

2. Emisores: cognición e ideologías

Mucha gente siente necesidad de garabatear mientras habla por teléfono. Este hecho está muy relacionado con las características del medio, a saber, que requiere la participación de nuestros sentidos y facultades.

(Marshall McLuhan, *Comprender los medios de comunicación*, 1964)

Horador. Aplícase al que dice la hora que es pronunciando un discurso de larga duración.

Verborrea. Enfermedad venérea de la elocuencia.

(José Luis Coll, *El diccionario de Coll*, 1979)

<https://dx.doi.org/10.5209/ling.001.03>

2.1. Enfoque lingüístico: la función expresiva

La figura del emisor es motor de la producción lingüística y primer eslabón de la cadena comunicativa. Todo lo que se comunica de algún modo es activa o pasivamente emitido. Los emisores son sujetos agentes de la comunicación y protagonistas de la interacción. En ellos tiene lugar el milagro de la articulación lingüística como producto de una facultad extraordinaria y única entre los seres vivos. Los emisores hablan y escriben y, al hacerlo, expresan emociones y sentimientos. Por eso la función que prototípicamente se les atribuye en los modelos de la comunicación es la función expresiva. Desde la Antigüedad, se denomina *elocuencia* a la fuerza expresiva para convencer y persuadir por medio de la palabra y se llama *oratoria* al arte de hablar con elocuencia (Habinek 2005; Faramiñán 2018).

La función expresiva, también llamada emotiva o sintomática, es aquella en la que predomina la intención por parte del emisor de proyectar unos sentimientos, unas emociones, unas preferencias u opiniones, generalmente para hacer partícipes a los posibles receptores. Existen marcas lingüísticas potencialmente indicadoras de una función expresiva en la comunicación: uso de la primera persona, exclamaciones o interjecciones, verbos como *creer* o *sentir*... Sin embargo, tales marcas no son las únicas con capacidad para cumplir la función expresiva ni revelan inequívocamente que tal función sea la predominante en un enunciado determinado.

La importancia y la complejidad de la adquisición, la producción y la emisión lingüísticas han exigido emplearse a fondo, en la formulación de modelos

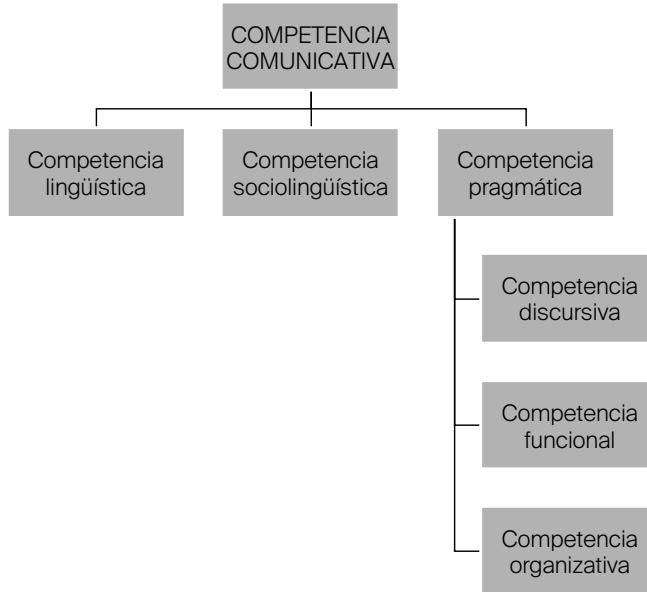
e hipótesis explicativas, a los interesados por la naturaleza del lenguaje. Y todos ellos han debido atender, de un modo u otro, al primordial ámbito de la cognición. De hecho, uno de los grandes debates en relación con la naturaleza del lenguaje opone a los que consideran que constituye un sistema cognitivo específico, frente a los que consideran que el lenguaje se desarrolla a partir de los sistemas cognitivos generales, dado que procesos cognitivos como la asociación, la categorización, la fusión, la discriminación, la simbolización o la memoria, esenciales a la lengua, no son exclusivos de esta facultad humana. Junto a la cognición, desde una perspectiva lingüística, la ideología es otro factor decisivo para entender la figura del emisor desde una perspectiva psicosocial. A ello le prestaremos atención en este capítulo.

2.1.1. Producción

La producción lingüística es un proceso físico y cognitivo por el que se construye y transmite un mensaje. En este proceso se requiere la realización de tareas diferentes, como la selección del contenido del mensaje, la formulación sintáctica y fonológica del contenido del mensaje o la adecuación del mensaje al contexto. Los conocimientos implicados en la producción comunicativa se reúnen en la «competencia comunicativa» de los hablantes o emisores. De acuerdo con el *Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas* (Consejo de Europa 2001), esa competencia está integrada por una «competencia pragmática», una «competencia lingüística» y una «competencia sociolingüística».

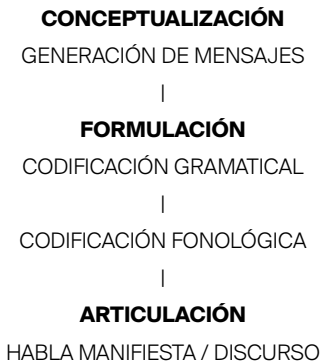
La competencia lingüística es el conjunto de conocimientos que permite producir y comprender enunciados lingüísticos. La competencia sociolingüística refleja la identidad social del hablante y le permite hacer un uso del lenguaje adecuado a cada contexto sociocultural. La competencia pragmática permite adecuar los usos lingüísticos a las situaciones comunicativas. Dentro de esta última competencia, se incluyen saberes relativos a cómo construir e interpretar los discursos en cada contexto, cómo adecuarlos a unas funciones y fines comunicativos y cómo organizarlos formalmente (Krashen 1987; Canale 1995).

Por su parte, Willem Levelt (1989) ha explicado el proceso de producción lingüística mediante un modelo en el que claramente se distinguen tres etapas. En la primera etapa, se consigue la elaboración de un mensaje preverbal, que es resultado de una planificación o conceptualización: el hablante decide el contenido que quiere transmitir, de acuerdo con un modelo de discurso y con

Figura 8. Componentes de la competencia comunicativa

Fuente: elaboración propia a partir del MCER (2001).

sus conocimientos, tanto situacionales como generales. En la segunda etapa, se otorga al mensaje preverbal un código lingüístico, mediante un proceso de codificación gramatical y fonológica iniciado sobre una serie de unidades léxicas. La fase tercera consiste en la articulación de lo codificado mediante la puesta en funcionamiento de los sistemas articulatorios.

Figura 9. Esquema simplificado de producción lingüística

Fuente: elaboración propia a partir de Levelt (1989).

Ahora bien, existe un modelo de producción lingüística, llamado «modelo de activación interactivo», en el que se acepta que las etapas del proceso de producción pueden darse en paralelo y no necesariamente en forma secuencial. Desde este planteamiento, Joseph Stemberger (1985) concibe el lenguaje como un sistema dispuesto en forma de red de unidades cuya interconexión puede producirse tanto dentro de un nivel, como entre niveles diferentes.

El proceso de producción del lenguaje se inicia cuando el hablante formula una intención –o un conjunto de objetivos– de lo que quiere decir. Esta intención se transmite al componente del sistema de memoria, donde se almacena la información lingüística, el cual activa una serie de unidades semánticas y pragmáticas; la intención se transmite al sistema del lenguaje en forma de «fragmentos» (*chunks*) que se corresponden con cláusulas o, pudiera ser, con oraciones o proposiciones. El sistema del lenguaje pone en marcha entonces una serie de procesos a través de los cuales se accede a y se seleccionan las unidades lingüísticas apropiadas, o pretendidas, que se corresponden con la intención.

