente, mientras que los procesos pragmáticos obtendrían contenidos implícitos (Grice 1975).

Un examen minucioso de los datos pone de manifiesto, sin embargo, que las cosas no son tan sencillas y que la equiparación entre contenido (des)codificado y contenido explícito (o literal) no es adecuada. Tomemos como ejemplo la oración de (1):

(1) En cambio, hoy aquí hace calor.

Para poder descodificarla, es preciso conocer el código de la lengua en que la oración ha sido emitida; es decir, hay que conocer las dos vertientes que integran el significado lingüístico: el significado léxico de las palabras y el significado gramatical asociado a la manera en que se relacionan los diferentes constituyentes de una frase (Escandell Vidal 2004a).

Pues bien, este conocimiento de tipo lingüístico solo es capaz de ofrecer una representación incompleta y muy esquemática: efectivamente, en ausencia de otros datos situacionales, lo único que un hablante nativo puede afirmar basándose en su conocimiento de la lengua es que parece que alguien (quienquiera que sea) afirma que hace calor en el momento del habla (cualquiera que sea), en un lugar en el que se encuentra, o en otro lugar que está señalando (cualesquiera que estos sean); esta apreciación se presenta, además, como contrapuesta a otra que no se expresa. Esta representación queda recogida de manera informal en el esquema de (2):

(2) *En cambio, hoy aquí hace calor.*

(*p*) En cambio *q*

p = ?

q = Hace calor en el día de emisión en {el lugar de emisión/un lugar que se señala}

Esta representación semántica, que se ha obtenido utilizando solo el conocimiento lingüístico, no equivale, sin embargo, a lo que un emisor podría haber querido comunicar literalmente al emitirla: por ejemplo, que en Madrid el 27 de septiembre de 2013 hace calor, en contraste con el frío que hace ese mismo día en Moscú. Pero para acceder a esta representación de lo que el emisor quiere comunicar, es inevitable incorporar datos situacionales; sin acceso a ellos, la representación obtenida solo por descodificación es esquemática e incompleta. Y es tan esquemática que, entre otras cosas, no puede tener ningún tipo de impacto cognitivo sobre las representaciones internas de ningún destinatario mientras no sepa quién lo dice, en qué lugar y en qué día se halla, y con respecto a qué otra situación resulta contrastante la que aquí describe.

Se podría pensar que este hecho es, en cierto sentido, excepcional y sucede solo en oraciones que, como la anterior, contienen unidades sensibles al contexto, como los deícticos *hoy* y *aquí*. Las unidades de este tipo dan acceso a sus referentes ofreciendo instrucciones para localizarlos por su relación con otras entidades del discurso. Así, la expresión *hoy* instruye al destinatario para que identifique un intervalo que contenga el momento del habla, pero no especifica ningún día en particular –y por ello puede utilizarse para hacer referencia a días diferentes–, ni tampoco impone que su referente tenga que equivaler necesariamente a 24 h –y por eso en ocasiones su extensión puede ampliarse para hacer referencia a un intervalo temporal mucho más amplio (semanas, meses, años...), con tal de que incluya en él el momento del habla–. Algo parecido ocurre con el locativo *aquí*: puede hacer referencia a cualquier lugar que coincida con el del momento del habla y,

además, puede aludir también a otro lugar distinto que se señala, por ejemplo, con un gesto en un mapa.

Es necesario, pues, distinguir entre el significado lingüístico (que se obtiene en función exclusivamente del conocimiento de la lengua, y su especificación contextual (que requiere la integración de ese conocimiento lingüístico con otros datos ajenos a él). En el caso de las expresiones deícticas, esta distinción se plasma en la dicotomía *carácter/contenido* (Kaplan 1989). El *carácter* de una expresión es la instrucción genérica que ésta codifica, y el *contenido* es la representación mental concreta correspondiente a la entidad a la que se quiere hacer referencia en cada caso particular. El problema es, por tanto, que la representación de lo que un emisor quiere comunicar literalmente no es la que incluye solo el carácter de las expresiones, sino la que recoge su contenido.

Se podría pensar que este problema desaparece en cuanto las oraciones no contienen elementos deícticos. Por ejemplo, al descodificar la oración de (3) se debería obtener el significado literal:

(3) El día 27 de septiembre de 2013 en Madrid hace calor.

Es fácil notar, sin embargo, que incluso en esta versión hay aún muchos aspectos que requieren una especificación ulterior. Por ejemplo, hay que identificar el referente del nombre propio Madrid: ¿es Madrid, España?, ¿Madrid, Colombia?, ¿Madrid, Nebraska? Y, por otro lado, se afirma que hace calor, pero esa es todavía una expresión vaga: ¿cuántos grados se requieren para considerar que hace calor?, ¿hace calor en sentido absoluto, o más bien hace calor en relación con las temperaturas habituales para la latitud o la época del año? Seguramente exigiríamos que el termómetro superase los 25° o 30° para considerar que un día de comienzo de otoño en Madrid (España) es caluroso, pero quizá toleraríamos que simplemente rozase los 15° si habláramos de un día caluroso en medio del invierno de Nebraska. Hay, pues, muchos aspectos de lo que un emisor quiere comunicar expresamente que no se transmiten por medios lingüísticos y que, sin embargo, forman parte indiscutible de lo que un emisor quiere comunicar literalmente.

Imagine ahora que un extranjero le pregunta qué significa la oración de (4):

(4) ¡No te cortes!

Seguramente usted le preguntaría de inmediato por el contexto en que vio u oyó la frase. Sin más datos, le podría decir, a lo sumo, que puede significar básicamente dos cosas distintas, que podría parafrasear informalmente como en (5a-b); incluso podría ver una interpretación más, la de (5c):

- (5) a. No te hagas una herida con un cuchillo, una navaja, un cristal roto...
- b. No seas tímido, exprésate, actúa, no te quedes sin palabras o sin saber qué hacer.
- c. [Dicho a la mayonesa mientras se prepara] ¡Que los ingredientes no se separen!

El conocimiento de la lengua hace que los hablantes nativos sean capaces de ver al menos estas interpretaciones posibles: forma parte de su conocimiento interiorizado del español que el verbo *cortar* tiene más de una interpretación. Pero, de nuevo, el conocimiento de la lengua no permite ir mucho más allá: en este caso, ofrece un listado más o menos largo de posibilidades, pero no proporciona criterios para decidir cuál de las representaciones de (5) estaba tratando de comunicar de manera explícita o literal el emisor original, o si incluso quería comunicar otra cosa diferente; de lo que sí está seguro cualquier hablante es de que ningún emisor querría transmitir todas esas cosas a la vez. Es cierto que puede haber interpretaciones más frecuentes que otras, pero la frecuencia de uso no es una propiedad lingüística (sino, quizá, un reflejo de la frecuencia de las situaciones) y, de todas formas, no basta para poder tomar una decisión al respecto. Y, por otro lado, también en esta oración reaparece el problema de la deixis: puede vehicular contenidos muy diferentes en función de quiénes sean las personas del discurso.

Así pues, la representación que se obtiene por descodificación no equivale al significado literal o al significado explícito. No puede equivaler a la representación que el emisor quiso comunicar expresa y literalmente por medio de su enunciado, sencillamente porque para determinar cuál es esa representación hay que tomar en cuenta al emisor (y, de paso, todas las demás circunstancias del acto comunicativo)

Este hecho no debería resultar extraño en absoluto. Como vimos al hablar de las representaciones públicas y privadas, las representaciones externas –especialmente si son de tipo convencional– son inevitablemente esquemáticas (mucho más que las representaciones privadas correspondientes), desdibujan muchos matices y dan por sentadas muchas cosas. Cualquier representación externa no es más que un indicio que se presume adecuado para poner al destinatario sobre la pista de lo que se quiere comunicar.

Así pues, la representación semántica que se obtiene por descodificación no es ni siquiera la representación completa de un pensamiento; es, más bien, una plantilla abstracta que sirve como pista para construir uno a base de rellenar, completar o restringir dicho esquema, con contenidos concretos tomados del contexto. Solo cuando logramos concretar esa representación esquemática y añadirle indicaciones precisas se podrá decir que se ha recuperado lo que el emisor quería comunicar literalmente. Será esa representación enriquecida la que ya podrá resultar lo suficientemente detallada y concreta como para tener consecuencias sobre nuestro conocimiento previo. Decimos, entonces, que la codificación lingüística determina solo parcialmente (es decir, infradetermina) la interpretación final de cualquier enunciado.

6.1.2. La infradeterminación semántica

La hipótesis de la infradeterminación semántica (Sperber y Wilson 1986/1995; Carston 2002; Frisson y Pickering 2001; Frisson 2009; Egg 2010; Recanati 2012) sostiene que el resultado de la descodificación es

un patrón abstracto de significado en el que quedan establecidas las relaciones estructurales entre los diferentes constituyentes cuyos significados básicos se combinan. Para cada expresión compleja, la computación gramatical proporciona una representación mínimamente especificada que ha de ser compatible con toda la variedad de interpretaciones. Este esquema semántico de relaciones se completa ulteriormente usando datos contextuales, situacionales y de conocimiento del mundo.

En el caso de las expresiones complejas, le corresponde a la sintaxis especificar cuándo hay razones estructurales para postular representaciones diferentes. El ejemplo de (4) proporciona una ilustración interesante al respecto. Efectivamente, el pronombre *te* en la interpretación de (5a) no es del mismo tipo que el de las interpretaciones (5b-c): solo en el primer caso sería posible tener otras formas pronominales (*No me cortés, no los cortés*, etc.); en las otras dos lecturas, el pronombre ha de hacer necesariamente referencia a la misma entidad que el sujeto. El verbo presenta un esquema transitivo con dos participantes (que pueden o no coincidir) en (5a), y se construye, en cambio, como un verbo pronominal con un único participante en (5b-c). En este caso, la representación sintáctica debe dar cuenta de estas diferencias proponiendo análisis estructurales diferentes. Sin embargo, a pesar de las diferencias evidentes de interpretación entre (5b) y (5c), la estructura gramatical es la misma. La tesis de la infradeterminación semántica no postula, pues, que todas las secuencias superficialmente idénticas deben responder necesariamente a la misma estructura, sino que se deben postular representaciones gramaticales distintas solo cuando hay razones estructurales de peso que así lo indiquen.

La investigación experimental parece apoyar con datos estas hipótesis. Gibbs y Moise (1997) mostraron que, cuando hay varias interpretaciones posibles, los destinatarios no construyen primero un significado por defecto y lo cancelan luego si los datos del contexto lo hacen necesario. Nicolle y Clark (1999) concluyeron que en los casos de polisemia los hablantes acceden a una única representación abstracta, que van “rellenando” con información extralingüística según va avanzando el proceso interpretativo. Otros estudios posteriores (Frisson y Pickering 2001; Bezuidenhout y Morris 2004; Frisson 2009; Egg 2010) revelan también que el destinatario de un enunciado no accede en todos los casos a una lista de interpretaciones posibles y va descartando una tras otra las que no encajan con el contexto. En un estudio reciente (Klepousniotou *et al.* 2012), y utilizando técnicas que miden las diferencias de estimulación electrofisiológica en homónimos y palabras polisémicas, se han confirmado los resultados de Nicolle y Clark (1999) relativos a los casos de polisemia, donde se activa un significado central básico, común a todas las diferentes interpretaciones; en los casos de homonimia, en cambio, sí se produce el efecto de lista.

