

5. Referentes: culturas y contextos

Todos estamos atrapados en una suposición sobre la naturaleza de la realidad y una manera de pensar que ha sido el sello de la civilización occidental desde antes de la época de Aristóteles.

(Marshall McLuhan y Bruce Powers, *La aldea global*, 1989)

Columnia. Falso testimonio en vertical y con capitel, muy aplicable hoy a las mentiras mediáticas y a los bulos del periodismo degradado.

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

<https://dx.doi.org/10.5209/ling.001.06>

Cuando Roman Jakobson presentó en 1960 su propuesta de factores de la comunicación, incluyó entre ellos el «contexto», concepto que consideró preferible al de «referente», por considerarse este más ambiguo. Pero precisamente es esa ambigüedad, entendida como generalidad, la que nos lleva ahora a hablar de referentes, cuyo espacio conceptual admite sin dificultades los contextos. Los referentes pueden concebirse como el conjunto de componentes de la realidad en su relación con la lengua y el pensamiento. Por medio de la referencia, los signos lingüísticos, los enunciados o los discursos remiten a una realidad externa a la lengua con la mediación del pensamiento. Esa realidad está constituida por el entorno natural, cultural y social de los emisores y de las comunidades en que se desenvuelven, si bien las realidades referidas también pueden ser imaginarias o virtuales. En cualquier caso, puede decirse que naturaleza, cultura y sociedad, independientemente y en interacción, inciden sobre la forma y el uso de las lenguas, de igual manera que estas moldean el modo en que aquellas se conciben y representan.

5.1. Enfoque lingüístico: la función referencial

En los procesos comunicativos, la función que predomina allí donde los referentes adquieren preeminencia es la función referencial o representativa; también denominada función simbólica, denotativa o informativa. Esta función es la que destaca al transmitir información, por lo que se aprecia con mayor claridad en discursos o textos de naturaleza descriptiva, científica, educativa, informativa, expositiva o divulgativa. El cumplimiento de esta función exigiría que los mensajes se ajustaran a un principio de veracidad, así como a un res-

peto a la objetividad y al realismo. Esto supondría una correspondencia entre lo que se dice y aquello a lo que se refiere, por lo que la significación producida sería de tipo denotativo (Cap. 4). Tal correspondencia, sin embargo, no es tan evidente para aquellos que sostienen, como Wittgenstein (1921), que la realidad no es como es, sino como se enuncia o se narra. Y esta reflexión nos conduce de lleno a la cuestión de la relación entre lenguaje y realidad, que a su vez remite a otra díada cardinal: lenguaje y cultura.

5.1.1. Lenguaje y realidad

La relación entre el lenguaje y la realidad es esencial en cualquier reflexión sobre la comunicación y sobre el lenguaje mismo. Esa relación ha sido interpretada de múltiples formas. Para Adam Schaff (1964), la lengua refleja la realidad y crea una imagen de ella. La realidad se piensa de un modo determinado a través de la lengua, que a la vez expresa esa realidad. En este caso, la relación entre lenguaje y realidad se explicaría mediante la metáfora del espejo, por la cual la lengua tiene la capacidad de «reflejar» el mundo. Otra metáfora de gran poder explicativo sería la de la construcción de un edificio, según la cual la realidad se va construyendo a medida que se expresa a través de la lengua, de tal modo que los discursos van levantando distintas versiones de la realidad, en la medida en que la lengua la presenta. Siendo así, la realidad que no se expresa no llega nunca a ser construida; esto es, no existe. Tal proceso de construcción no ha de ser individual necesariamente, sino que se co-construye por medio del diálogo y la interacción comunicativa entre hablantes, cuyos respectivos mensajes aportan los cimientos, los muros y las vigas del edificio representativo de la realidad.