(J. Stemberger, 1985)

Lo más interesante de este modelo es la posible interacción entre niveles, que permite la aparición de fenómenos como la relación entre palabras de distinta categoría gramatical (derivación), la sustitución de palabras o la influencia de unas lenguas sobre otras. Para Stemberger, la recuperación de elementos léxicos por parte del emisor y la ordenación de esos elementos en la cadena de la enunciación puede realizarse sincronizadamente. Esto supone que los niveles léxico y sintáctico se construyen en una misma operación y no secuencialmente. En otras palabras, la oración «el tiempo es oro» no se construye seleccionando primero los elementos léxicos (*tiempo, oro*) y disponiéndolos después en una secuencia copulativa, sino mediante acciones simultáneas de selección léxica y construcción sintáctica.

Así pues, desde una perspectiva psicolingüística, la producción presenta un desarrollo bien en disposición lineal, en la cadena «conceptualización–formulación–articulación», bien con interconexiones entre estos componentes. No obstante, la emisión no solo está constituida por mensajes que expresan conceptos, sino que también puede incluir otros elementos procedimentales, como las vacilaciones, los balbuceos o las palabras de relleno (*filler words*), que

permiten al emisor pensar lo que va a decir a continuación, expresar duda o incomodidad..., o que simplemente se manifiestan como tics verbales o muletillas (por ejemplo, *eeeh, mmm...*).

Como producción lingüística ha de tratarse asimismo la escritura. En este caso, sin embargo, los componentes cognitivos, neuronales, mecánicos y socioculturales o ambientales que operan son diferentes a los de la oralidad. No olvidemos que la historia de la escritura es relativamente corta (unos 5000 años) comparada con la capacidad oral del *Homo sapiens*, cuyo origen está ligado al de la especie (Calvet 2007). Por lo tanto, la escritura es un proceso de naturaleza básicamente cultural derivado, no de una necesidad biológica, sino del deseo de transmitir y conservar informaciones. En este sentido, no es cierto que se escriba como se habla; puede haber estilos que intenten reproducir rasgos de la lengua oral, pero ello no quiere decir que los procesos de producción oral y escrita sean similares; ni muchos menos que sean los mismos. La construcción y emisión de mensajes escritos están fuertemente ligadas a factores culturales y a la práctica de la propia escritura.

En el proceso comunicativo intervienen igualmente dos factores muy relevantes. Uno de ellos es el bagaje de conocimientos con que cuentan los emisores, relativos al mundo y la realidad, a la situación comunicativa o a los modelos de discurso más apropiados para cada situación (Saville-Troike 1982). El segundo factor es el «monitor».

2.1.2. Monitor

Se entiende por «monitor» la capacidad o habilidad de los hablantes para percibir, evaluar, modificar o corregir su propia producción lingüística. En cierto modo, el hablante tiene la posibilidad de editar su producción y modificarla de acuerdo con sus circunstancias o necesidades comunicativas. El concepto de «monitor» ha tenido un amplio uso en los campos de la sociolingüística y de la adquisición de lenguas, y está relacionado con la función metalingüística (Cap. 7). En el uso social de la lengua, el monitoreo o aplicación del monitor del propio hablante es el que le permite adaptar su modo de hablar o su discurso a una situación o entorno determinados; esto es, le permite modificar su estilo o registro (Labov 1972).

En la adquisición de lenguas, de acuerdo con Stephen Krashen (1987), el monitoreo permite al aprendiz ser consciente de y modificar su producción lingüística, según el nivel de dominio de la lengua que se haya alcanzado.

Desde este planteamiento, se distinguen tres tipos de aprendices de lenguas: los de monitoreo excesivo, los de monitoreo deficiente y los de monitoreo óptimo. Los primeros exhiben en su expresión un apego exagerado al cumplimiento de las normas formales, lo que los lleva a interrupciones frecuentes o a realizar numerosos falsos comienzos. Los segundos apenas se autocorrigien ni son receptivos a la corrección externa, lo que podría tener como consecuencia la fosilización de errores inadvertidos, dada la importancia concedida a la fluidez. Cuando no se dan las circunstancias anteriores, se trata de monitoreo óptimo. Esta triple posibilidad también puede aparecer cuando los emisores, aprendices o no, establecen cualquier tipo de comunicación.

2.1.3. Enacción

Como parte de los procesos cognitivos que tienen lugar en los emisores, ha de entenderse el proceso denominado «enacción», descrito, entre otros, por el biólogo y filósofo Humberto Maturana (1980). La cognición enactiva se basa en el hecho de que los procesos mentales están conectados con la actividad sensoriomotora del cuerpo humano en interacción con su ambiente, de tal manera que los estímulos externos influyen sobre la persona y esta reacciona actuando sobre su entorno. A partir de estas ideas, el fenómeno de la comunicación se explica como un proceso de percepción de señales emitidas por personas de un mismo entorno o comunidad, que a su vez captan los estímulos o señales emitidos por otras personas (Stewart, Gapenne y Paolo 2010). Si la conducta derivada de los estímulos es automática o estereotípica, se habla de reacciones mecánicas o instintivas; si, por el contrario, los estímulos requieren un proceso de comprensión, entra en juego la intención comunicativa. En este caso, los estímulos externos determinan o condicionan el funcionamiento de la mente y sus efectos quedan reflejados en el discurso. Así pues, el concepto de «enacción», en relación con el lenguaje supone que este no se limita a reflejar o reproducir el mundo, sino que obedece a una interacción de los hablantes con su entorno (Tomasello 2008, 2009). Por eso los enunciados se explican por el entorno en que aparecen, a la vez que el entorno se ve modificado por los enunciados y usos comunicativos.

Todo lo anterior implica, asimismo, que la comunicación se entiende no solamente como un modo de expresión individual o colectiva –un proceso cognitivo complejo–, sino como un modo de acción social. Y entre los posibles modos de acción social, uno de gran relevancia es la «mediación», que consis-

te en una relación o interacción entre grupos de agentes, bien para resolver conflictos entre ellos, bien como una forma de transmisión de informaciones, de opiniones o actitudes. Otro modo de acción es la «persuasión», entendida como el proceso por el cual los emisores influyen –o intentan hacerlo– sobre las opiniones, creencias y conductas de los receptores a través del lenguaje y otras formas de comunicación (Cap. 4 y Cap. 8).

2.2. Enfoque sociopragmático

La interacción de emisores y receptores es un proceso muy complejo del que forma parte la llamada «acomodación comunicativa».

2.2.1. Acomodación comunicativa

La acomodación comunicativa es el conjunto de procesos cognitivos que surgen entre la conducta comunicativa y la percepción del contexto, tanto por parte del emisor como por parte del receptor. La acomodación es un proceso tan importante, que ha tenido un amplio desarrollo teórico desde la psicología social, especialmente por parte de Howard Giles (Giles y Ogay 2007). La «teoría de la acomodación comunicativa» explica algunas de las motivaciones subyacentes a ciertas conductas y a ciertos cambios en los estilos de habla, durante los encuentros comunicativos, y algunas de las consecuencias sociales que de ellos se derivan. Los principios básicos de la teoría son los de «convergencia» y «divergencia». La convergencia es una estrategia comunicativa que los hablantes siguen para adaptarse a una situación y al habla de sus interlocutores. La divergencia, por su parte, es un procedimiento por el que los hablantes acentúan sus diferencias lingüísticas y comunicativas respecto de otros individuos. Convergencia y divergencia aparecen durante la interacción social, en ambos sentidos de la interlocución, del modo que se explica a continuación.

Los objetivos que determinan la conducta convergente de los emisores son la aprobación social por parte del receptor, la mejora de la eficacia comunicativa y el mantenimiento de las identidades sociales positivas. El deseo de ver cumplidos estos fines lleva a los hablantes a acomodar su habla en cada situación. Así ocurre al adaptar la expresión cuando se habla con niños, cuando se habla con extranjeros que no dominan nuestra lengua o con hablantes de otras variedades dialectales y cuando se habla ante público con diferentes perfiles.