Así pues, mientras no haya datos en contra, hay una clara preferencia por las representaciones semánticas esquemáticas, tal como postula la tesis de la infradeterminación. La tesis de la infradeterminación semántica representa uno de los pilares básicos sobre los que se asienta una

adecuada división del trabajo entre los aspectos gramaticales y los pragmáticos. La computación gramatical produce una representación mínimamente especificada, que se completa gracias al funcionamiento de los otros mecanismos cognitivos. En consecuencia, la tarea de la gramática debe limitarse a especificar cuál es el conocimiento (incluido el conocimiento semántico) que un hablante posee cuando sabe una lengua; la tarea de la pragmática es explicar cómo se complementa esta representación abstracta con información extralingüística. De este modo, es posible mantener la idea de que el conocimiento gramatical es simple y abstracto, y a la vez explicar la diversidad de interpretaciones como resultado de la interacción de otros factores no lingüísticos. En la estrategia de la infraespecificación semántica, la complejidad interpretativa se deja a cargo de otros mecanismos cognitivos que se necesitan de manera independiente.

6.2. Procesos pragmáticos

Para llegar a la interpretación final de un enunciado –y para que este resulte plenamente significativo–, es necesario completar la información obtenida como resultado del proceso de descodificación con otras representaciones que provienen de fuentes extralingüísticas. Si quien emite la frase de (1) se encuentra en Buenos Aires el 17 de enero de 2014, asociaremos de inmediato los deícticos de la expresión lingüística con estos datos, en cuyo caso entenderíamos una interpretación según la cual el emisor quiere decir que el 17 de enero de 2014 hace calor en Buenos Aires, en contraste, digamos, con el frío que hace ese mismo día en Madrid (España). A partir de esta representación del contenido explícito, podemos recuperar otras representaciones no expresadas: por ejemplo, recordar que en el hemisferio austral en enero es verano, por lo que no resulta en absoluto sorprendente que haga calor. Si quien emitiera esa misma frase se hallara ese mismo día en Moscú, la información de que allí hace calor constituiría seguramente toda una sorpresa, ya que entraría en contradicción con nuestro conocimiento previo acerca del clima ruso en invierno.

Los procesos por los que se asocian ciertas expresiones con ciertos datos contextuales y se combina la información lingüística obtenida con otras informaciones para obtener nuevas piezas de información pueden caracterizarse como procesos inferenciales. Denominamos *pragmáticos* a los procesos inferenciales que intervienen en la interpretación de los enunciados lingüísticos.

6.2.1. Procesos pragmáticos primarios y contenido explícito

Las operaciones que nos permiten conectar la expresión *aquí* con una localización concreta, compatible con el contenido codificado lingüísticamente y con lo que sabemos de la situación, son, pues, de tipo pragmático. Hemos sugerido diferentes escenarios en los que la expre-

sión *aquí* se asocia inferencialmente con distintas ciudades (Madrid, Buenos Aires, Moscú); en la expresión lingüística, sin embargo, no hay nada que indique cuál es el tipo de lugar que satisface la especificación local codificada en la palabra *aquí*: en realidad, lo único que *aquí* codifica es una instrucción para identificar como referente un lugar, que a veces incluye el lugar del habla y otras es simplemente objeto de señalamiento. No hay nada en el conocimiento lingüístico, sin embargo, que obligue a interpretar *aquí* referido a una ciudad: podría ser un país, un continente entero, un planeta; o bien un edificio, un despacho o una cabina telefónica... Tendrán que ser, por tanto, también inferenciales las consideraciones que nos conduzcan a determinar cuál es el ámbito exacto al que se quiere hacer referencia; y estas consideraciones dependerán, en todo caso, de los datos particulares que configuren la situación de emisión.

Los procesos inferenciales toman en cuenta la información accesible (es decir, el conjunto de representaciones activas o activadas) y la utilizan para rellenar aquellas casillas de la representación lingüística que requieren especificaciones ulteriores. A partir del esquema de (2), podemos proponer una representación como la de (6), en la que se recoge una interpretación posible del enunciado:

(6) E = *En cambio, hoy aquí hace calor.*

X emite E

(p) En cambio, q

p = no hace calor [el 17/01/2014] [en Madrid]

q = hace calor [28°] [el 17/01/2014] [en Buenos Aires]

Podemos denominar *primarios* a los procesos pragmáticos de expansión que permiten cubrir la distancia entre la representación esquemática obtenida por descodificación como la de (2) y una representación en la que se han concretado todos los aspectos que requerían una especificación ulterior, como la de (6) (Recanati 1995, 2004; Carston 2002).

Es esta nueva representación la que refleja lo que el emisor quiso comunicar explícitamente por medio de su enunciado. Para lograrlo, ha utilizado como indicio una representación semántica esquemática que el destinatario debe enriquecer inferencialmente. El nivel de representación al que da lugar esta representación enriquecida recibe la denominación de *contenido explícito* o *explicatura* (Sperber y Wilson 1986/1995). La explicatura constituye, pues, un nivel de representación híbrido, que se produce como resultado de la combinación de procesos de descodificación y de inferencia, tal como se recoge, a modo de resumen parcial, en el siguiente esquema:

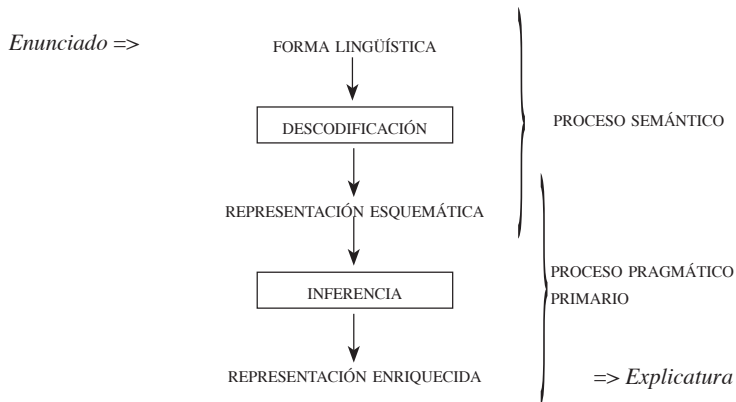


Fig. 2. Procesos semántico y pragmático en la obtención de la explicatura.

La identificación de las explicaturas no se limita al establecimiento de la referencia de las expresiones deícticas. Hay muchos otros aspectos de lo que se quiere comunicar expresamente que requieren también la intervención de procesos inferenciales. Además de los procesos que conducen a descubrir cuál es el significado que un emisor concreto quiso dar a la oración de (4) en una situación determinada, también son de este tipo las operaciones que especifican el contenido explícito de oraciones como las de (7):

- (7) a. No tengo nada que ponerme.
 b. En Nueva York cada 10 minutos atropellan a un hombre.

Es fácil imaginar que por medio de (7a) el emisor quiere comunicar que no tiene nada que le parezca apropiado para vestirse en una determinada ocasión: esta interpretación se obtiene restringiendo la denotación de *nada* a ‘nada apropiado’, seleccionando el significado de *ponerse* como ‘vestir’ y relativizando este estado de cosas a una situación concreta (la de asistir a una cena formal), tal como se muestra en (8), donde las expresiones en cursiva corresponden a enriquecimientos inferenciales:

- (8) No tengo [*nada apropiado*] que [*ponerme de ropa*] [*para esta cena*].

La oración de (7b), por su parte, puede entenderse como una estadística equivalente a ‘En Nueva York cada hora resultan atropelladas seis personas (y, en consecuencia, las víctimas diarias de atropellos son 144)’, o bien dar lugar a una interpretación según la cual ‘En Nueva York hay un individuo en concreto que resulta atropellado cada diez minutos (y, por tanto, este pobre hombre es víctima de 144 atropellos al día)’.

- (9) a. Cada 10 minutos resulta atropellado [*un hombre diferente cada vez*].
 b. Hay [*un hombre determinado*] al que atropellan cada 10 minutos.

Aunque la primera interpretación refleje un estado de cosas más verosímil, la segunda interpretación es la que se fuerza, con intención hu-

morística, cuando se añade la frase *El pobre debe de estar hecho polvo...*

Las explicaturas son, pues, fruto de procesos combinados de descodificación y de inferencia. Esto significa que una explicatura es siempre un desarrollo inferencial de un contenido codificado (es decir, de una representación semántica esquemática), de modo que contiene en su interior la plantilla de significado obtenida por descodificación, como se muestra en las paráfrasis de (8-9). A partir de ese esquema abstracto de significado, la inferencia produce una explicatura de nivel *proposicional*.

Pero el papel de la inferencia en la elaboración del contenido explícito no se detiene en ese nivel. Si mostramos a un grupo de personas durante un instante la oración de (4) con la imagen de un vaso roto y les preguntamos luego qué es lo que se comunicaba expresamente, la mayoría no se limita a repetir literalmente la oración, sino que tiende a reportar el contenido explícito (más desarrollado), con respuestas como las de (10):

- (10) a. No te cortes *con ese vaso roto*.
 b. *Hay un vaso roto*. No te cortes *con él*.
 c. *Ten cuidado*, no te cortes *con ese vaso roto*.

Las representaciones de (10) recogen desarrollos de la explicatura proposicional, que completan el esquema de significado obtenido por descodificación con algunas especificaciones contextuales, como en los casos que habíamos comentado hasta ahora.

Pero muchas personas produjeron respuestas como las de (11):

- (11) a. [*Le dice que [tenga cuidado] y [no se corte con el vaso]*].
 b. [*Le previene de que [el vaso está roto [para que [no se corte con él]]]*].
 c. [*Le advierte para que [vaya con cuidado con el vaso roto] y [no se corte con él]*].