Las principales interpretaciones y propuestas sobre la relación entre el lenguaje y la realidad no se han hecho desde la lingüística, sino desde otras disciplinas humanas y sociales, principalmente la filosofía. Y en este campo destaca la figura de Ludwig Wittgenstein. Este filósofo austriaco anotó en 1921, en su *Tractatus lógico-philosophicus*, una de sus afirmaciones más conocidas e influyentes: «los límites de mi lengua son los límites de mi mundo». De esta forma, se resalta la necesidad de atender al lenguaje para entender y explicar la realidad, que no se consideraría como algo externo y ajeno, percibido por los sentidos, sino como el resultado de una configuración creada por el lenguaje mismo. Siendo así, toda reflexión filosófica sobre el mundo habría de ser una reflexión fundamentalmente lingüística, lo cual incluiría todos los fenómenos

propios de la lengua, desde los más ordenados y predecibles, a los más impredecibles: malentendidos, falsedades, prejuicios, distracciones (Cap. 3).

El paso de una concepción biunívoca y lógica de la relación entre lenguaje y realidad, a otra concepción más subjetiva, constructivista y social dio lugar al llamado «giro lingüístico» en filosofía, que paulatinamente alcanzó otras disciplinas como la antropología o la historia. La clave para la comprensión de los hechos filosóficos, históricos o antropológicos está en el modo en que estos se representan a través de las lenguas. Esta perspectiva afectó también al ámbito de la lingüística porque la lengua comenzó a entenderse, no como un repertorio simple de formas y significados (una gramática y un diccionario), sino como un instrumento para hacer cosas: las actividades que provocan y justifican los usos lingüísticos pasan a ser tan relevantes como las palabras mismas. Con estas ideas como fundamento, John Austin propuso sus teorías sobre cómo hacer cosas con las palabras, dando lugar al nacimiento de la pragmática contemporánea (Cap. 4).

5.1.2. Lenguaje y cultura

Albert Bandura (1977) concluyó que los humanos han desarrollado una capacidad avanzada para el aprendizaje mediante la observación. Esto les permite adquirir conocimientos, actitudes, valores, tendencias emocionales y competencias a través de la información aportada por sistemas simbólicos, como el lenguaje. Esos elementos se organizan en patrones culturales que se transmiten intergeneracionalmente a través de la comunicación social (Mayes 2003). Las culturas se desarrollan y replican a través del lenguaje, las costumbres y las prácticas sociales. De este modo, el concepto de «realidad» entronca con el de «cultura», puesto que los conocimientos, actitudes, valores, modos de vida y costumbres de un grupo social son parte esencial de la realidad.

La cultura es el medio en que la lengua se desarrolla y desenvuelve, al tiempo que la lengua es elemento sustancial para la cultura y vehículo de su expresión. La realidad cultural traza los límites dentro de los que tiene lugar la vida social y donde la comunicación se despliega. Por eso, cultura y sociedad son los entornos de uso de las lenguas, los escenarios donde las lenguas emergen y donde la comunicación se produce. En esa idea han coincidido pensadores de diferente procedencia, como el filósofo Wittgenstein (1921), el historiador y crítico Raymond Williams (1976), el psicopedagogo Vygotski (1978) o el psicolingüista Michael Tomasello (2007).

De igual manera que la lengua, al atender a su diversidad, se convierte en plural (las lenguas), la cultura se pluraliza (las culturas) cuando se observa su manifestación en cada región o en cada comunidad del mundo. Pero ello no significa que no existan conexiones dentro de esa constelación plural. En el mundo contemporáneo, las culturas ni son independientes ni están aisladas, dado que existen fuerzas globalizadoras que, además de provocar homogeneización, son capaces de producir efectos locales e interculturales. De este modo emergen formas culturales híbridas que entremezclan elementos de origen diverso. La globalización está produciendo tanto la homogeneización cultural de algunos aspectos de la vida social, como la hibridación y la polarización de otros. Y en todo ello las lenguas y las tecnologías de la comunicación son determinantes porque contribuyen a la formación de conciencias colectivas, así como a la construcción de valores y estilos que se expanden transnacionalmente.