En el plano del receptor, la convergencia puede provocar el uso frecuente de interjecciones de ratificación o conformidad o la demostración de una especial atención al discurso percibido. Por el contrario, la divergencia se produce para establecer una distancia social y lingüística respecto de individuos que pertenecen a grupos sociales diferentes o son percibidos como tales.

Es importante recalcar el peso que la teoría de la acomodación concede a la interacción comunicativa entre emisores y receptores. Realmente, estamos ante una teoría de la interacción, válida para comprender fenómenos y procesos muy diferentes, entre personas o entre personas y colectivos, procesos como las variaciones en el estilo, las actitudes lingüísticas o la cortesía (Coupland 2007).

2.2.2. Cortesía

El fenómeno de la acomodación nos sitúa en el plano de la cortesía. Podría decirse que la cortesía es una estrategia del emisor, no del receptor; sin duda, pero es innegable que el receptor condiciona decididamente la cortesía; en otras palabras, la cortesía solo adquiere sentido en relación con la figura del receptor, tanto si es individual, como si colectivo (cap. 3).

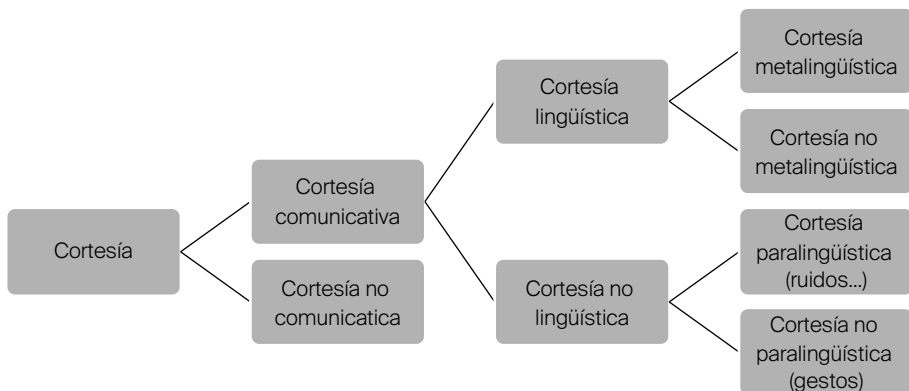
La cortesía es un fenómeno intersubjetivo de la práctica social que resulta crucial para la construcción y el mantenimiento las relaciones sociales, la comunicación social y la comunicación pública (Lakoff 1989). La cortesía es un mecanismo de cooperación, por el que las acciones de los receptores se interpretan desde las normas sociales que rigen las relaciones interpersonales dentro de una comunidad. Cuando las estrategias comunicativas son de cortesía, su finalidad es mantener y promover la armonía social; cuando las estrategias son de descortesía (Cukpeper 2011), los emisores atacan intencionadamente la imagen de los receptores, aunque bastaría con que estos así lo interpretaran. La cortesía es un mecanismo tan relevante en la vida social que existen muchas formas populares para referirse a ella: tacto, respeto, deferencia, sensibilidad, educación, urbanidad... De igual forma, la descortesía recibe numerosos nombres: grosería, desconsideración, desprecio, insulto... Estos términos denominan nociones elaboradas dentro de cada cultura y corroboran la importancia sociocultural de la cortesía.

Asimismo, la cortesía encierra una complejidad mucho mayor de lo que parece, hecho que justifica su interpretación desde diversas posiciones teóricas. Para Penelope Brown y Stephen Levinson (1987), la cortesía responde a la imagen que los participantes reclaman en la interacción y se orienta fundamentalmente a mitigar o atenuar lo que pudiera ser conflictivo o inoportuno. Con-

siste esencialmente en tener en cuenta los sentimientos de los demás en los procesos de interacción, mediante un comportamiento que demuestre preocupación por el estatus social de los interlocutores. La cortesía se orienta a la imagen de los interlocutores y está omnipresente en el uso del lenguaje. En general, se distinguen dos formas de construir la cortesía. La primera consiste en establecer una distancia o espacio social: ello da lugar a expresiones de respeto, contención y atenuación (cortesía negativa). La segunda consiste en priorizar la cercanía y la imagen positiva, dando lugar a expresiones de proximidad social, cariño y aprobación (cortesía positiva). Según Brown y Levinson, tener en cuenta los sentimientos de las personas significa decir y hacer las cosas de una manera menos directa o más elaborada que cuando no se tienen en cuenta dichos sentimientos.

Por su parte, Henk Haverkate (1994) ha hecho una distinción minuciosa de varios tipos de cortesía asociados a diferentes actos de habla; esto es, de actos corteses. Haverkate distingue entre actos de habla corteses y actos no corteses. Dentro de la categoría de los actos corteses se incluyen los actos expresivos (agradecimiento, felicitación, pésame, disculpa, cumplido, saludo) y los actos comisivos (promesa, invitación). La categoría de los actos no corteses recoge los actos asertivos y los exhortativos (ruego, súplica, mandato, consejo, recomendación, instrucción).

Figura 10. Tipos de cortesía



Fuente: elaboración propia a partir de Haverkate (1994).

Asimismo, es posible hablar de una cortesía comunicativa y de una cortesía no comunicativa. Dentro de la cortesía comunicativa se distingue, a su vez,

entre la cortesía lingüística y la cortesía no lingüística; esta última incluye la cortesía no paralingüística (gestos) y la paralingüística (ruidos, tono, silencios). La cortesía lingüística puede ser de dos tipos: metalingüística y no metalingüística. A la primera se le atribuyen las funciones de mantener un trato cordial entre los interlocutores y de articular las convenciones de la propia conversación (etiqueta conversacional: asentir, mostrar atención...); la cortesía no metalingüística no remite a la forma de la propia interacción y se manifiesta tanto en macro como en microactos de habla (selección léxica, actos indirectos de habla...).

2.3. Enfoque comunicativo

Las teorías de la comunicación siempre han ubicado a los emisores en un lugar relevante dentro de sus modelos. En aquellos modelos en que la comunicación se entiende como un proceso lineal, el emisor es considerado como «fuente».

2.3.1. Fuente

La fuente es quien decide qué mensaje enviar, tras una selección entre un conjunto de posibles mensajes. En una conversación, el emisor se sirve de sus órganos articulatorios para emitir el mensaje, sea en forma de onda sonora, sea en forma de impulso electromagnético. En la escritura, el emisor se sirve de las manos para hacer uso de un instrumento de escritura, que puede ser material, como un lápiz, o digital, a través de un teclado, aunque también es posible convertir la voz en escritura. La fuente no debe confundirse con el transmisor. En el modelo de comunicación de Shannon y Weaver (1949), la fuente emite una señal a través de un transmisor, que no es más que el dispositivo que le da forma material a la señal y la transmite (p.e. un radio transmisor, un foco de luz; un televisor...).

Por otro lado, cuando se habla de fuentes en los medios de comunicación, se hace referencia a las personas, entidades, registros, documentos o hechos que proporcionan información sobre un asunto determinado. En el mundo del periodismo, las fuentes pueden ser públicas o anónimas. En el primer caso, se ha de hacer mención expresa de la procedencia de la información; en el segundo caso, se hace constar que la información se ha obtenido *off the record*. Con todo una parte del periodismo juega con expresiones del tipo «fuentes del

entorno de...» que pueden convertirse fácilmente en un mecanismo de manipulación o de rumor. Asimismo, en el periodismo internacional las fuentes en lengua inglesa, procedentes sobre todo de los Estados Unidos, exhiben una gran capacidad de influencia sobre las agencias de noticias de todo el mundo, con las dificultades de verificación de la información o de malentendidos en la traducción que ello supone.