Parece innegable que también estas respuestas representan con fidelidad lo que el emisor de (4) quiso comunicar expresamente en la situación evocada por la imagen. Si esto es así, entonces las explicaturas van más allá de la simple identificación de una forma proposicional completa: al determinar el contenido explícito, el desarrollo inferencial alcanza también a las actitudes del emisor y a sus intenciones ilocutivas. Los desarrollos de (11) corresponden a metarrepresentaciones obtenidas por inferencia, en las que se subordina el contenido codificado y su desarrollo inferencial de nivel proposicional a otros predicados que recogen diversas facetas de los objetivos comunicativos y la fuerza ilocutiva. Pues bien, estas metarrepresentaciones forman parte también de las explicaturas en un nivel que podemos llamar *superior* o *ilocutivo*. En consecuencia, se puede completar el esquema de la figura 2 como sigue:

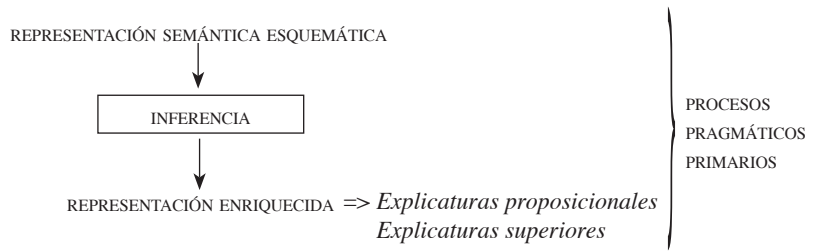


Fig.3. Explicaturas proposicionales y explicaturas superiores.

6.2.2. Procesos pragmáticos secundarios e implicaturas

Además de transmitir de manera explícita ciertas representaciones, nuestros enunciados llevan habitualmente una cierta carga de contenidos implícitos. Lo que se transmite explícitamente no agota lo que se quiere comunicar por medio de un enunciado. Por ejemplo, el emisor de (1) puede querer comunicar implícitamente su alegría por estar disfrutando de sus vacaciones de verano en la playa. Pero ¿cómo se obtienen los contenidos implícitos?

Consideremos el siguiente intercambio, producido entre dos personas que preparan una fiesta:

(12) Luis: Podríamos invitar a Juan...

Ana: Con Pedro ya tenemos cubierto el cupo de pesados.

Luis enuncia la posibilidad de incluir en la lista de invitados a una determinada persona. La reacción de Ana consiste en una afirmación sobre otra persona diferente. Si atendiéramos solo al contenido explícito, estaríamos obligados a concluir que no hay ninguna conexión entre las dos intervenciones, que no tienen ninguna clase de elementos comunes. Sin embargo, todos sabemos que la respuesta de Ana implica que no tendrían que invitar a Juan porque es un pesado. ¿Cómo es esto posible? ¿Cómo pasamos de lo que se codifica explícitamente a lo que se comunica de manera implícita?

La primera expectativa que se suscita en la situación es que, ante una sugerencia de Luis, Ana manifieste su opinión (favorable o desfavorable). A partir de esta expectativa, el enunciado de Ana (que –no lo olvidemos– es un acto voluntario y, en principio, se presume colaborativo) se procesa como una respuesta adecuada, independientemente de cuál sea su forma o su contenido. En consecuencia, el destinatario procesará el enunciado como un indicio de la intención comunicativa de su interlocutora, desde la expectativa de que la pista que ella le ofrece le permitirá recuperar fácilmente un conjunto de representaciones que servirán como reacción a su sugerencia.

La conclusión a la que llega Luis parece muy sólida. Para confirmar esta intuición y su validez intersubjetiva, se realizó un pequeño experimento informal. El diálogo de (12) se distribuyó a dos grupos de personas y se les pidió que indicaran qué quería decir Ana. Todos los partici-

pantes estuvieron de acuerdo en que lo que Ana quería decir es que no debían invitar a Juan porque era un pesado. A los miembros del primer grupo se les pidió a continuación, de manera individual, que detallaran los pasos intermedios que habría que dar para conectar lo que Ana dijo expresamente con lo que quería comunicar; se les pidió, seguidamente, que discutieran entre ellos los resultados y llegaran a un esquema común. El esquema obtenido es el siguiente, en el que la zona sombreada recoge las representaciones añadidas:

(13)

Luis: Podríamos invitar a Juan...	LO COMUNICADO EXPLÍCITAMENTE
Ana: Con Pedro ya tenemos cubierto el cupo de pesados.	
<ul style="list-style-type: none"> • Para que una fiesta tenga éxito, los asistentes no tienen que ser pesados • Si se invita a muchos pesados, la fiesta puede fracasar • No debemos invitar a muchos pesados <ul style="list-style-type: none"> • No debemos invitar a muchos pesados • Hemos invitado a Pedro • Pedro es un pesado • No tenemos sitio para otro pesado <ul style="list-style-type: none"> • No tenemos sitio para otro pesado • Juan es un pesado • No tenemos sitio para Juan 	
<ul style="list-style-type: none"> • No debemos invitar a Juan 	CONCLUSIÓN IMPLÍCITA

La ruta de encadenamientos inferenciales de (13) proporciona una conexión paso por paso entre lo comunicado explícitamente y la conclusión obtenida. El proceso toma aquí una forma semejante a un razonamiento, en el que se han añadido las premisas necesarias para derivar lógicamente una respuesta que satisface las expectativas conversacionales.

Al segundo grupo de personas de nuestro experimento se les preguntó sobre las creencias de Ana: para ello, se les presentaron diferentes afirmaciones, entre las cuales se encontraban las que los miembros del primer grupo habían identificado como pasos necesarios para derivar la conclusión. Pues bien, los miembros de este segundo grupo identificaron las afirmaciones correspondientes a las premisas de la zona sombreada como creencias de Ana.

Siguiendo a Grice (1975) y a buena parte de la tradición pragmática posterior (especialmente Sperber y Wilson 1986/1995), se denomina *contenidos implícitos*, o *implicaturas*, a todas las representaciones que se han añadido al contenido explícito durante el proceso de interpretación. Las implicaturas de un enunciado son, pues, el conjunto de representaciones que el emisor ha hecho manifiestas sin expresarlas de manera explícita; se dice que el emisor las ha hecho manifiestas porque son imprescindibles para llegar a la conclusión pretendida: de hecho, el emisor es considerado responsable de haber transmitido estas represen-

taciones y no puede rechazar abiertamente ninguna de ellas sin incurrir en una contradicción flagrante, que invalidaría automáticamente la conclusión obtenida.

Denominaremos *procesos pragmáticos secundarios* a los procesos de recuperación e integración inferencial de la información que permiten identificar inferencialmente las implicatures (el conjunto de representaciones que el emisor quería comunicar de manera implícita). Junto a los contenidos comunicados explícitamente, se origina, pues, todo un conjunto de representaciones que se hacen manifiestas sin expresarlas directamente y que forman parte de los supuestos y las ideas que el emisor quería formar en la mente del destinatario.

Pero, ¿de dónde provienen estas premisas? No están, desde luego, en un contexto exterior, fijo y dado de antemano. De hecho, las personas consultadas en el pequeño experimento ni siquiera conocían más contexto que el de que los protagonistas del diálogo preparan una fiesta; y, sin embargo, ha habido un acuerdo general en que son precisamente estas premisas, y no otras, las que hace falta incorporar para hacer casar la respuesta de Ana con sus expectativas.

Ello indica que todas estas representaciones provienen, en último extremo, de la mente de cada uno de los individuos que interpreta el diálogo. Algunas de estas parecen representaciones ampliamente compartidas, contenidos que se dan por supuestos como algo comúnmente aceptado: por ejemplo, la idea de que, si hay muchos pesados y gente aburrida, la fiesta puede fracasar. Otras, en cambio, vienen exigidas por el propio razonamiento, sin que necesariamente el interlocutor (o quienes interpretan esta muestra de interacción) las tuviera formadas e interiorizadas de antemano: este es el caso de la idea de que Pedro es un pesado y, sobre todo, que Juan es un pesado. Lo interesante es que, aunque estas ideas no formaran parte de las representaciones previas del destinatario, este se ve obligado a construirlas a propósito y a introducirlas en el razonamiento para poder hacer encajar lo dicho expresamente con sus expectativas sobre la respuesta. Por supuesto, todo el razonamiento anterior podría desmontarse con facilidad. Si Luis quiere impugnarlo, basta sencillamente con que niegue la premisa central y afirme que Juan es muy simpático.

Así pues, de entre las representaciones implícitas hay dos clases que resultan especialmente interesantes y son las que suponen, de algún modo, una novedad para el destinatario. En este caso, son la conclusión obtenida (que además satisface la expectativa de respuesta) y las premisas no compartidas (especialmente, la de que Juan es un pesado), que el destinatario se ha visto obligado a introducir en el razonamiento. En consecuencia, aunque todas las premisas son técnicamente implicaturas, los hablantes tendemos a destacar especialmente las que resultan nuevas, y decimos, por tanto, que Ana ha comunicado implícitamente que Juan es un pesado y que por eso no quiere invitarlo.

Los procesos inferenciales actúan, pues, a diferentes niveles y producen como resultado diferentes tipos de representaciones. El siguiente esquema puede servir como resumen general:

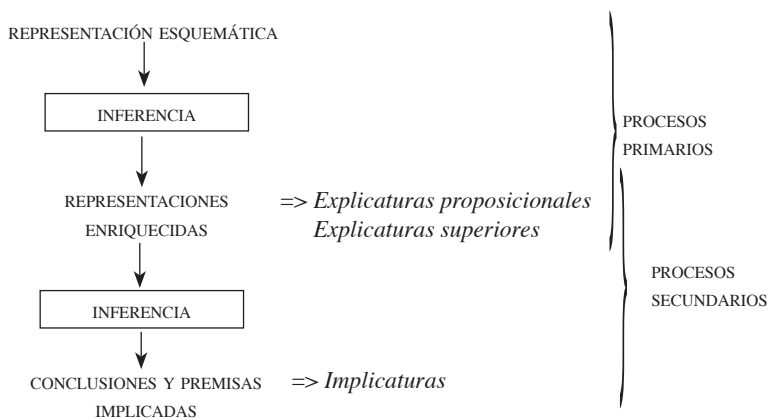


Fig. 4. Los procesos pragmáticos.

6.3. La integración de los procesos

Como hemos visto, los procesos semánticos y los procesos pragmáticos responden a mecanismos de procesamiento diferentes, con propiedades diferentes y que dan lugar a representaciones diferentes. El hecho de que estos procesos sean autónomos no quiere decir, sin embargo, que no estén conectados entre sí. Por otro lado, los esquemas anteriores podrían hacer pensar que se trata de procesos en serie, sucesivos, y que la descodificación ha de estar completada antes de poder obtener la explicatura y esta, a su vez precede a la obtención de implicaturas. Esta imagen, como veremos a continuación, es equivocada.

6.3.1. El orden de los procesos

Comencemos por el segundo aspecto, el relativo al orden de los procesos. Son muchos los autores (Carston 2002; Wilson y Sperber 2004; Recanati 2004; Huang y Snedecker 2011) que insisten en que las operaciones semánticas y pragmáticas no son operaciones seriales, sino que proceden en paralelo, en un proceso de ajuste mutuo entre los contenidos descodificados y los inferidos.