Por otro lado, la antropología propone que las lenguas han de interpretarse siempre dentro de su entorno sociocultural, aceptando la interdependencia de ambos planos. De esa interdependencia nace el modo en que las lenguas condicionan la visión del mundo o los procesos de socialización e interacción comunicativa. Por eso las lenguas y las culturas han de ser interpretadas contextualizadamente y analizadas como realidades etnográficas. Si la comunicación forma parte de la cultura y la cultura se construye mediante la comunicación, cualquier interpretación de la realidad debe ser comunicada para materializarse. Cuando se adopta una perspectiva antropológica y etnográfica, interesa el modo en que la comunicación se organiza como sistema y el modo en que estos sistemas de comunicación interactúan con los sistemas culturales. Por eso las normas de comunicación son tan importantes como las normas y los conocimientos culturales dentro cada contexto.

5.2. Enfoque sociopragmático

5.2.1. Contexto

En cada uno de los factores de la comunicación comentados hasta aquí y en cada una de sus funciones, ha sido obligada la reiteración del concepto de «contexto», cuya relación con la realidad es tan estrecha como evidente. La importancia del contexto es tal que puede explicarse desde muy distintas posiciones (Duranti y Goodwin 1992; Smith 1994).

Desde el plano cognitivo, el contexto es un factor que influye decisivamente en la percepción y asociando de unos hechos con otros. En el plano lingüístico, el contexto hace posible desambiguar significados: la palabra del español *banco* puede interpretarse como ‘asiento con respaldo’, como ‘empresa financiera’ o como ‘conjunto de peces’, cuando se utiliza en los contextos correspondientes. En el plano pragmático, el contexto permite desambiguar intenciones comunicativas: la palabra «Gracias» ofrece valores pragmáticos distintos si aparece escrita en un recipiente lleno de monedas junto a la caja registradora de un comercio (‘deje aquí su propina’), si se encuentra sobre un mueble con bandejas sucias en un establecimiento de comida rápida (‘deposite aquí su basura’) o si se proyecta al final de una conferencia acompañada con imágenes (‘agradezco la atención’) (Cassany 2023).

En el plano discursivo, la incidencia de los contextos se evidencia en los mecanismos que controlan la interacción. De hecho, la experiencia cultural compartida es necesaria para una adecuada producción e interpretación de los discursos, dado que la visión del mundo de un hablante, un grupo o una comunidad ejercen una influencia decisiva sobre el habla. Para Teun van Dijk (2008), los contextos deben entenderse desde una perspectiva cognitiva, puesto que se trata de modelos mentales subjetivos de situaciones sociales, por lo que resultan cruciales en los procesos de producción y recepción del habla.

Pero los contextos nos interesan ahora por sus dimensiones social y comunicativa. Si, como sostiene el lingüista británico M.A.K. Halliday (1978), el significado debe analizarse no solo dentro del sistema lingüístico, sino también teniendo en cuenta el sistema social en que se establece. Por ello hay que valorar adecuadamente el contexto, ya que, basándose en él, la gente puede hacer predicciones sobre el significado de los enunciados. Según Keneth Pike (1982),

la lengua no es un mero conjunto de sonidos, cláusulas, reglas y significados inconexos, sino un sistema coherente de todos ellos integrados entre sí y con el comportamiento, el contexto, el universo del discurso y la perspectiva del observador.

(K. Pike, 1982)

El contexto tiene tres componentes principales: el *lugar* (especialmente el entorno inmediato), el *momento* y el *tipo de actividad desarrollada*. Podría pensarse que tales factores son componentes pasivos de la comunicación, pero lo cierto es que el contexto no puede concebirse como un conjunto de variables

que circundan estáticamente al discurso; antes bien, contexto y discurso mantienen una relación dinámica y mutuamente reflexiva, en la que el discurso da forma al contexto tanto como el contexto da forma al discurso. El contexto configura un entramado de relaciones que se refieren al entorno y a la circunstancia de la comunicación, pero también a los conocimientos compartidos por los interlocutores y a la interacción misma.