2.3.2. Emisor y teoría de la comunicación

En los modelos clásicos de comunicación (Cap. 1), el emisor entra en relación directa con una realidad referencial, con los receptores y con los significados transmitidos por los mensajes. Al mismo tiempo, el emisor es quien codifica y descodifica mensajes y quien adapta la comunicación a las condiciones del entorno. En el modelo de comunicación de George Gerbner (1956), el emisor puede ser un humano o una máquina (un micrófono, una cámara de fotos) y destaca por su rol inicial de perceptor de una realidad. Ese rol perceptor se transforma después en elaborador de un contenido, en evaluador de unas posibilidades de comunicación y en transmisor de un mensaje. En el modelo de Theodor Newcomb (1953), el emisor forma un entramado con el receptor y con su entorno, de modo que cualquier modificación de un componente del entramado afecta de manera automática a los demás. Newcomb considera emisores (y receptores) a individuos, organizaciones, gobiernos y comunidades. Finalmente, el modelo de Bruce Westley y Malcolm MacLean (1957) se orienta a la comunicación de masas e introduce la función editorial, que consiste en decidir qué y cómo comunicar. Como ya se ha explicado, esta función, subsidiaria de la emisión propiamente dicha, es desempeñada generalmente por unos medios de comunicación social orientados hacia la comunidad receptora.

2.4. Otros enfoques

La figura del emisor dentro del proceso comunicativo va más allá de la cognición, ya que los emisores son portadores de un bagaje social y lingüístico que define su posición dentro de un colectivo y que determina el modo en que hablan y se comunican. Cada emisor presenta un perfil social definido por características como la etnia, la raza, el sexo, la edad, el nivel educativo, la

profesión, el lugar de origen y de residencia, la religión o sus ingresos económicos, entre otras. Junto a ello, las lenguas que conocen y usan los emisores conforman un rasgo esencial de su perfil.

Por otra parte, los emisores pueden tener diferentes características dependiendo del medio en que comuniquen, de los canales que utilicen, del tipo de mensajes que transmitan o de la función social que cumplan. Desde esta perspectiva, podrían identificarse numerosos tipos de emisores, desde los presentadores de programas de radio y televisión, a los *influencers* (Cap. 6), pasando por los responsables políticos o los profesores. Estas diferentes condiciones afectan al modo en que se expresan las informaciones y opiniones, que a su vez contribuyen a configurar una opinión pública.

2.4.1. Bilingüismo y diglosia

En la comunicación pública, la lengua o las lenguas y variedades de emisores y receptores son elementos cruciales. De igual forma la naturaleza monolingüe, bilingüe o multilingüe de una comunidad condiciona sobremanera los procesos de comunicación pública. Normalmente, se le concede gran importancia social al hecho de manejar una lengua como hablante nativo y hay comunidades donde ser monolingüe en la lengua local es valorado muy positivamente. Sin embargo, el perfil de hablante monolingüe no es precisamente el más común, ya que más de la mitad de la población en el mundo es bilingüe y, progresivamente, multilingüe. Para ser bilingüe, no hace falta haber adquirido dos lenguas durante la infancia, ni haber hablado dos o más lenguas en casa ni haber vivido en comunidades con dos lenguas.

Los hablantes bilingües son personas conocedoras y capaces de manejar dos lenguas en forma equivalente. Esto los hace susceptibles de recibir mensajes en dos o más lenguas. Por este motivo, el conocimiento que se pueda tener de cada lengua resulta decisivo en los espacios públicos de comunicación. Ese conocimiento puede tener diferentes niveles y cualidades; en otras palabras, existen diferentes tipos de bilingüismo que deben valorarse en relación con la comunicación social y pública (Grosjean 1982, 2010; Wei 2000). Los tipos de bilingües destacables a este respecto son los activos, los pasivos y los sesquilingües. Los bilingües activos son los que tienen y practican las destrezas fundamentales (entender, hablar) en dos lenguas; los pasivos o receptivos son los que pueden entender una lengua sin dominar activa y completamente su producción. Muy cercanos a estos últimos están los hablantes sesquilingües, que pueden entender

una lengua sin llegar a hablarla. Estas diferencias en las capacidades y habilidades lingüísticas condicionan la comunicación en todos los niveles, desde el interpersonal al comunitario: pensemos que, en la comunicación en la escuela, en los medios de comunicación o en los foros políticos, es esencial saber si los potenciales receptores son capaces de comprender los mensajes que reciben.

Asimismo, el reconocimiento formal de las comunidades como multilingües obliga a los agentes sociales a tomar decisiones sobre cómo afrontar esa realidad desde la perspectiva de la comunicación pública y a establecer políticas lingüísticas sobre la presencia y el uso de cada lengua o de cada variedad en los contextos comunicativos pertinentes. Al conjunto de lenguas y variedades que tienen presencia social dentro de una comunidad y que, de un modo u otro, están disponibles para la comunicación entre sus miembros, se le da el nombre de «repertorio lingüístico» o «repertorio verbal». En realidad, desde una perspectiva comunitaria todas las poblaciones de cierta entidad cuentan con hablantes de dos o más lenguas, pero eso no las convierte en comunidades bilingües o multilingües. Antoni Badia Margarit (1964) habla de un «bilingüismo ambiental» cuando las lenguas se adquieren y usan en entornos sociales, no estrictamente familiares. En estos casos, los medios de comunicación toman sus decisiones sobre qué lengua resulta más adecuada para cada tipo de mensaje según la población destinataria dentro de la comunidad. A este respecto, las posibilidades abiertas por la enseñanza bilingüe o por la tecnología para la traducción y el subtítulo —en los medios, en los productos culturales, en la interacción interpersonal o en la comunicación humano-máquina— son una clara vía para el manejo social del multilingüismo.

Por otro lado, es importante valorar si la lengua o la variedad utilizada en cada momento se adecua a las situaciones y los fines comunicativos de cada interacción. Para explicar este fenómeno, es preciso recurrir a la noción de «diglosia» (Ferguson 1959; Fasold 1984; Ruiz, Sanz y Solé 2001). Existe diglosia cuando en una comunidad se usa habitualmente una lengua o una variedad de una lengua, considerada familiar, popular o baja (B), junto a otra lengua o variedad alta (A) que se superpone a la primera. Según John Ferguson (1959) y Joshua Fishman (1972), esta variedad A, alta o superpuesta, sería una variedad divergente, respecto de la primera, altamente codificada (a menudo gramaticalmente más compleja), vehículo de una considerable parte de la literatura escrita, que se aprende a través de una enseñanza formal y se usa de modo oral o escrito para la comunicación más allá de los círculos familiares. De hecho, en las comunidades diglósicas la comunicación pública se establece mediante la lengua A de forma exclusiva.

Por último, aunque la diglosia se interpreta como una situación relativamente estable, en realidad se trata de un fenómeno dinámico, puesto que la lengua B puede llegar a alcanzar dominios públicos. Esto ocurre, por ejemplo, en Paraguay, donde el guaraní se utiliza en algunas publicaciones periódicas o en medios audiovisuales, frente a un uso mayoritario del español. Asimismo, el gallego, el vasco y el catalán en España, no solo son de uso habitual en numerosos medios de comunicación de su dominio lingüístico, sino que se han incorporado plenamente a la enseñanza y a la comunicación política junto al español.