Esta postura se conoce como la *tesis del ajuste mutuo* y postula, en esencia, un modo de procesamiento en el que la descodificación y las operaciones inferenciales se suceden en un movimiento en zig-zag de ciclos muy breves, que alterna procesos ascendentes (inducidos por el estímulo) y procesos descendentes (guiados por los conocimientos y las expectativas). De este modo, las expectativas generan desde el principio hipótesis anticipatorias con respecto tanto a la forma lingüística como a las representaciones que se intentan comunicar, con lo que se restringe significativamente el espacio de búsqueda para el procesamiento de los nuevos constituyentes; cada nuevo constituyente propor-

ciona, a su vez, nuevos datos que siguen refinando las hipótesis interpretativas.

De hecho, si volvemos de nuevo la vista a los ejemplos que hemos comentado, notaremos que, en la interpretación en tiempo real, los procesos de descodificación no preceden necesariamente a los de inferencia. En el diálogo de (12), por ejemplo, antes de que Ana haya emitido su enunciado, la situación misma crea en Luis la expectativa de que va a recibir una reacción a su sugerencia y de que esta reacción puede ser favorable o desfavorable, por lo que, en principio, estará predispuesto a interpretar como tal cualquier cosa que diga su interlocutora. Esta expectativa previa es, en realidad, una elaboración inferencial a partir de lo que los participantes esperan el uno del otro de acuerdo con la situación y con el tipo de intercambio en el que ambos están involucrados. Y será, por tanto, con arreglo a esta expectativa como se procesará cualquier señal ostensiva.

La investigación psicolingüística parece confirmar esta propuesta. Por ejemplo, en Chater, Pickering y Milward (1995) se comprueba que, efectivamente, la interpretación de una oración comienza mucho antes de que se haya oído la oración completa: la desambiguación, la asignación de referente y el enriquecimiento tienen lugar desde el comienzo mismo.

La importancia de las expectativas y de los procesos de ajuste mutuo en la interpretación no es, desde luego, un hecho sorprendente. La misma situación se ha descrito ya de manera muy detallada a propósito del funcionamiento de otra capacidad perceptivo-cognitiva: la visión (Marr 1982; Cavanagh *et al.* 1999). Igual que una misma oración puede recibir interpretaciones diferentes, también los patrones lumínicos pueden ser, en principio, compatibles con un número elevado de situaciones (es decir, podrían tener más de una interpretación). Pues bien, el procesamiento de imágenes potencialmente ambiguas muestra con claridad efectos de ajuste mutuo, en los que los datos locales (aristas, colores, contrastes...) alimentan los procesos de integración, y los procesos de integración y las expectativas pueden obligar a una reorganización de la estructura de los datos locales. En el ámbito de la visión, se comprueba también la importancia de las expectativas: una misma imagen es más fácil de identificar en su contexto que en un entorno extraño.

6.4.3. La contribución de la información lingüística

El otro aspecto que requiere un comentario especial es el de la relación que la forma lingüística establece entre los procesos semánticos y pragmáticos. Hemos dicho que los procesos de descodificación permiten obtener una representación esquemática, que precisa de procesos inferenciales antes de resultar completa. De lo anterior podría sacarse la conclusión equivocada de que las expresiones lingüísticas solo operan sobre esa representación abstracta esquemática, mientras que los procesos inferenciales son siempre libres (en el sentido de 'no sujetos a restricciones de tipo lingüístico') y están solo determinados por el contexto.

Sin embargo, como veremos a continuación, la contribución de la forma lingüística no se agota en el nivel semántico, y tampoco en el nivel

de la identificación de lo explícito, sino que llega a determinar también la recuperación de los contenidos implícitos: la información codificada impone condiciones, pues, a todos los niveles y a todos los procesos.

Las expresiones lingüísticas contribuyen a la interpretación aportando dos tipos de contenidos: hay, por un lado, unidades que codifican *conceptos*, es decir, que aportan representaciones conceptuales simples; por otro, hay unidades que codifican *instrucciones* sobre la manera en que se han de construir, combinar y manejar estas representaciones conceptuales (Wilson y Sperber 1993; Escandell Vidal y Leonetti 2000, 2011).

Entre las unidades que codifican conceptos se hallan las palabras que la tradición gramatical suele denominar de “contenido léxico”: típicamente nombres, verbos, adjetivos, adverbios en *-mente...* La contribución fundamental de estas unidades es la de activar representaciones conceptuales simples, que son los constituyentes básicos del sistema interno en el que tienen lugar los procesos representacionales. Una unidad léxica funciona como un localizador conceptual, una especie de clave que da acceso a un conjunto de informaciones asociadas con ella: información enciclopédica (es decir, información sobre las propiedades, la extensión y la denotación del concepto) y también información de tipo lógico (que especifica relaciones de entrañamiento, contradicción o presuposición con respecto a otros términos; esta información condiciona los encadenamientos deductivos posibles). Las palabras con contenido léxico contienen también rasgos visibles para la computación sintáctica que determinan sus posibilidades combinatorias (información categorial, rasgos de género y número...), así como información fonológica relevante para los sistemas articulatorio-motores.

Otras unidades, en cambio, codifican instrucciones que alimentan y dirigen las diferentes operaciones que hemos caracterizado en este capítulo. Esto permite predecir inmediatamente que habrá tres tipos de unidades que codifican instrucciones, en función precisamente de cuál sea el tipo de proceso sobre el que actúan.

Existen, en primer lugar, instrucciones para los procesos semánticos. Las transmiten todas aquellas unidades o rasgos gramaticales que indican relaciones de dependencia estructural (básicamente, los indicadores de función sintáctica y de concordancia). Estas unidades restringen el modo de combinar entre sí las unidades que expresan conceptos y permiten construir, como hemos dicho, representaciones conceptuales complejas (aunque aún esquemáticas). Por ejemplo, los indicadores de función permiten construir dos representaciones semánticas diferentes para secuencias formadas por las mismas unidades, como *A María le gusta Juan* y *A Juan le gusta María*, y nos permiten saber también que *Juan le gusta a María* es una variante de la primera, y no de la segunda.

Existen, asimismo, unidades que codifican instrucciones para los procesos inferenciales; son indicaciones que restringen las interpretaciones y ayudan a delimitar el espacio en el que situar las hipótesis interpretativas. Estas unidades operan tanto sobre los procesos pragmáticos primarios como sobre los secundarios y suelen denominarse unidades *procedimentales*.

Las instrucciones procedimentales para los procesos pragmáticos primarios están contenidas en las unidades y los rasgos que poseen un significado semántico abstracto que debe ser completado inferencialmente para poder llegar al nivel de lo que se comunica explícitamente. Los deícticos *aquí* y *ahora* representan ejemplos centrales de este tipo de unidades. Forman parte de esta clase los determinantes (que aportan instrucciones sobre la localización de los referentes a los que alude el sintagma en el que se integran) y los morfemas verbales (que realizan una función equiparable con relación a la localización de los acontecimientos). También en el caso de los determinantes y los tiempos verbales es preciso distinguir entre su carácter y su contenido: lo que codifica la lengua es el carácter, es decir, un conjunto de instrucciones abstractas sobre cómo acotar el espacio contextual de búsqueda en el que localizar el referente de las entidades y de los eventos. En el caso de los determinantes definidos, por ejemplo, la instrucción codificada equivale a una indicación de que la representación mental de la entidad aludida resulta inmediatamente accesible (Kempson 1986; Leonetti 1996). El profundo paralelismo que existe entre los ámbitos nominal y verbal ha favorecido la extensión de este tipo de análisis a los indicadores de tiempo, modo, aspecto y evidencialidad: también en estos casos las instrucciones delimitan espacios restringidos de búsqueda, y aluden a la accesibilidad de las representaciones y a las relaciones de dependencia entre ellas (Moeschler 1998; Saussure 2003).

Existen, por último, instrucciones procedimentales que operan sobre los procesos pragmáticos secundarios. Las codifican todas aquellas unidades que restringen la operación de los procesos que conducen desde lo comunicado expresamente a la recuperación de los contenidos implícitos. Entre ellas están los conectores y los marcadores discursivos, que, como ocurría con *en cambio* en el ejemplo (1), limitan la manera en que hay que conectar lo dicho con otros contenidos extralingüísticos que deben tomarse de la situación y del contexto. Unidades como *pero*, *de modo que* o *aunque* no contribuyen a las condiciones de verdad de las proposiciones en las que aparecen, sino que codifican instrucciones precisas sobre cómo relacionarlas entre sí y con el contexto (Blakemore 1988; Portolés 1998).

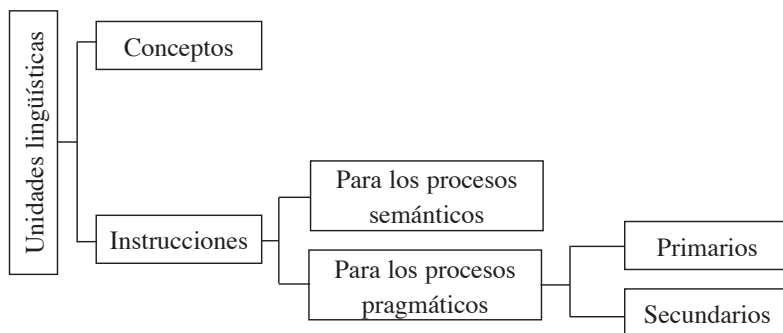


Fig. 6. La contribución de las unidades lingüísticas a la interpretación.

La codificación de instrucciones de procesamiento representa el punto central de la conexión entre la gramática y los mecanismos pragmáticos: los significados procedimentales constituyen las indicaciones que la gramática transfiere al sistema inferencial para guiar explícitamente la interpretación. El hecho de que ciertas unidades expresen instrucciones para los mecanismos pragmáticos no las convierte a ellas mismas en unidades pragmáticas. Aunque actúen en el nivel inferencial, los significados procedimentales están codificados en la gramática, lo que significa que la asociación entre la forma y la instrucción se establece en virtud de una asociación convencional y específica de cada lengua, que tiene, por tanto, que interiorizarse como parte del proceso de adquisición. Es más, las instrucciones de procesamiento (y no las que remiten a conceptos) son las unidades en las que se concentran las diferencias entre unas lenguas y otras: los significados procedimentales son, pues, parte del conocimiento lingüístico.

6.4. El proceso de comprensión

6.4.1. La atribución de intenciones

La interpretación de enunciados consiste, en último extremo, en tratar de identificar el conjunto de representaciones que el emisor tenía la intención de comunicar. Pero las intenciones son estados internos del individuo, es decir, un tipo de contenido mental al que, en principio, los demás no tienen acceso. Y si la intención no está codificada, ¿cómo es posible descubrirla?

Considere la siguiente situación. Desde la ventana de su casa ve a una mujer de mediana edad con tacones que intenta correr con todas sus fuerzas; de repente, la mujer se detiene. Un poco más allá, ve usted un autobús que arranca y se aleja de su parada. Usted habrá inferido inmediatamente que la mujer tenía la intención de coger el autobús.

Este hecho tan cotidiano revela una capacidad sorprendente: la de atribuir intenciones a personas totalmente desconocidas simplemente examinando su comportamiento; es más, esta es una tendencia a la que no podemos sustraernos, de modo que, viendo a la mujer correr y al autobús detenido en su parada, seríamos incapaces de no establecer un vínculo entre ambos hechos.