5.2.2. Indicidad

Desde la semiótica de Charles Peirce (1894-1912) y la antropología lingüística (Duranti 1997), el concepto de contexto es parte integrante de la definición de «índice», una de las tres clases de signos (índices, símbolos, iconos) (Cap. 1). Un índice es un signo que indica o señala a algún componente del contexto con que está relacionado directamente. Por eso, un signo indicial siempre está relacionado con el objeto señalado en virtud de su coocurrencia dentro de un marco contextual (por ejemplo, un trueno es índice de una tormenta). Así, surge el concepto de «indicidad» o «indexicalidad» (*indexicality*), que se ha extendido a diversos ámbitos de las Ciencias Sociales.

La indicidad es una cualidad de los hechos sociales y lingüísticos por la que estos se ligan de tal forma a su contexto inmediato que, no solo dependen de él para su existencia, sino que de él hacen emerger también su significado. Así pues, puede decirse que todo hecho comunicativo es indicial o indécico y que los significados de las expresiones lingüísticas son esencialmente contexto-dependientes, incluido su valor simbólico. La significación derivada del uso del lenguaje se produce en dimensiones espacio-temporales concretas y a cada una de estas dimensiones se les da el nombre de «escalas»: la escala de la comunicación familiar en el interior de hogar no es la misma que la escala de la publicidad multilingüe que se exhibe en las grandes ciudades. Cada escala no solo condiciona el uso de la lengua, sino también su disposición social y las expectativas que despierta (Blommaert 2010).

5.3. Enfoque comunicativo

Estrechamente relacionado con las formas de interpretar, ver e imaginar el mundo, está el concepto de «marco» o «encuadre mental», también conocido como *framing*. Este concepto tiene un amplio uso en el análisis de la comuni-

cación pública, especialmente de la comunicación política, y en relación con los medios de comunicación.

5.3.1. Marcos mentales

De acuerdo con Erving Goffman (1974), los marcos o encuadres mentales son esquemas interpretativos de los que se sirven las personas y las colectividades para interpretar los acontecimientos sociales y actuar ante ellos en consecuencia; por lo tanto, los encuadres representan el modo en que se percibe, organiza y comunica la realidad. Asimismo, los encuadres contribuyen a la formación de significados, que son altamente dependientes del entorno sociocultural (Iyengar 1990; Snow y Benford 1988; Kuypers 2009b, 2010). A esa dependencia se le da el nombre de «resonancia cultural» o «fidelidad narrativa». La idea de las narrativas de los relatos o de la realidad narrada se maneja frecuentemente en el análisis de la comunicación política, así como en la antropología: Clifford Geertz (1983) presentaba la cultura como el conjunto de relatos que les contamos a nuestros hijos sobre la realidad que nos rodea.

En la vida social contemporánea, tan importante es realizar acciones como construir relatos que las expliquen o que incluso las sustituyan. A partir de esta reflexión, George Lakoff (2004) trabajó con el concepto de «marco cognitivo», que ejemplificó mediante una advertencia sobre el poder en los Estados Unidos de América: «¡No pienses en un elefante!». El simple enunciado provoca que el oyente no deje de imaginarse recurrentemente al animal y, con ello, surge de inmediato la imagen de aquello que el elefante simboliza: el partido republicano. Lakoff utilizó tan plástica idea para explicar el distinto modo en que republicanos y demócratas despliegan su discurso público cuando presentan sus opciones políticas a los ciudadanos: mientras los demócratas estadounidenses parecen esforzarse en enumerar y exponer hechos y verdades, los republicanos acuden a una sencilla sugerencia —¡no pienses en un elefante!— que conduce a los receptores a un marco o encuadre republicano bien definido y expresado por medio de un relato: la figura de un «padre estricto» nos dice que el mundo es peligroso, que los padres deben enseñar a sus hijos la diferencia entre el bien y el mal, que la búsqueda del interés personal es garantía de prosperidad, que los que se interponen en esa búsqueda son entes nocivos y que la bondad propia confiere autoridad moral, una autoridad que permite premiar a los buenos y castigar a los malos. Ese es el marco sugerido por el «elefante», sin necesidad de que medie ningún hecho, ningún dato, ninguna verdad objetiva.