2.4.2. Opinión pública

En el proceso de emisión de mensajes en sociedad, el concepto de «opinión pública» es fundamental. Generalmente, se entiende por opinión pública la manera de pensar, sentir o estimar en que coincide la generalidad de las personas que integran un colectivo acerca de unos asuntos determinados. La opinión pública sería, pues, una opinión compartida, aunque no necesariamente por la totalidad del colectivo de referencia. Desde la obra de Alexis de Tocqueville *La democracia en América* (1935), la opinión pública se distingue de la opinión publicada. Esta última no tiene que ver con las ideas, actitudes y percepciones de una comunidad, sino con las opiniones que se difunden a través de los medios de comunicación. Es posible que la opinión publicada refleje la opinión pública sobre un tema determinado, pero es frecuente que los medios de comunicación opinen de acuerdo con sus propias agendas e intereses. Esas opiniones pueden expresarse de forma abierta o indirecta y asimismo pueden ser opiniones individuales (firmas de periodistas) o colectivas. Se habla de «editorializar» cuando las opiniones de un medio de comunicación se expresan en textos editoriales o en sus noticias, introduciendo en ellas comentarios, críticas o análisis de diverso tipo. La opinión publicada puede influir de modo notable sobre la opinión pública, de la misma manera que la opinión pública puede incidir sobre la opinión publicada.

Por otro lado, la opinión pública ha sido objeto de numerosas reflexiones desde los campos de la sociología y la teoría política, como parte del estudio del derecho y de la democracia (Parsons 1951). Así, Jürgen Habermas, miembro de la Escuela de Fráncfurt, publicó una *Historia y crítica de la opinión pública* (1962), con un contenido claramente sociopolítico. Habermas distinguía entre la esfera privada y la esfera social pública, entendida como un ám-

bito de participación activa en las cuestiones del Estado, dentro del cual la dominación por parte de las clases poderosas no se ejerce mediante la opresión económica, sino mediante la ideológica. Esta dominación se practica a través del control de los medios de comunicación, que sirven de cauce a la expresión ideológica. Para Habermas, la esfera pública es un gran foro de discusión, opinión y comunicación, al que deberían tener acceso los ciudadanos en general, si bien en la práctica solo lo tienen aquellos individuos con capacidad crítica. En la esfera pública son las autoridades correspondientes las que arbitran los mecanismos de intercomunicación.

La opinión pública está ligada fuertemente a los procesos de recepción y percepción de las realidades sociales. Sin embargo, por el componente conativo de la opinión misma, la opinión pública puede tener distintas expresiones: unas adoptan formas más puramente comunicativas (manifestaciones, manifestos, panfletos...); otras son acciones que alteran la vida de la comunidad (cortes de carreteras, cierres patronales, boicots...), si bien estas últimas también suelen ir acompañadas de componentes verbales.

2.5. El concepto: ideología lingüística

«Ideología» es un concepto referido a las relaciones que se establecen entre los individuos, sus ideas, los grupos sociales a los que pertenecen y las comunidades en que habitan (Thompson 1990; Selby 1998; Ewick 2004). A menudo se define una ideología como un conjunto de ideas, creencias y actitudes que reflejan o conforman el mundo social y político. Sin embargo, una ideología es algo mucho más dinámico que un conjunto de ideas: una ideología es un proceso de creación de significados atribuidos a realidades sociales. Al ser un proceso, se entiende que los significados se producen, reproducen y transforman en entornos sociales concretos. Existen ideologías diferentes desde el momento en que tales relaciones y modos pueden ser muy diversos, y dado que los posibles entornos sociales son igualmente muy distintos. Por eso se identifican ideologías ligadas a distintas agrupaciones sociales (ideología burguesa, ideología urbana...), a distintos espacios geográficos (ideología occidental, ideología alemana...) o a distintos aspectos de la vida social (ideología política, ideología religiosa...), entre otros factores, sin perjuicio de que cada una de ellas pueda, a su vez, desglosarse en subtipos ideológicos (Freeden 2002).

Desde una perspectiva constructivista, las ideologías generan significados y pretensiones de verdad. En las relaciones que los individuos establecen con

sus convivientes y con el mundo, esos significados pueden convertirse en patrones que se estabilizan, socializan e institucionalizan. La ideología produce legitimidad y ayuda a mantener y reproducir las relaciones y las organizaciones sociales. Cuando los significados se institucionalizan en un contexto, pasan a constituir sistemas discursivos, formas de presentar la realidad, que a su vez condicionan la creación de futuros significados. En esta circunstancia, los portadores de una ideología suelen considerarla como una realidad objetiva y estabilizada, aunque en realidad se trate de procesos de representación social en permanente evolución.

Por otro lado, el concepto de «ideología» mantiene unas conexiones esenciales y determinantes con el concepto de «poder» (Cap. 3). Los significados ideológicos reflejan un sistema de desigualdad y dominación, de ejercicio de poder, con la peculiaridad de que ese ejercicio de dominación puede aparentar no serlo. En cierto modo, una ideología es una forma de engaño, pero también de autoengaño, pues supone una visión de la realidad social que a menudo es falsa y ocultadora de un sistema de poder. Por esta razón, la filosofía y la sociología de Karl Mannheim (1936), Karl Marx y Friedrich Engels (1846) han entendido la ideología como una forma de satisfacer los intereses económicos y políticos de determinados grupos sociales, al tiempo que se ha destacado su capacidad para fragmentar la sociedad; esto es, para crear tensiones sociales, aunque también para resolverlas.

A partir de estas bases conceptuales generales, puede abordarse el concepto de «ideología lingüística» como un conjunto de representaciones referidas a la lengua, aspecto fundamental de la vida social, de las dinámicas de poder y de la comunicación pública (Schieffelin, Woolard y Kroskrity 1998; Woolard 1998). Las ideologías lingüísticas constituyen procesos de creación de significados relativos a la realidad lingüística (las lenguas, su geografía y su historia, sus manifestaciones...) por parte de los hablantes, sus agrupaciones y comunidades, en contextos o sociedades específicos. Las ideologías condicionan la representación social de las lenguas, hasta el punto de que sus formas y estructuras pueden llegar a ser conceptualmente irrelevantes.

La caracterización de las ideologías lingüísticas puede hacerse punteando los distintos aspectos ya mencionados en relación con las ideologías generales. Se trata de significados sobre las lenguas que se producen, reproducen y transforman en cada contexto, que se presentan como verdades absolutas y como patrones institucionalizados y legítimos. Estas ideologías generan discursos que presentan la realidad de una forma categorizada, creando, manteniendo o reproduciendo relaciones y dinámicas sociales (también comunicativas), sin

que tales representaciones respondan necesariamente a realidades o hechos objetivos o verídicos. Asimismo, los significados ideológicos relativos a las lenguas suelen reflejar sistemas de desigualdad entre hablantes y entre variedades lingüísticas, cuando no jerarquías de poder al servicio de intereses económicos y políticos. Las ideologías fragmentadoras pueden encontrar como contrapeso unas ideologías de consenso.

Es importante tener en cuenta que, del mismo modo que los discursos ideológicos condicionan la percepción de la realidad lingüística, la percepción misma puede condicionar el proceso de conceptualización o creación de significados y discursos ideológicos. Así, es general la idea de que los grupos ajenos o alejados del propio son homogéneos, sin serlo, al tiempo que en el interior del grupo propio se sobrevaloran las diferencias. Generalmente, todos somos capaces de discriminar dentro de nuestro entorno elementos que para los ajenos son inapreciables. Por eso un hablante del norte de España, capaz de distinguir las cadencias de entonación de dos pueblecitos de su región de origen, no suele percibir ni identificar las diferencias internas que pueda haber en el español hablado en la amplia región de los Andes. La cognición y la percepción sociales son procesos fundamentales que cimientan las ideologías.