Los humanos tenemos, efectivamente, la capacidad de atribuir a cualquier forma de conducta una intencionalidad subyacente, esto es, de conectar la conducta con un estado mental. De esta manera damos sentido al comportamiento voluntario de las personas. Los especialistas indican que la capacidad de atribuir intenciones forma parte de una adaptación evolutiva de las especies que viven en grupo (Leslie 1994; Tomasello 1999). Relacionarse con los demás, entender su comportamiento y catalogar a los otros adecuadamente en función de su posición relativa dentro de la comunidad es una necesidad prioritaria para la supervivencia de los individuos.

El comportamiento comunicativo, en cuanto forma de conducta intencional (Wilson y Sperber 1993), activa también el mecanismo de identificación de intenciones. Como se dijo anteriormente, la comunicación humana no es una actividad refleja ni fortuita, sino una forma de conducta intencional de un agente; y si el fenómeno es intencional, la causa última deberá buscarse en las intenciones de quien lo produjo. Las intenciones que explican la producción de un enunciado abarcan tanto el propósito de hacer referencia a determinadas entidades y predicar de ellas ciertas propiedades y relaciones como el objetivo comunicativo global. Identificar las intenciones del emisor es fundamental, pues, tanto para establecer los contenidos explícitos como los implícitos.

La atribución de intenciones que se pone en marcha en la interpretación de los intercambios comunicativos constituye seguramente una ulterior adaptación biológica específica de la capacidad más general (Sperber 1996, 2002; Sperber y Wilson 2002; Wilson 2003), dado que las conexiones entre la forma lingüística de un enunciado y las intenciones comunicativas de su emisor son mucho más amplias, vagas e imprevisibles que las que sirven para explicar otras formas de conducta. La interpretación de enunciados requiere habilidades inferenciales mucho más complejas y da lugar a metarrepresentaciones de tercer y cuarto orden (Wilson 2000). Por ejemplo, un enunciado como el de (14a) puede inducir la derivación de metarrepresentaciones como las de (14b-d), que vinculan el comportamiento comunicativo con diferentes estados mentales:

- (14) a. [María a Ana:] –*Juan no viene*.
 b. María cree que [Juan no viene].
 c. María quiere [que Ana crea [que Juan no viene]].
 d. María quiere [que Ana sepa [ella se alegra de [que Juan no venga]]].
 e. María quiere [que Ana se alegre [de saber [que Juan no viene]]].

6.4.2. El razonamiento abductivo

La interpretación de la actividad comunicativa requiere combinar información de diferentes fuentes para identificar el conjunto de representaciones que el emisor tenía la intención de comunicar. Dado que no existen restricciones a priori ni sobre el tipo ni sobre la cantidad de información que se puede utilizar, esta operación podría convertirse en un proceso inabarcable. Sin embargo, la rapidez y la precisión con que, en general, interpretamos, sugieren que los cálculos inferenciales no deben de ser muchos y que tampoco será mucha la información a la que accedemos.

Por lo que respecta a la inferencia, parece que el tipo de proceso más frecuente en el razonamiento espontáneo humano es el que se ejemplifica en (15):

- (15) a. La luz está encendida; *premisa*
 b. hay alguien en casa. *conclusión*

Es fácil notar que este encadenamiento no es una deducción lógica: la conclusión (15b) es altamente probable –y seguramente resultará correcta la mayoría de las veces–, pero no se sigue necesariamente de la premisa. De hecho, podría haber muchas otras circunstancias que explicaran el mismo hecho. En (16)-(17) se ofrecen otros dos encadenamientos igualmente verosímiles:

(16) a. La luz está encendida; *premisa*
 b. Juan, como siempre, se ha olvidado de apagar la luz. *conclusión*

(17) a. La luz está encendida; *premisa*
 b. el temporizador funciona correctamente. *conclusión*

Los procesos inferenciales como los de (15)-(17), en los que la verdad de la premisa no asegura la verdad de la conclusión, constituyen casos de *inferencia abductiva*. Las inferencias abductivas son aquellas que tratan de establecer la mejor explicación disponible para un hecho observado (Douven 2011): son intuitivas, rápidas y automáticas, y se realizan sobre información parcial e incompleta. Las conclusiones resultan altamente verosímiles, pero se pueden cancelar sin problemas si se encuentra una explicación mejor.

Pues bien, las inferencias abductivas son la base de los procesos de interpretación que se utilizan en el procesamiento de la comunicación (Hobbs 2004). El destinatario trata de construir la mejor explicación a partir de los datos de que dispone: una explicación sobre qué es lo que quiso decir el emisor y cuáles son sus intenciones comunicativas. El enunciado de (18a) se combina con la información de fondo disponible –por ejemplo, la de (18b-c)– para inferir una interpretación como (18d):

(18) a. [María:] –¡Juan ha abandonado el partido!
 b. [María es la presidenta del partido].
 b'. [Juan había traicionado a María].
 c. María se alegra que Juan haya abandonado el partido.

Si se añadieran otros supuestos de fondo o los supuestos iniciales fueran diferentes (por ejemplo, que Juan era el miembro más valorado del partido y el que tenía más posibilidades como candidato), la conclusión habría sido muy diferente.

6.4.3. La acotación de la información

No parece haber límites a la cantidad y al tipo de información extralingüística que un individuo puede utilizar para interpretar un enunciado; y, sin embargo, como acabamos de ver, las inferencias abductivas trabajan sobre la información disponible. Parece que la mente humana ha desarrollado una estrategia de procesamiento que consiste básicamente en restringir la cantidad de información que se maneja; para ello, tiene que limitar el espacio de búsqueda.

Nuestro sistema de razonamiento parece contar, efectivamente, con algún tipo de criterio que establece dónde buscar la información y cuán-

do hay que detener la búsqueda y llegar a una decisión (Simon 1956, 1982; Gigerenzer y Selten 2001; Gigerenzer 2000, 2007). Este criterio, según los investigadores, está basado en otras dos características de la mente humana: el modo en que organiza la información y la existencia de expectativas de satisfacción.

Por lo que respecta a la información, hemos visto que las representaciones no se almacenan de manera aislada, sino que se articulan en estructuras y redes de conocimiento más complejas, en las que se establecen relaciones entre agentes, objetos, eventos y situaciones. Esta organización (cf. Cap. 3) se ha explicado y modelizado computacionalmente en términos de esquemas, guiones o marcos (Shank y Abelson 1977). Pues bien, estas estructuras jerarquizan la información y permiten tener expectativas precisas sobre las relaciones entre entidades y sobre el curso de los acontecimientos: sabemos que al entrar en un restaurante se activa toda una red de expectativas sobre las personas que se van a encontrar en él, sus funciones respectivas y su comportamiento esperado; sobre los objetos que se van a utilizar y la forma de manipular la comida; sobre el orden de la secuencia de eventos que van a tener lugar... Esta organización facilita el procesamiento, ya que trae a primer plano la información más directamente relevante y, de este modo, se restringe de manera significativa la búsqueda de la información necesaria para interactuar.

Por otro lado, la existencia de expectativas de satisfacción (Simon 1956) funciona también como un factor decisivo para limitar la complejidad del procesamiento. La formulación de hipótesis es una actividad dirigida a un objetivo: en este caso, descubrir los vínculos de causa-efecto que subyacen a un hecho comunicativo. Pues bien, tenemos expectativas precisas acerca de qué tipo de razón resulta satisfactoria y suficiente, aunque no haya garantías ni de que sea la única ni de que sea la mejor posible: no buscamos incesantemente la explicación óptima, sino que nos conformamos con aquella que hace encajar suficientemente todas las piezas y nos devuelve una imagen coherente de la situación.

6.4.4. El criterio de comprensión

Estas ideas se encuentran en la base del procedimiento interpretativo postulado en Sperber y Wilson (1986/1995). El procedimiento de comprensión de enunciados representa el corolario de las diferentes reflexiones hechas hasta el momento. De acuerdo con las reflexiones anteriores, la interpretación se lleva a cabo por medio de procesos de inferencia abductiva para tratar de identificar las intenciones comunicativas del emisor. La información extralingüística que se utiliza en este razonamiento no está fijada de antemano, sino que se selecciona de manera dinámica sobre la marcha, siguiendo las estrategias propias de una heurística que utiliza la información más fácilmente accesible. El procesamiento se detiene cuando las expectativas se consideran satisfechas. Así pues, el destinatario dispone de un único criterio para evaluar las hipótesis interpretativas según se le van ocurriendo y deci-

dir cuándo dejar de procesar: la primera interpretación que lo satisface es la única que lo satisface. La formulación de Sperber y Wilson (1995: 272) es la siguiente:

- (20) a. Al computar los efectos cognitivos, se sigue la ruta del mínimo esfuerzo. Las hipótesis interpretativas (desambiguación, resolución de referencia, reajustes léxicos, implicaturas, etc.) se comprueban en orden de accesibilidad.
- b. El procesamiento se detiene cuando las expectativas del destinatario se ven satisfechas.

Aunque no podemos comentar otros detalles técnicos, basta con decir que en el procedimiento anterior la acotación del espacio de búsqueda en los procesos de comprensión queda definida en términos de accesibilidad: solo la información inmediatamente accesible entra a formar parte del conjunto inicial de supuestos que se toman en consideración. La accesibilidad de los supuestos está determinada, a su vez, por su grado de activación en la memoria a corto plazo; y este grado de activación depende tanto de la situación comunicativa (que lógicamente activa las representaciones relacionadas con ella) como de los conceptos mismos codificados en la formulación lingüística, que traen a primer plano la información lógica y enciclopédica con ellos asociada. En este punto entra en juego la organización de la información: una situación o un concepto no solo activan su propio contenido, sino todo el esquema general al que pertenecen, lo cual trae también a primer plano el resto de las entidades que forman el esquema, además de las expectativas y las predicciones que lo acompañan. Las unidades procedimentales guían los procesos interpretativos y restringen también el espacio de búsqueda.

El nivel de satisfacción viene definido por las expectativas de cada individuo y cambia de una situación comunicativa a otra. Este nivel determinará en cada caso si el conjunto de supuestos reunido según el procedimiento anterior da un resultado suficientemente satisfactorio o no: en caso afirmativo, el procesamiento se detiene; en caso negativo, el contexto debe ampliarse buscando extensiones de la información disponible hasta lograr que las expectativas iniciales se vean satisfechas.