El concepto de marco o encuadre es importante en disciplinas como la psicología o la sociología, pero también ha sido muy bien acogido en los campos de la economía, las finanzas, el derecho, la política o los medios de comunicación social. En sociología, los marcos sirven, por ejemplo, para comprender y explicar los movimientos sociales. Estos movimientos no solo se sustentan en creencias e ideologías, sino que contribuyen a crear significados colectivos (Entman 1993). Cuando los marcos desde los que se han iniciado los movimientos o revoluciones sociales convergen con los marcos de las personas movilizadas, se produce un «alineamiento de marcos». Los marcos conforman un modo de concebir la realidad e interactuar con ella, unos planes y estrategias, porque se integran en el inconsciente cognitivo. Muestras de ello existen en abundancia: por ejemplo, el marco que presenta Buenos Aires como una ciudad violenta, cuando sus índices relativos de criminalidad son más bajos que los de otros muchos lugares.

En relación con los medios de comunicación, el marco se entiende como un conjunto de normas o perspectivas construidas desde los medios, generalmente por iniciativa de las elites sociales, para su implantación en la comunidad (Tewsbury y Scheufele 2009). Un marco implica, por tanto, la construcción mental de un fenómeno social, creado o aceptado por un grupo político o una organización de poder y reproducido por los medios de comunicación. Esta construcción incluye esquemas interpretativos, junto a estereotipos, heurísticos, anécdotas, estilos, imágenes, énfasis, trivializaciones y un vocabulario específico, que aparentemente ayudan a la población a comprender una realidad y a actuar en consecuencia. Sirva como ejemplo el marco de transversalidad ideológica construido desde el movimiento #Occupy, cuyos discursos se articulan en torno a dos paradigmas léxicos: el de la indignación contra los poderes establecidos (*hipocresía, amenazas, indiferencia, ocupación, miedo, fascismo...*) y el de la esperanza de una sociedad más justa (*libertad, compromiso, optimismo, esfuerzo, derechos...*) (Moreno Fernández 2014).

Mediante los marcos, los medios de comunicación presentan la información de acuerdo con unas realidades y unos sistemas de valores, haciéndolos accesibles a unos receptores que terminan formándose una imagen y mostrando predisposición a la acción. En la transmisión de información, la realidad se interpreta, se define y se evalúa adecuadamente a un marco, con el fin de influir sobre una población receptora. De acuerdo con Jim Kuypers (2009a), los marcos suelen reflejarse en un relato que gira alrededor de una idea o concepto nuclear (autoridad, progresismo, sostenibilidad...) y mediante los marcos es posible:

- a) definir problemas;
- b) diagnosticar causas;
- c) emitir juicios morales;
- d) sugerir soluciones o alternativas.

El relato transmitido por los medios refleja los valores, orientaciones ideológicas y representaciones sociales de los propios emisores (periodistas) y de los grupos de poder o de interés que influyen sobre ellos. No obstante, en muchos casos, los marcos no son totalmente explícitos ni condicionan a los receptores de una forma absoluta, sino que dejan espacio a cierta versatilidad y a la interpretación de los receptores.

En todo ello, el concepto de «prominencia» (*salience*) es básico. La prominencia se consigue mediante la mención y la reiteración de determinados elementos clave, su asociación a determinados elementos culturales y el tratamiento de la información, tanto si es episódica, como si es temática. Pueden ser ejemplo de ello la reiteración de mensajes como *America, first!* o «¡Los españoles, primero!», por parte de formaciones políticas ultraconservadoras, o la reiteración de elementos del llamado «lenguaje inclusivo» o incluyente, como el desdoblamiento exhaustivo de género, que pretende dar preeminencia a la visibilidad de la mujer, aun a costa de difuminar el contenido de otros componentes del mismo mensaje: por ejemplo, la actual constitución de Venezuela desdobra todos los cargos políticos mencionados, formando largas series que dificultan la lectura y la interpretación del documento.