Entre los mecanismos que suelen configurar los significados ideológicos, Judith Irvine y Susan Gal (2000) han destacado tres: la iconización, la recursividad y la invisibilización. La iconización consiste en atribuir a los hablantes unos valores de identidad que se convierten en icónicos y representativos de esos hablantes o sus agrupaciones, sin que la atribución tenga que ser necesaria o deba estar perfectamente justificada. Esto ocurre, por ejemplo, cuando se asocia el habla de los mexicanos en general con el habla de un personaje icónico, como el cómico Cantinflas, el futbolista Hugo Sánchez o el cantante Luis Miguel. La atribución puede ser inapropiada e incorrecta, pero puede ser real para los hablantes de otras regiones hispanohablantes. La iconización, asimismo, es un fenómeno parcialmente coincidente con la estereotipificación, entendida como un mecanismo cognitivo por el cual sistematizamos nuestro entorno social creando categorías sobre la base de unos rasgos simplificados y a menudo exagerados, cuando no falseados. Baste pensar en los estereotipos lingüísticos ligados a la forma de hablar de los andaluces en España o a los inmigrantes originarios de países arabófonos cuando hablan español.

La recursividad (fractal), por su parte, consiste en que las mismas características o atributos que se reconocen en unos hablantes o grupos en una escala mayor, también pueden encontrarse en escalas menores. La recursividad funciona, por ejemplo, cuando se considera que la capital de una nación es el lugar

donde mejor se habla dentro de esa nación y cuando la misma perspectiva se aplica sobre una región de la nación, de la que se puede pensar que su ciudad principal es el lugar donde mejor se habla respecto al resto de la región.

La invisibilización, por su parte, es una consecuencia de los procesos de iconización y recursividad, puesto que aquellos hablantes, hablas o comunidades que quedan excluidos de los iconos o de los espacios de relevancia (esto es, fuera de los discursos ideológicos) quedan borrados o invisibilizados. Por ejemplo, si los discursos sobre un país como Francia hacen única y constante referencia al uso general del francés, la consecuencia inmediata es que otras lenguas y variedades del territorio francés, como el bretón, el alsaciano o el vasco, quedan invisibilizadas. Del mismo modo, si los discursos sobre Colombia hacen referencia solamente al uso del español o castellano, uno de los efectos subsecuentes es la invisibilización de las otras 68 lenguas nativas del país, incluidas las indígenas y las criollas.

En lo que se refiere a los objetos de las ideologías, existen tipos ideológicos específicos capaces de explicar muchas formas de concebir la realidad y de interpretar los efectos que provocan. Entre otras, pueden hallarse ideologías referidas a la diversidad lingüística, a la variación geosociolingüística o a los hablantes mismos. Entre las ideologías referidas a la diversidad lingüística, dos han sido las más destacadas por Kathryn Woolard (1998): la ideología del anonimato y la ideología de la autenticidad. En el sistema ideológico del anonimato, las lenguas son entendidas como sujetos abstractos, como voces comunes, reflejo de una visión socialmente neutra, objetiva y anónima, que no se asocia a un lugar concreto. En la ideología de la autenticidad, las lenguas se interpretan como expresión genuina de un «yo» arraigado en un contexto: esa expresión vincula a los hablantes a lugares concretos. Woolard aplica estas conceptualizaciones a las lenguas mayoritarias, como podría ser el inglés, (ideología del anonimato) y minoritarias, como podría ser cualquier lengua originaria amerindia (ideología de la autenticidad), respectivamente. La ideología de la autenticidad puede asociarse también a una ideología favorable al multilingüismo, que no solo se hace patente en los procesos reivindicativos de comunidades minoritarias, sino también en otros ámbitos, como los foros políticos internacionales.

Entre las ideologías referidas a la variación dialectal y sociolingüística, destaca por su proyección social la llamada «ideología del estándar» (Cap. 7). Se trata de un conjunto de significados que otorgan preeminencia y jerarquía a una de las variedades, considerada estándar, frente a las demás asociadas a ellas, consideradas dialectales, populares o vulgares. La ideología del estándar

se proyecta sobre la escuela, sobre los medios de comunicación y sobre otros muchos ámbitos de la vida social y laboral, donde se da primacía a un modelo de corrección como el único aceptable. Desde una perspectiva ideológica, nociones como las de «lengua», «ortografía» o «gramática» suelen ligarse directamente a las de «autenticidad», «poder» o «tradición». Como es habitual, esta ideología suele manifestarse a través de discursos metalingüísticos (Cap. 7). Por eso son tan populares los argumentos sobre la corrección y la propiedad en el uso del lenguaje; por eso se adjudica «al» diccionario la capacidad de fijar lo que debe y no debe decirse. Finalmente, las representaciones ideológicas del estándar se relacionan estrechamente con una ideología nativista, que concede autoridad y prioridad absoluta a los hablantes nativos como legítimos y exclusivos representantes de un modo de hablar –los únicos emisores debidamente autorizados y cualificados– en detrimento de los que hablan una variedad como lengua segunda o extranjera.

2.6. El nombre: Herbert Paul Grice

(Reino Unido, 1913-Estados Unidos, 1988)

Paul Grice dedicó su vida a la reflexión filosófica y a la enseñanza universitaria, sin que ninguna de estas actividades se viera gravemente afectada por las grandes guerras que asolaron Europa durante el siglo xx. De acuerdo con el retrato de Siohban Chapman (2005), su biógrafa, era difícil encontrar en Grice rasgos muy ajenos al prototipo de profesor sabio y pensador reflexivo: lecturas, preparación de cursos y conferencias, conversaciones con colegas, revisión permanente de ideas, notas y más notas... Aparte de esto, su personalidad, anticuada en el vestir, reflejaba un carácter obstinado y temeroso de la exposición pública, una gran afición por el cricket y algún que otro exceso en la alimentación. Grice estudió en Oxford y allí mismo fue profesor hasta que en 1967, pasados los 50 años de vida, se trasladó a la Universidad de Berkeley, en California, Estados Unidos, donde continuó la tarea de filósofo hasta su muerte. Unos años antes, había aparecido su última obra *Studies in the ways of words*, en la que tuvo la oportunidad de revisar algunos de sus textos, como reflejo de un progresivo deseo de maduración intelectual obsesionado por el perfeccionismo (Grice 1979).

Los escritos sobre Paul Grice suelen situar su figura entre los campos de la filosofía y de la lingüística. Ciertamente, Grice hizo aportaciones funda-

mentales en ambas especialidades: la filosofía le debe sus contribuciones a las teorías del significado; la lingüística es deudora de sus ideas en el ámbito de la pragmática. La diferencia entre el cultivo de un campo y de otro estuvo en que las propuestas de Grice sobre el significado son una pieza más en el mosaico de teorías semánticas aparecidas a lo largo del siglo xx, mientras que la aportación al desarrollo de la pragmática no solo fue singularmente valiosa en su época, sino que con el tiempo ha ido creciendo en influencia y repercusión.

Para comprender la teoría del significado de Grice, podemos partir de una distinción muy sencilla. Por un lado, existe una noción de significado que lo explica como componente abstracto del signo lingüístico, asociado de modo estable a la realidad o al mundo. Por otro lado, existe una noción de significado que lo explica como un elemento dependiente de la realidad psicológica y social del hablante en un contexto concreto. El primer enfoque trabaja a partir de la pregunta: ¿cuál es el significado de una palabra o expresión? El segundo enfoque parte de la pregunta: ¿a partir de qué hechos personales, sociales o contextuales se plantea el significado de una palabra? La primera perspectiva subyace en la elaboración de diccionarios y glosarios. La segunda perspectiva se refleja en el pensamiento de Wittgenstein (1921): el significado de una palabra es su uso en el lenguaje. Grice vivió precisamente la época de predominio de la idea «el significado es el uso», pero su pensamiento fue en otra dirección. A partir del artículo titulado «Meaning» (Grice 1957), que reelaboró en publicaciones posteriores, Grice defendió que existen dos nociones de significado: el significado general, al margen de su uso, y el significado referido a lo que los hablantes «quieren decir» cuando utilizan expresiones concretas en unos momentos determinados. De esta forma, Grice fijaba su mirada sobre la intención del hablante o emisor. No fue el primero en proponer esta perspectiva, pero sí uno de sus principales valedores, sosteniendo la validez de su argumentación tanto para la lingüística, como para la filosofía.