El procedimiento descrito no constituye una norma sobre cómo debe ser el proceso interpretativo o sobre cómo sería sensato que fuera; tampoco es una rutina que uno pueda decidir si seguir o no. Representa, al contrario, una generalización explicativa sobre cómo funcionan los mecanismos inferenciales propios de la cognición humana y cuáles son los principios que los fundamentan: nuestra mente está diseñada para funcionar de esta manera y no puede sustraerse a este modo de procesar la información. El procedimiento es, por tanto, enteramente sistemático, aunque no permita hacer predicciones específicas e irrefutables. Esto no indica que el procedimiento en sí sea inverificable; lo único que no es predecible (fuera de condiciones muy estrictas de laboratorio) es el nivel de activación de los supuestos que cada individuo puede utilizar en la interpretación de cada enunciado concreto. La lógica subya-

cente se puede recuperar solo a posteriori: cuando se pregunta a alguien por las razones que le llevaron a una determinada interpretación, es capaz, como vimos a propósito de (12), de recuperar el conjunto de supuestos de fondo que le han llevado a la interpretación que obtuvo.

6.5. A modo de conclusión: Gramática y Pragmática

Uno de los debates más vivos de la investigación contemporánea (véanse Bach 1999; Carston 1999; Recanati 2004, 2012; Ariel 2008, 2010) es el que atañe a la manera de establecer una distinción explicativamente poderosa entre los ámbitos gramatical y pragmático. En estas páginas se han presentado datos a favor de la idea de que esta distinción no debe establecerse atendiendo a los niveles de representación en juego –lo explícito para la Gramática, lo implícito para la Pragmática–, sino a los tipos de procesos que operan: la clave de la división del trabajo se halla en la naturaleza de los procesos que les dan origen: los procesos de codificación y descodificación constituyen el territorio de las explicaciones gramaticales; los procesos de inferencia son el dominio de la Pragmática (Ariel 2010; Recanati 2012).

Tanto los procesos semánticos como los pragmáticos permiten conectar formas y significados, pero lo hacen de modo diferente, y presentan características propias que permiten distinguirlos con precisión. En el caso de los procesos semánticos, la conexión entre formas y significados no es directa, sino que media siempre un sistema convencional y arbitrario (la gramática); en los procesos pragmáticos, en cambio, la asociación entre indicios e interpretaciones no es convencional ni específica de una lengua, y requiere la integración de informaciones extralingüísticas (individuales o compartidas). En consecuencia, si se quieren obtener generalizaciones significativas, hay que atender a la especificidad de cada uno de estos procesos.

A partir de las consideraciones anteriores, podemos identificar las principales características de los procesos semánticos:

- Son algorítmicos. El significado se construye de acuerdo con pautas fijas de composición, que combinan los significados léxicos de acuerdo con las instrucciones contenidas en la estructura sintáctica. Hay pautas sistemáticas de derivación de las representaciones, de modo que, para descodificar correctamente el significado de una oración, basta con ajustarse estrictamente a los pasos dictados por su propia estructura.
- Son locales. La construcción del significado se hace teniendo en cuenta solo la información directamente contenida en la formulación lingüística misma, sin tomar en cuenta otros tipos de información extralingüística, y sin que se puedan tomar en consideración otras informaciones ajenas al sistema computacional mismo. Son, en

este sentido, procesos encapsulados, no sensibles a informaciones externas.

- Son independientes del contexto. El significado lingüístico es una propiedad de las expresiones como unidades abstractas (tipos) y no de cada una de sus manifestaciones concretas (ejemplares).
- Dan lugar a una representación esquemática del significado. La representación así obtenida ha de completarse inferencialmente para poder determinar cuál es la representación que el emisor quiso comunicar de manera explícita.

De acuerdo con este enfoque, la Gramática debe ocuparse exclusivamente de los procesos propios del mecanismo computacional específico que determina la producción e interpretación de expresiones lingüísticas de acuerdo con un sistema convencional de reglas que gobiernan de manera directa y sistemática la relación entre forma y contenido. Al describir los procesos gramaticales, ha de atenderse solo a las bases y los principios que caracterizan el conocimiento convencional y específico de cada lengua (en lo relativo tanto a los contenidos léxicos como a las pautas de combinación sintáctica), sin acudir a factores contextuales, al evento discursivo o al conocimiento del mundo.

La Pragmática, por su parte, debe atender a los procesos inferenciales. De lo dicho en las secciones anteriores se desprende que los procesos pragmáticos, sean primarios o secundarios, presentan las siguientes características:

- Son interpretativos. Son operaciones heurísticas que tienen como objetivo construir una interpretación y para ello forman hipótesis razonables sobre las intenciones comunicativas del emisor; no siguen, pues, un procedimiento mecánico de derivación, sino que parten de los conocimientos, las experiencias y las expectativas del sujeto, y combinan la información lingüística con representaciones extralingüísticas para obtener una representación global coherente.
- Son cancelables. Ello significa que ninguna interpretación es infalible: los resultados obtenidos son simplemente plausibles, pero no seguros; la adición de nuevos datos puede invalidar la interpretación a la que se ha llegado.
- Son procesos globales (holísticos). No conocen límites al tipo y a la cantidad de representaciones que pueden manejar.
- Son dependientes del contexto. La construcción del significado se hace teniendo en cuenta tanto la información directamente contenida en la formulación lingüística como otros tipos de información no lingüística.
- Dan como resultado la interpretación de los enunciados en cuanto muestras concretas, ligadas a unas condiciones de enunciación determinadas.

La comunicación lingüística se revela, pues, como una actividad compleja en la que intervienen diversos tipos de entidades, representaciones y procesos. En ella, el emisor produce intencionalmente una ex-

presión simbólica y la ofrece como indicio de su intención comunicativa. El destinatario, por su parte, ha de descodificar la expresión lingüística e inferir cuál es la relación entre el indicio ostensivo y la intención comunicativa del emisor para poder recuperar las representaciones que el emisor quería comunicar, acudiendo para ello a procesos heurísticos que tratan de buscar una explicación verosímil a partir de los datos disponibles. Estos datos incluyen representaciones individuales, pero también representaciones ampliamente compartidas por los miembros de cada cultura y de cada grupo social, que condicionan ampliamente nuestra manera de percibir y de reaccionar ante el entorno.

Pese a toda su complejidad, la comunicación está lejos de ser un proceso “a prueba de fallos”, pero representa, sin duda, la manifestación más sorprendente de la actividad humana.

BIBLIOGRAFÍA

- AJIMER, K. (1996), *Conversational Routines in English. Convention and creativity*, Harlow, Pearsons.
- ARIEL, M. (2008), *Pragmatics and Grammar*, Cambridge, Cambridge University Press.
- (2010), *Defining Pragmatics*, Cambridge, Cambridge University Press.
- AUSTIN, J. L. (1962), *How to do Things with Words: The William James Lectures delivered at Harvard University in 1955* (ed. póstuma de J. O. Urmson), Oxford, Clarendon Press [ed. cast.: *Cómo hacer cosas con palabras: Palabras y acciones*, Barcelona, Paidós, 1982].
- BACH, K. (1999), «The semantics/pragmatics distinction: What it is and why it matters», en K. Turner (ed.), *The Semantics/Pragmatics Interface from Different Points of View*, Amsterdam, Elsevier, pp. 65-84.
- BEZUIDENHOUT, A. L., Y R. K. MORRIS (2004), «Implicature, Relevance, and Default Pragmatic Inference», en D. Sperber e I. Noveck (eds.), *Experimental Pragmatics*, Basingstoke, Palgrave Press, pp. 257-282.
- BLAKEMORE, D. (1988), «So as a constraint on relevance», en R. M. Kempson (ed.), *Mental Representations: The Interface Between Language and Reality*, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 183-195.
- BLUM-KULKA, S., J. HOUSE Y G. KASPER (1989), *Cross-cultural Pragmatics: Requests and Apologies*, Norwood (NJ), Ablex.
- BOGARDUS, E. S. (1925a), «Social distance and its origins», *Journal of Applied Sociology* 9, pp. 216-226.
[http://www.brocku.ca/MeadProject/Bogardus/Bogardus_1925b.html]
- (1925b), «Measuring social distance», *Journal of Applied Sociology* 9, pp. 299-308.

- [http://www.brocku.ca/MeadProject/Bogardus/Bogardus_1925c.html]
- (1926), «Social distance in the city». *Proceedings and Publications of the American Sociological Society* 20, pp. 40-46.
- [http://www.brocku.ca/MeadProject/Bogardus/Bogardus_1926.html]— (1959), *Social Distance*, Yellow Springs (Oh.), Antioch.
- BROWN, R., Y A. GILMAN (1960), «Pronouns of power and solidarity», en T. A. Sebeok (ed.), *Style in Language*, Cambridge (Mass.), MIT Press, pp. 253-276.
- BROWN, P., Y S. LEVINSON (1987), *Politeness. Some Universals in Language Usage*, Cambridge, Cambridge University Press.
- BÜHLER, K. (1934), *Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Sprache*, Jena, Verlag von Gustav Fischer [ed. cast.: *Teoría del lenguaje*, Madrid, Revista de Occidente, 1950; trad. inglesa disponible en [<http://books.google.com/books?id=PgXKeCYGD3QC>].
- CACIOPPO, J. T., Y G. G. BERNSTON (1992), «Social psychological contributions to the decade of the brain: Doctrine of multilevel analysis», *American Psychologist* 4, pp. 1.019-1.028.
- CACIOPPO, J. T., Y J. DECETY (2009), «What are the brain mechanisms on which psychological processes are based?», *Perspectives on Psychological Science* 4, pp. 10-18.
- CACIOPPO, J. T., G. G. BERNSTON Y J. DECETY (2010), «Social neuroscience and its relationship to social psychology», *Social Cognition* 28, pp. 675-685.
- CARSTON, (1999), «The semantics/pragmatics distinction: a view from Relevance Theory», en K. Turner (ed.), *The Semantics/Pragmatics Interface from Different Points of View*, Amsterdam, Elsevier, pp. 85-125.
- (2002), *Thoughts and Utterances: The Pragmatics of Explicit Communication*, Oxford, Blackwell.
- (2006), «Code and inference: The meaning of words in context», en *Explicit and Implicit Information in Text Information Structure across Languages* (Pre-Proceedings of the SPRIK Conference), Oslo. [<http://www.hf.uio.no/ilos/forskning/prosjekter/sprik/docs/pdf/proceedings.pdf>]
- CAVANAGH, P., R. A. WILSON Y F. C. KEIL (1999), «Top-down processing in vision», *MIT Encyclopedia of Cognitive Science*, Cambridge (Mass.), MIT Press.
- CHATER, N., M. PICKERING Y D. MILWARD (1995), «What is incrementality?», *Edinburgh Working Papers in Cognitive Science* 11, pp. 1-23.
- CHENEY, D. L., Y R. M. SEYFARTH (1990), *How Monkeys See the World: Inside the Mind of Another Species*, Chicago, University of Chicago Press.
- DOUVEN, I. (2011), «Abduction», en E. N. Zalta (ed.), *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*, [<http://plato.stanford.edu/archives/spr2011/entries/abduction>]
- EGG, M. (2012), «Semantic underspecification», *Language and Linguistics Compass* 4, pp. 166-181.