La forma en que un marco funciona tiene que ver con la sociología, pero también con la psicología. El grado de prominencia de un componente del marco le confiere una mayor accesibilidad por parte de los receptores y, por lo tanto, una mayor garantía de alcanzar los efectos buscados. Al recibir noticias, los receptores van almacenando piezas de información (*bits*) que relacionan con unos «contenedores de referencia» habilitados en la memoria a largo plazo a partir de las informaciones más prominentes, repetidas y recientes. Debido a la velocidad y cantidad de información recibida, los receptores recuperan de forma inmediata solamente una pequeña parte de la información de sus contenedores, que es la que se utiliza para emitir juicios y emprender acciones. Asimismo, en el proceso de percepción de la realidad, las imágenes también son un elemento decisivo, pues su asociación con la realidad es más directa y confiable, al tiempo que alcanza un mayor nivel de comprensión. La combinación de discursos o textos e imágenes facilita el resalte de elementos prominentes, la construcción de representaciones de la realidad y una mayor persistencia en la memoria.

Por otra parte, cuando una realidad se narra prescindiendo de los datos reales de forma recurrente, es fácil adentrarse en el terreno de la «posverdad». Las posverdades se definen como circunstancias en que los hechos objetivos son menos influyentes que la emoción y las creencias personales en la formación de la opinión pública. Aunque la palabra *posverdad* es relativamente reciente, los conceptos que evoca no son nuevos en el ámbito de la sociedad y de la comunicación, puesto que la relatividad de los datos, la repetición de la mentira, el uso de aserciones generalistas, los recursos emocionales o la apelación a supuestas autoridades y a las creencias vienen de lejos en la historia de la humanidad. Ocurre, sin embargo, que, en la actualidad, los mensajes tienen un alcance universal y las posverdades han pasado a ocupar un lugar destacado en la comunicación política, hasta el punto de que se habla de «política posfactual» o «política de la posverdad». Lejos queda aquel interés de la retórica y la dialéctica clásicas por discernir lo cierto de lo falso mediante argumentos o silogismos contrapuestos (Vega y Olmos 2011).

5.3.2. Comunicación intercultural

El contacto entre culturas es un fenómeno que, si bien siempre ha existido, ha adquirido en la actualidad una relevancia singular. La diversidad e intensidad de las comunicaciones, la movilidad poblacional –sea en forma de migraciones, refugios o asilos, sea en forma de desplazamientos profesionales o personales– y el conjunto de procesos desencadenados por la globalización económica han hecho que las relaciones interculturales sean una realidad insoslayable. Por ese motivo los conceptos de «interculturalidad» y de «multiculturalidad» afloran hoy en numerosos ámbitos de la vida social, como la educación, la política, los negocios o la salud pública (Kramsch 1993; Patiño y Márquez-Reiter 2018). En consecuencia, tales conceptos acaban siendo más que relevantes en el ámbito de la comunicación.

La base de la interculturalidad se encuentra en el concepto de «cultura». De hecho, la interculturalidad podría definirse simplemente así: «que concierne a la relación entre culturas». La importancia de las lenguas en relación con la interculturalidad viene dada por la relevancia de la díada conceptual lenguaje-cultura y se puso de relieve cuando Robert Kaplan introdujo la idea de «comunicación intercultural» en el mundo de la enseñanza de lenguas. De acuerdo con Kaplan (1966), los hablantes de distintos orígenes culturales estructuran sus argumentaciones de distinto modo: más lineal, más indirecto, más