Vemos, pues, que la «intención» del hablante-emisor se erige como elemento fundamental en la teoría del significado de Grice. Sin embargo, sus propuestas en el ámbito pragmático requieren la complicidad del oyente-receptor y ello se observa con claridad en la primera de las nociones fundamentales desarrollada por Grice: la implicatura. Es cierto que la filosofía y la lógica tradicionales habían manejado conceptos como el de «condición» o el de «implicación» (*si p, entonces q*), pero Grice lleva el concepto a un plano diferente. Las implicaturas conversacionales, estrechamente ligadas al contexto, permiten establecer una fuerte relación entre emisores y receptores, cuyas interacciones

enmarca Grice dentro del concepto de «cooperación». Las implicaturas se definen como la información que un emisor trata de comunicar, pero sin expresarla de forma explícita. Este concepto se sitúa plenamente, pues, en el plano de la pragmática y de la conversación, y supone una distinción fundamental entre lo que se dice expresamente y lo que se comunica implícitamente o sin necesidad de decirse (Leech 1983; Levinson 2000).

Esta sencilla caracterización se complica algo al distinguir dos tipos básicos de implicaturas: las convencionales (1) y las conversacionales (2 y 3). Las implicaturas convencionales se derivan de los significados de los enunciados y sus palabras, mientras que las implicaturas conversacionales se derivan más claramente de los contextos y situaciones comunicativas. Cuando las implicaturas funcionan en cualquier tipo de situación, se habla de implicaturas generalizadas (2); en cambio, cuando funcionan solamente en situaciones o contextos específicos, estamos ante implicaturas particularizadas (3).

(1) *Menos mal que Samuel ha venido*

Implicatura convencional: implica que la llegada era deseada y que existía la posibilidad de que Samuel no llegara.

(2) *He salido a pasear con el perro*

Implicatura conversacional generalizada: implica que el perro vive con la persona que pasea.

(3) *¿Qué te ha parecido el espectáculo? – ¡Magnífico!*

Implicatura conversacional particularizada: implica la existencia de un espectáculo específico.

Y aquí surge la segunda y mayor aportación de Grice a la pragmática: el «principio de cooperación». Este principio es un supuesto del intercambio comunicativo que orienta a los interlocutores en la conversación para que sepan el comportamiento que se espera de ellos; como si existiera un acuerdo previo para hacer que la interacción sea satisfactoria. El principio de cooperación queda formulado por Grice del siguiente modo:

Haz que tu contribución en la conversación, en el momento en que se produzca, sea como lo requiera el propósito aceptado o la dirección del intercambio conversacional en que participas.

(H. P. Grice, 1975)

Se supone, pues, que este principio actúa tácitamente sobre la conversación y rige los intercambios comunicativos para hacer posible la interpretación de los enunciados, tanto de su forma expresa, como de sus valores implícitos. Asimismo, el principio general se articula en cuatro normas regulativas o «máximas», formuladas en modo imperativo, que ordenan los mecanismos del intercambio y que resultan relevantes tanto cuando se siguen, como cuando se violan. Las máximas son las siguientes:

- *Máxima de cantidad*, sobre la cantidad de información que debe darse:
 - «Haga su contribución tan informativa como sea requerido por el propósito de la conversación».
- *Máxima de calidad*, sobre la veracidad de la contribución:
 - «No diga lo que crea que es falso».
- *Máxima de relación*, sobre la importancia o significación de la contribución:
 - «Sea relevante».
- *Máxima de manera*, sobre el modo de decir las cosas:
 - «Sea claro».

El seguimiento de estas normas posibilita la cooperación de los interlocutores en la conversación y su incumplimiento la dificulta. Sin embargo, este último caso no tiene que interpretarse simplemente como un mal funcionamiento de la interacción, porque también puede llevar a inferir o deducir implicaturas o significados no expresos, sobre todo cuando el incumplimiento es voluntario. La violación de las máximas, por lo tanto, desencadena procesos de inferencia que dan acceso a las implicaturas (Levinson 2000).

(4) – *¿Tienes hambre? – Son las 22 h.*

Violación de la máxima de relación (no se da la información que se pide).

Inferencia: «Es una hora avanzada del día» Implicatura: *sí, tengo hambre.*

Como puede deducirse de (4), las implicaturas derivadas de la violación de las máximas están ligadas a contextos y circunstancias específicas, que deben ser conocidas por los interlocutores, bien por su experiencia compartida, bien por su competencia sociocultural. Esta es una base fundamental para entender otros procesos comunicativos, como el humor verbal.

La doble faz, filosófica y lingüística, de la personalidad y la obra de Grice también quedó de manifiesto en el modo de formular su principio de cooperación y las máximas conversacionales. De hecho, el texto en que se explican estas propuestas, «Logic and Conversation», apareció en 1975 en una doble publicación. Por un lado, fue incluido en un volumen editado por Davidson y Harman sobre la verdad y la referencia según las principales figuras de la filosofía; la obra se enmarcaba claramente en el ámbito filosófico, al que Grice quiso contribuir. Por otro lado, el texto también se publicó el mismo año en un volumen editado por Peter Cole y Jerry Morgan (Grice 1975), parece que como resultado de un compromiso arrancado tras una larga noche en un bar de Texas. Este volumen estaba dedicado a los actos de habla y su punto de partida eran los actos indirectos de habla (ilocuciones indirectas) (Cap. 4), por lo que su vinculación a la lingüística era evidente. La querencia de Grice hacia la filosofía no consiguió que su trabajo alcanzara en esta disciplina el brillo que sí tuvo en el campo de la lingüística y, concretamente, de la pragmática.

Debe tenerse en cuenta, no obstante, que estas teorías de Grice no nacieron exactamente en 1975, sino que son fruto de un proceso de maduración, como era habitual en él, cuyo primer testimonio expreso fueron las conferencias «William James» que Grice pronunció en la Universidad de Harvard en 1967. En cualquier caso, la publicación de «Logic and Conversation» representa muy bien la significación de Grice en sus dos campos de trabajo: para la filosofía, Grice fue uno hito más en la larga cadena de trabajos sobre lenguaje, significado y referencia; para la lingüística, los textos de Grice son centrales y una de las grandes referencias, hasta el punto de que todos los trabajos sobre pragmática y conversación siguen manejando aquellas ideas expuestas en Harvard en los años sesenta.

Naturalmente, las propuestas teóricas de Grice han sido matizadas, modificadas e incluso parcialmente rechazadas por muchas investigaciones posteriores. En este sentido, los trabajos de Stephen Levinson sobre el peso pragmático de la estructura de los enunciados, de Penelope Brown y el propio Levinson sobre la cortesía o de Sperber y Wilson (1986) sobre la relevancia pueden interpretarse como avances a partir de las ideas de Grice, unas ideas que han permitido no solo construir una teoría del significado más rica y compleja, sino desarrollar una dimensión fundamental en la lingüística basada en la cognición. Gran parte del juego de la comunicación pública y de la interacción comunicativa se construye sobre el entramado conceptual construido por Paul Grice, mitad filósofo mitad lingüista.

Temas para debatir

1. Las ideologías, como conjuntos de ideas, creencias y actitudes, tienen la capacidad de ordenar las relaciones entre personas, grupos y comunidades. ¿Es posible realizar actos que no sean ideológicos? ¿Cualquier acto lingüístico deja traslucir una ideología?
2. Las máximas de Grice constituyen un mecanismo que articula y ordena el intercambio conversacional para hacerlo exitoso y aceptable. ¿Cuál es la reacción de los interlocutores cuando las máximas no se respetan? ¿Cómo se sanciona en la comunicación la alteración del mecanismo? ¿Las posibles reacciones son individuales o están condicionadas social o culturalmente?