- ESCANDELL VIDAL, M. V. (1995), «Cortesía, fórmulas convencionales y estrategias indirectas», *Revista Española de Lingüística* 25, pp. 31-66.
- (1996/2006), *Introducción a la Pragmática*, Barcelona, Ariel.
- (1996), «Towards a cognitive approach to politeness», *Language Sciences* 18, pp. 621-650.
- (2003), «La investigación en Pragmática», *Interlingüística* 14, pp. 45-57.
[http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=919034&orden=63411]
- (2004a), *Fundamentos de Semántica composicional*, Barcelona, Ariel.
- (2004b), «Norms and principles. Putting social and cognitive pragmatics together», en R. Márquez-Reiter y M. E. Placencia (eds.), *Current Trends in the Pragmatics of Spanish*, Amsterdam, John Benjamins, pp. 347-371.
- Y M. LEONETTI (2000), «Categorías funcionales y semántica procedimental», en M. Martínez Hernández *et al.* (eds.), *Cien años de investigación semántica: de Michel Bréal a la actualidad*, Madrid, Ediciones Clásicas, pp. 363-378.
- Y M. LEONETTI (2011), «On the rigidity of procedural meaning», en V. Escandell-Vidal *et al.* (eds.), *Procedural Meaning. Problems and Perspectives*, Emerald, Bingley, pp. 81-102.
- FRISCH, K. von (1973), «Decoding the language of the bee», discurso de recogida del premio Nobel de Fisiología y Medicina, 12 de diciembre de 1973.
[http://nobelprize.org/nobel_prizes/medicine/laureates/1973/frisch-lecture.html]
- FRISSON, S. (2009), «Semantic underspecification in language processing», *Language and Linguistic Compass* 3, pp. 111-127.
- Y M. J. PICKERING (2001), «Figurative language processing in the Underspecification Model», *Metaphor and Symbol* 16, 3-4, pp. 149-171.
- FRITH, C., Y U. FRITH (2010), «Learning from others: Introduction to the special Review Series on Social Neuroscience», *Neuron* 65, p. 739-743.
- FRITH, U., J. MORTON Y A. M. LESLIE (1991), «The cognitive basis of a biological disorder: autism», *Trends in Neurosciences* 14, pp. 433-438.
- GENTNER, D., Y A. L. STEVENS (eds.) (1983), *Mental Models*, Hillsdale (NJ), Lawrence Erlbaum.
- GIBBS, R. W., Y J. F. MOISE (1997), «Pragmatics in understanding what is said», *Cognition* 62, pp. 51-74.
- GIGERENZER, G. (2000), *Adaptive Thinking: Rationality in the Real World*, Nueva York, Oxford University Press.
- (2007), *Gut Feelings: The Intelligence of the Unconscious*, Nueva York, Viking Press.
- Y P. M. TODD (1999), «Fast and frugal heuristics. The adaptative toolbox», en G. Gigerenzer, P. M. Todd y el ABC Group (1999), *Simple Heuristics that Make Us Smart*, Nueva York, Oxford University Press, pp. 3-34.
- Y R. SELTEN (eds.) (2002), *Bounded Rationality*, Cambridge (Mass.), MIT Press.

- GRICE, H. P. (1975), «Logic and conversation», en P. Cole y J. Morgan (eds.), *Syntax and semantics*, vol 3. Nueva York, Academic Press, pp. 41-58.
- (1978), «Further Notes on Logic and Conversation», en P. Cole (ed.), *Syntax and Semantics, vol. 9: Pragmatics*, Nueva York, Academic Press, pp. 113-128.
- HAVERKATE, H. (1994), *La cortesía verbal. Estudio pragmlingüístico*, Madrid, Gredos.
- HOBBS, J. R., (2004), «Abduction in natural language understanding», en L. Horn y G. Ward (eds.), *The Handbook of Pragmatics*, Oxford, Blackwell, pp. 724-741.
- HUANG, Y. T., Y J. SNEDEKER (2011), «Logic and conversation revisited: Evidence for a division between semantic and pragmatic content in real time language comprehension», *Language and Cognitive Processes* 26, 8, pp. 1.161-1.172.
- HUMBOLDT, W. VON (1825-1826), *Lettre à M. Abel-Rémusat, sur la nature des formes grammaticales en général, et sur le génie de la langue chinoise en particulier* [ed. cast. en A. Alonso-Cortés (coord.) (1989), *Lecturas de lingüística*, Madrid, Cátedra, pp. 77-96].
- JACKENDOFF, R. (1992), *Languages of the Mind: Essays on Mental Representation*, Cambridge (Mass.), MIT Press.
- JAKOBSON, R. (1960), «Closing Statements: Linguistics and Poetics», en Th. A. Sebeok (ed.), *Style in Language*, Cambridge (Mass.), MIT Press, pp. 350-377.
[<http://www.tlu.ee/files/arts/6007/t=123615bbc9eca23cc96df501c2bcad69801.pdf>]
- JANNEY, R. W., y H. Arndt (1992), «Intracultural Tact vs Intercultural Tact», en R. J. Watts, S. Ide y K. Ehlich (eds.), *Politeness in Language*, Berlín, Mouton-DeGruyter, pp. 21-42.
- KAPLAN, D. (1989), «Demonstratives», en J. Almog, J. Perry y H. Wettstein (eds.), *Themes from Kaplan*, Oxford, Oxford University Press, pp. 481-563.
- KEMPSON, R. (1986), «Definite NPs and context-dependence: a unified theory of anaphora», en T. Myers, K. Brown y B. Mcgonigle (eds.), *Reasoning and Discourse Processes*, Londres, Academic Press, pp. 209-239.
- KERBRAT-ORECCHIONI, C. (1986-1992), *Les interactions verbales*, París, Armand Colin.
- KLEPOUSNIOTOU, E., G. B. PIKEA, K. STEINHAEUERB Y V. GRACCOB (2012), «Not all ambiguous words are created equal: An EEG investigation of homonymy and polysemy», *Brain and Language* 123, pp. 11-21.
- LEECH, G. N. (1983), *Principles of Pragmatics*, Londres, Longman [ed. cast.: *Principios de Pragmática*, Logroño, Universidad de La Rioja, 1998].
- LEONETTI, M. (1996), «El artículo definido y la construcción del contexto», *Signo y Señal* 5, pp. 101-138.
- LESLIE, A. M. (1994), «ToMM, ToBY, and Agency: Core architecture and domain specificity», en L. A. Hirschfeld y S. A. Gelman (eds.),

- Mapping the Mind. Domain Specificity in Cognition and Culture*, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 119-148.
- LYONS, J. (1977), *Semantics*, Cambridge, Cambridge University Press [ed. cast.: *Semántica*, Barcelona, Teide, 1980].
- MARR, D. C. (1982), *Vision: A Computational Investigation into the Human Representation and Processing of Visual Information*, Nueva York, Freeman.
- MINSKY, M. (1975), «A framework for representing knowledge», en P. Winston (ed.), *The Psychology of Computer Vision*, Nueva York, McGraw-Hill, pp. 211-277.
[<http://web.media.mit.edu/~minsky/papers/Frames/frames.html>]
- (1986), *The Society of Mind*, Nueva York, Simon and Schuster [ed. cast.: *La sociedad de la mente: la inteligencia humana a la luz de la inteligencia artificial*, Buenos Aires, Galápagos].
- MOESCHLER, J. ET AL. (ed.) (1998), *Le temps des événements. Pragmatique de la référence temporelle*, París, Kimé.
- NICOLLE, S., Y B. CLARK (1999), «Experimental pragmatics and what is said: A response to Gibbs and Moise», *Cognition* 69, pp. 337-354.
- OCHSNER, K. N., y M. D. Lieberman (2001), «The emergence of social cognitive neuroscience», *American Psychologist* 56, pp. 717-734.
- PAIVIO, A. (1986), *Mental Representations: A Dual Coding Approach*, Oxford, Oxford University Press.
- (2007), *Mind and its Evolution: A Dual Coding Theoretical Approach*, Mahwah (NJ), Lawrence Erlbaum.
- PARK, R. E. (1924), «The concept of social distance as applied to the study of racial attitudes and racial relations», *Journal of Applied Sociology* 8, pp. 339-344.
[http://www.brocku.ca/MeadProject/Park/Park_1924.html]
- PEIRCE, C. S. (1867), «On a New List of Categories», *Proceedings of the American Academy of Arts and Sciences* 7, pp. 287-298.
[<http://www.cspeirce.com/menu/library/bycsp/newlist/nl-frame.htm>]
- POOLE, W. C. Jr. (1927), «Distance in Sociology», *The American Journal of Sociology* 33, pp. 99-104.
- PORTOLÉS, J. (1998), *Marcadores del discurso*, Barcelona, Ariel.
- POSNER, M. I. (ed.) (1989), *Foundations of Cognitive Science*, Cambridge (Mass.) Bradford Books.
- PYLYSHYN, Z. (1984), *Computation and Cognition: Toward a Foundation for Cognitive Science*, Cambridge (Mass.), MIT Press.
- RECANATI, F. (1995), «The alleged priority of literal interpretation», *Cognitive Science* 19, pp. 207-232.
- (2004), *Literal Meaning*, Cambridge, Cambridge University Press.
- (2012), *Mental Files*, Oxford, Oxford University Press.
- RUMELHART, D. E. (1980), «Schemata: The building blocks of cognition», en R. J. Spiro, B. C. Bruce y W. F. Brewer (eds.), *Theoretical issues in reading comprehension*, Hillsdale (NJ), Lawrence Erlbaum.
- y A. ORTONY (1977), «The representation of knowledge in memory», en R. C. Anderson, R. J. Spiro y W. E. Montague (eds.), *Schooling*