Lecturas recomendadas

- Grice, Paul. 1975. «Logic and conversation». En *Syntax and Semantics, Vol. 3, Speech Acts*, ed. por P. Cole y J. L. Morgan, 41-58. New York: Academic Press.
- Irvine, Judith T. y Susan Gal. 2000. «Language Ideology and Linguistic Differentiation». En *Regimes of Language: Ideologies, Politics, and Identities*, ed. por Paul V. Kroskrity, 35-84. Santa Fe: School of American Research Press.

Referencias bibliográficas

- Brown, Penelope y Stephen Levinson. 1987. *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Calvet, Louis-Jean. 2007. *Historia de la escritura*. Barcelona: Paidós.
- Canale, Michael. 1995. «De la competencia comunicativa a la pedagogía comunicativa del lenguaje». En *Competencia comunicativa: documentos básicos en la enseñanza de lenguas extranjeras: Documentos básicos en la enseñanza de lenguas extranjeras*, ed. por Miquel Llobera, Josep M. Cots, y Dell Hymes, 63-82. Madrid: Edelsa.
- Chapman, Siohban. 2005. *Paul Grice. Philosopher and Linguist*. London: Palgrave.
- Consejo de Europa. 2001. *Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas*. Madrid: Instituto Cervantes.
- Coupland, Nikolas. 2007. *Style. Language Variation and Identity*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Culpeper, Jonathan. 2011. «Impoliteness: Using Language to Cause Offence». *Studies in Interactional Sociolinguistics* 28.
- Ewick, Patricia. 2004. «Consciousness and Ideology». En *The Blackwell Companion to Law and Society*, ed. por A. Sarat, 80-94. Malden, MA: Blackwell.
- Faramiñán, Juan M. de. 2018. *Oráculo verbal: sobre el arte de la palabra. Técnicas de oratoria clásica y moderna*. Jaén: Universidad de Jaén.
- Fasold, Ralph. 1984. *The Sociolinguistics of Society*. Oxford: Blackwell.
- Ferguson, Charles A. 1959. «Diglossia». *Word* 15: 325-40.
- Fishman, Joshua A. 1972. *The Sociology of Language: An Interdisciplinary Social Science Approach to Language in Society*. Rowley, MA: Newbury House.
- Freeden, Michael. 2002. «Is Nationalism a Distinct Ideology?». *Political Studies* 46 (4): 748-65. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.00165>.
- Gerbner, George. 1956. «Toward a General Model of Communication». *Audiovisual Communication. Review* 4: 179-99.
- Giles, Howard y Tania Ogay. 2007. «Communication Accommodation Theory». En *Explaining Communication: Contemporary Theories and Exemplars*, ed. por Brian B. Whaley y Wendy Samter, 293-310. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Grice, Paul. 1957. «Meaning». *The Philosophical Review* 66 (3): 377-88.
- Grice, Paul. 1975. «Logic and Conversation». En *Syntax and Semantics*, ed. por Peter Cole y Jerry L. Morgan, 3:41-58. New York: Academic Press.
- Grice, Paul. 1979. *Studies in the Ways of Words*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Grosjean, François. 1982. *Life with Two Languages. An Introduction to Bilingualism*. Cambridge: Harvard University.
- Grosjean, François. 2010. *Bilingual: Life and Reality*. Cambridge, MA: Harvard University Press. <https://doi.org/10.4159/9780674056459>.
- Haverkate, Henk. 1994. *La cortesía verbal: Estudio pragmalingüístico*. Madrid: Gredos.
- Habinek, Thomas. 2005. *Ancient Rhetoric and Oratory*. Oxford: Blackwell.
- Irvine, Judith T. y Susan Gal. 2000. «Language Ideology and Linguistic Differentiation». En *Regimes of Language: Ideologies, Politics, and Identities*, ed. por Paul V. Kroskrity, 35-84. Santa Fe: School of American Research Press.
- Krashen, Stephen. 1987. *Principles and Practice in Second Language Acquisition*. New York: Prentice-Hall International.
- Labov, William. 1972. *Sociolinguistic Patterns*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Lakoff, Robin T. 1989. «The Limits of Politeness: Therapeutic and Courtroom Discourse». *Multilingua. Journal of Cross-Cultural and Interlanguage Communication* 8: 101-30. <https://doi.org/10.1515/mult.1989.8.2-3.101>.

- Leech, Geoffrey N. 1983. *Principles of Pragmatics*. London, New York: Longman.
- Levelt, Willem J.M. 1989. *Speaking: From Intention to Articulation*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Levinson, Stephen. 2000. *Presumptive Meanings: The Theory of Generalized Conversational Implicature*. Cambridge: MIT Press.
- Mannheim, Karl. 1936. *Ideology and Utopia: An Introduction to the Sociology of Knowledge*. New York: Harcourt.
- Margarit, Antoni M. 1964. *Llengua i cultura als països catalans*. Barcelona: Ediciones.
- Marx, Karl y Friedrich Engels. 1846. *La ideología alemana*. Montevideo: Pueblos Unidos.
- Maturana, Humberto R. y Francisco J. Varela. 1980. *Autopoiesis and Cognition: The Realization of the Living*. Dordrecht: D. Reidel.
- Newcomb, Theodor. 1953. «An Approach to the Study of Communication Acts». *Psychological Review* 60: 393-40.
- Parsons, Talcott. 1951. *The Social System*. New York: Free Press.
- Ruiz, Francesc, Rosa Sanz y Jordi Solé. 2001. *Diccionari de sociolingüística*. Barcelona: Alibri.
- Saville-Troike, Muriel. 1982. *The Ethnography of Communication: An Introduction*. Oxford: Basil Blackwell.
- Schieffelin, Bambi B., Kathryn A. Woolard y Paul V. Kroskrity. 1998. *Language Ideologies: Practice and Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Selby, Susan. 1998. «Ideology». En *Cambridge Dictionary Sociology*, ed. por Bryan S. Turner, s.v. Cambridge: Cambridge University Press.
- Shannon, Claude y Warren Weaver. 1949. *The Mathematical Theory of Communication*. Illinois: University of Illinois Press.
- Sperber, Dan y Deirdre Wilson. 1986. *Relevance: Communication and Cognition*. Cambridge: Harvard University Press.
- Stemberger, Joseph P. 1985. «An Interactive Activation Model of Language Production». En *Progress in the Psychology of Language*, ed. por A.W. Ellis, 143-86. London: Lawrence Erlbaum.
- Stewart, John, Olivier Gapenne y Ezequiel Paolo, eds. 2010. *Enaction: Toward a New Paradigm for Cognitive Science*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Thompson, John B. 1990. *Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*. Cambridge: Polity Press.
- Tocqueville, Alexis de. 1835. *De la démocratie en Amérique*. Paris: Gosselin. Trad. al esp. *La democracia en América*. Madrid: Imprenta de D.N. Sánchez. Edición electrónica en francés: http://classiques.uqac.ca/classiques/De_tocqueville_alexis/democratie_1/democratie_tome1.html

- Tomasello, Michael. 2008. *Origins of human communication*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Tomasello, Michael. 2009. *Why We Cooperate*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Wei, Lee, ed. 2000. *The Bilingualism Reader*. London: Routledge.
- Westley, Bruce y Malcolm MacLean. 1957. «A Conceptual Model for Communication Research». *Journalism Quarterly* 34: 31-38.
- Wittgenstein, Ludwig. 1921. «Tractatus Logico-Philosophicus». En línea. <http://www.kfs.org/jonathan/witt/tlph.html>.
- Woolard, Kathryn A. 1998. «Language Ideology as Field of Inquiry». En *Language Ideologies: Practice and Theory*, ed. por Bambi Schieffelin, Kathryn Woolard, y Paul Kroskrity, 3-50. Oxford: Oxford University Press.