- and the acquisition of knowledge*, Hillsdale (NJ), Lawrence Erlbaum, pp. 99-135.
- RUSSELL, S., y NORVIG, P. (1995), *Artificial Intelligence: A Modern Approach*, Engelwood Cliffs (NJ), Prentice Hall [ed. cast.: *Inteligencia Artificial: un enfoque modern*, México, Prentice-Hall Hispanoamericana].
- SAUSSURE, L. de (2003), *Temps et pertinence. Éléments de pragmatique cognitive du temps*, Bruselas, De Boeck-Duculot.
- SAXE, R. (2006), «Uniquely human social cognition», *Current Opinion in Neurobiology* 16, 2, pp. 235-239.
- SEARLE, J. R. (1969), *Speech acts. An Essay in the Philosophy of Language*, Cambridge, Cambridge University Press [ed. cast.: *Actos de habla*, Madrid, Ediciones Cátedra, 1986].
- (1975), «Indirect speech acts», en P. Cole y J. L. Morgan (eds.), *Syntax and Semantics, 3: Speech Acts*, Nueva York, Academic Press, pp. 59-82.
- (1995), *The Construction of Social Reality*, Nueva York, The Free Press.
- y D. VANDERVEKEN (1985), *Foundations of Illocutionary Logic*, Cambridge, Cambridge University Press.
- SHANK, R., y R. ABELSON (1977), *Scripts, Plans, Goals and Understanding*, Hillsdale (NJ), Lawrence Erlbaum [ed. cast.: *Guiones, planes, metas y entendimiento*, Barcelona, Paidós, 1987].
- SHANNON, C. E. (1948), «The mathematical theory of communication», *The Bell System Technical Journal* 27, pp. 379-423, 623-656. [<http://plan9.bell-labs.com/cm/ms/what/shannonday/shannon1948.pdf>]
- y W. WEAVER (1949), *The Mathematical Theory of Communication*, Urbana (IL), University of Illinois Press.
- SIMON, H. A. (1956), «Rational choice and the structure of the environment», *Psychological Review* 63, 2, pp. 129-138.
- (1982), *Models of Bounded Rationality*, Cambridge (Mass.), MIT Press.
- SPENCER-OATEY, H. (2008), «Face, (Im)politeness, and Rapport», en H. Spencer-Oatey (ed.), *Culturally Speaking. Managing Rapport through Talk across Cultures* (2.^a ed.), Londres, Continuum, pp. 11-47.
- (ed.) (2008), *Culturally Speaking. Managing Rapport through Talk across Cultures* (2.^a ed.), Londres, Continuum.
- SPERBER, D. (1996), *Explaining culture*, Oxford, Blackwell.
- (2002), «In defense of massive modularity», en E. Dupoux (ed.), *Language, Brain and Cognitive Development: Essays in Honor of Jacques Mehler*, Cambridge (Mass.), MIT Press, pp. 47-57.
- y D. WILSON (1986/1995), *Relevance. Communication and Cognition*, Oxford, Blackwell [ed. cast.: *La relevancia*, Madrid, Visor, 1994].
- y D. WILSON (2002), «Pragmatics, modularity and mindreading», *Mind & Language* 17, pp. 3-23.
- y D. WILSON (2005), «Pragmatics», en F. Jackson y M. Smith (eds.), *Oxford Handbook of Philosophy of Language*, Oxford, Oxford University Press, pp. 468-501. [<http://www.dan.sperber.fr/?p=117>]

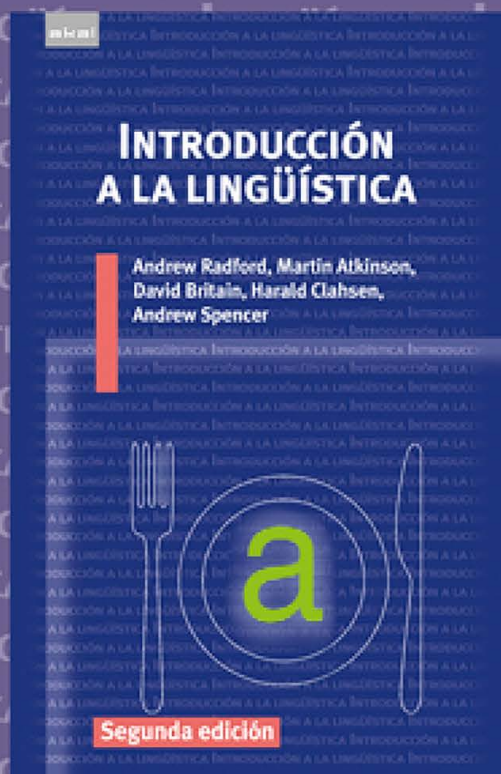
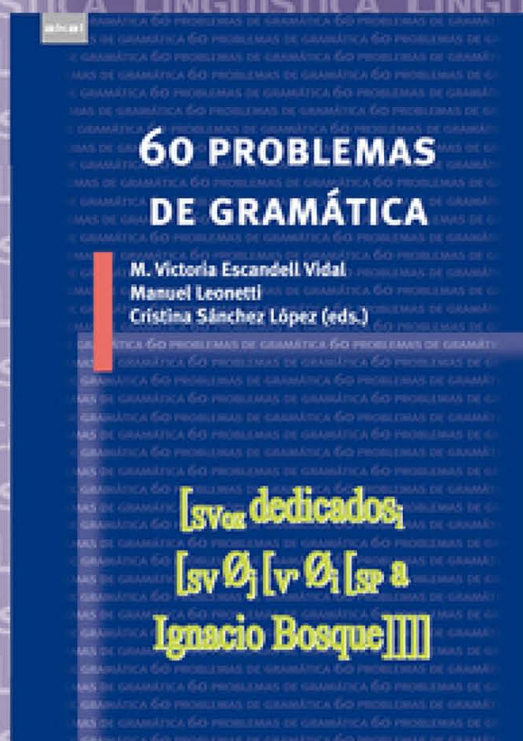
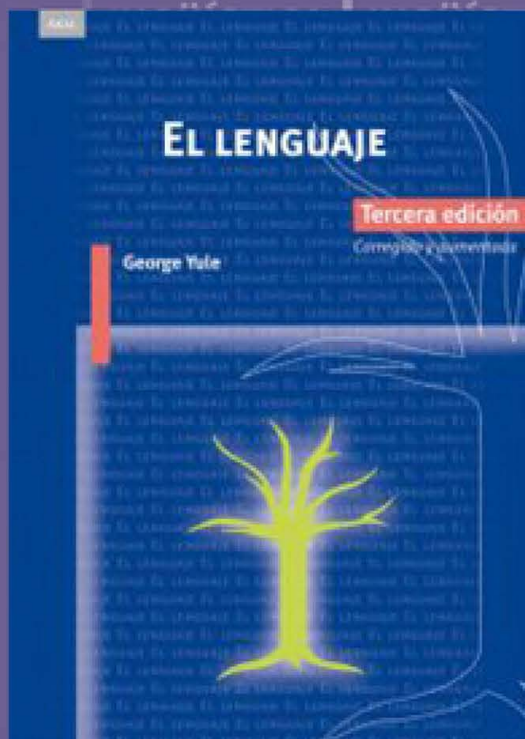
- TANNEN, D. (ed.) (1993), *Framing in Discourse*, Nueva York, Oxford University Press.
- THAGARD, P. (2005), *Mind: Introduction to Cognitive Science* (2ª ed.), Cambridge (Mass.), MIT Press.
- TOMASELLO, M. (1999), *The Cultural Origins of Human Cognition*, Harvard, Harvard University Press.
- WEAVER, W. (1949), «The mathematics of communication», *Scientific American* 181, 1, pp. 11-15.
[<http://www.mt-archive.info/SciAm-1949-Weaver.pdf>]
- WILSON, D. (2000), «Metarepresentation in linguistic communication», en D. Sperber (ed.), *Metarepresentations*, Oxford, Oxford University Press, pp. 411-448.
- (2003), «New directions for research on pragmatics and modularity», *UCL Working Papers in Linguistics* 15, pp. 105-127.
- Y D. SPERBER (1988), «Mood and the analysis of non-declarative sentences», en J. Dancy, J. Moravcsik y C. Taylor (eds.), *Human agency: Language, duty and value*, Stanford (Ca.), Stanford University Press, pp. 77-101.
- Y D. SPERBER (1993), «Linguistic form and relevance», *Lingua* 90, pp. 1-25.
- Y D. SPERBER (2004), «La teoría de la relevancia», *Revista de Investigación Lingüística* VII, pp. 237-286.
[<http://www.um.es/dp-lengua-espa/revista/vol7/relevancia.pdf>]
- YUS, F. (1997), *Cooperación y relevancia: dos aproximaciones pragmáticas a la interpretación*, Alicante, Universidad de Alicante.
[<http://publicaciones.ua.es/filespubli/pdf/LD84790832208977775.pdf>]
- (2010), *Ciberpragmática 2.0*, Barcelona, Ariel.

Otras lecturas recomendadas

- CALSAMIGLIA BLANCAFORT, H., Y A. TUSÓN VALLS (1999), *Las cosas del decir*, Barcelona, Ariel.
- CEREZO ARRIAZA, M. (1994), *Texto, contexto y situación*, Barcelona, Octaedro.
- GUTIÉRREZ ORDÓÑEZ, S. (1997), *Comentario pragmático de textos publicitarios*, Madrid, Arco/Libros.
- (1997b), *Comentario pragmático de textos polifónicos*, Madrid, Arco/Libros.
- (2000), *Comentario pragmático de textos de desecho*, Madrid, Arco/Libros.
- (2000b), *Comentario pragmático de textos literarios*, Madrid, Arco/Libros.
- (2002), *De Pragmática y Semántica*, Madrid, Arco/Libros.
- MALDONADO ALEMÁN, M. (2003), *Texto y comunicación*, Madrid, Fundamentos.
- NÚÑEZ, R., Y E. DEL TESO (1996), *Semántica y Pragmática del texto común: producción y comentario de textos*, Madrid, Cátedra.

- REYES, G. (1994), *El Abecé de la pragmática*, Madrid, Arco/Libros.
— *et al.* (2000), *Ejercicios de pragmática I y II*, Madrid, Arco/Libros.
- SERRANO, S. (2004), *El regalo de la comunicación*, Barcelona, Anagrama.
- TESO, E. DEL (1998), *Contexto, situación e indeterminación*, Oviedo, Publicaciones del Departamento de Filología Española.
- VALDÉS VILLANUEVA, L. M. (comp.) (2000), *La búsqueda del significado: lecturas de filosofía del lenguaje*, Madrid, Tecnos.
- VICENTE, B. (1999), «La teoría de la pertinencia», en M. Dascal (ed.), *Filosofía del lenguaje I: Pragmática*, Madrid, Trotta, pp. 115-136.

LINGÜÍSTICA



La comunicación verbal es una manifestación externa de diversos procesos cognitivos alimentados por las representaciones del entorno que han ido construyendo cada individuo y cada grupo social. Lengua, cognición y sociedad aparecen como una tríada inseparable e imprescindible a la hora de dar cuenta de los fenómenos comunicativos. Comprender la comunicación significa entender cómo se entrelazan lo individual y lo colectivo, la cognición y la cultura, lo biológico y lo institucional. En este libro se propone un modelo teórico coherente que permite encontrar regularidades, para poder construir explicaciones fundadas de las diferentes facetas de la actividad comunicativa.

Una teoría general de la comunicación humana solo es posible si se concibe como una empresa multidisciplinar. La inspiración fundamental de estas páginas proviene de los hallazgos recientes de muchos investigadores de ámbitos muy diversos: en él conviven los puntos de vista de filósofos y lingüistas, psicólogos y sociólogos, neurocientíficos y especialistas en Inteligencia Artificial.

M. Victoria Escandell Vidal es catedrática de Lingüística General en la UNED. Se ocupa fundamentalmente de las relaciones entre Gramática, Semántica y Pragmática, en libros como *Fundamentos de Semántica composicional* (2004), *Introducción a la Pragmática* (2006), *Procedural Meaning: Problems and Perspectives* (2011) o *60 problemas de Gramática* (2011). Ha sido profesora e investigadora visitante en numerosas universidades extranjeras.