zigzagueante, más circular... Este interés por lo intercultural desde la enseñanza se extendió muy rápidamente a diferentes campos de las comunicaciones internacionales, como las relaciones comerciales o la mercadotecnia. En la actualidad, hablar de comunicación intercultural supone hacer referencia a cuestiones de poder, de identidad, de transnacionalidad, de género, de comunicación no verbal, de traducción, de turismo... (Thurlow y Jaworski 2011). Y la formación de una competencia intercultural ha pasado a ser objeto de entrenamiento profesional para los campos de los negocios, los recursos humanos, la publicidad, la dirección de equipos y el liderazgo o la gestión de corporaciones internacionales. De este modo, todo lo que suponga comunicación en un escenario de internacionalización interesa al campo de la comunicación intercultural.

El estudio de la interculturalidad ha introducido conceptos muy interesantes, como el de «marco cultural», que Gregory Bateson (1979) define simplemente como los límites espaciales y temporales de un conjunto de mensajes interactivos. Asimismo, es importante la noción de «estándar cultural», definida como un patrón de conducta construido entre los miembros de una cultura, como la percepción, los juicios y conductas compartidos, la forma de manejar situaciones e interacciones, el nivel de tolerancia o los modos en que se sancionan las conductas que no se ajustan a un estándar determinado.

Otro concepto básico es el de «dimensión cultural», que se define como una conducta característica de los miembros de una cultura determinada. A partir de este concepto, buena parte de los estudios de comunicación intercultural han intentado describir las dimensiones más significativas. Jacques Demorgon (1989), por ejemplo, propone las siguientes dimensiones: orientación a la acción, grado de atención, modo comunicativo, contenido comunicativo, motivación, autoridad, responsabilidad, toma de decisiones y actitud hacia la organización. Erin Meyer (2014) propone ocho escalas para afrontar la interculturalidad en el mundo de las relaciones internacionales: comunicación, evaluación, persuasión, liderazgo, decisión, confianza, desacuerdos y planificación. Por su lado, Geert Hofstede (1993) se refiere a cinco dimensiones fundamentales: distribución de poder, individualismo / colectivismo, manejo de la incertidumbre, masculinidad / feminidad, tratamiento del largo plazo.

A partir de aquí han de fijarse unas dimensiones de referencia con el fin de llevar a la práctica el entrenamiento de profesionales. De este modo, se organizan cursos donde se analizan las dificultades de los chinos para entender a los occidentales, y viceversa, los contrastes entre estadounidenses y alemanes a la hora de hacer negocios o de preparar campañas de publicidad o incluso las

diferencias en las negociaciones entre hablantes de diferentes espacios geográficos de la misma lengua: por ejemplo, la actitud de los dominicanos en una negociación comercial es marcadamente diferente de la actitud de los chilenos o los españoles.

Desde una perspectiva más cercana a la lingüística, la pragmática sociocultural ha prestado una atención creciente a los contrastes interculturales. Una de las estudiosas más destacadas en esta línea es Dale Koike (1992), quien ha aportado algunos ejemplos muy esclarecedores de la comunicación intercultural interpretada desde la pragmática. Koike ha explicado, por ejemplo, cómo el gesto de cruzar los brazos, que en el hemisferio norte de Occidente se interpreta como negatividad, autodefensa o distanciamiento, puede ser interpretado también, sobre todo en el hemisferio sur, como muestra de confort, seguridad o incluso timidez. En el plano verbal, Koike ha analizado las respuestas que desde diferentes culturas suelen darse a determinadas expresiones. Si alguien dice «Me duele la cabeza y tengo una entrevista dentro de una hora», las respuestas pueden ir desde un «Lo siento», más esperable de un estadounidense, hasta un empático «qué mala suerte», más frecuente en las culturas románicas. Si un estadounidense le dice a otro, «¡Qué bonita chaqueta llevas!», la respuesta más esperada sería «Muchas gracias», mientras que, si la conversación tuviera lugar entre españoles, una respuesta esperable consistiría en sonreír y proporcionar información sobre la procedencia o el precio de la chaqueta.

Finalmente, la comunicación intercultural ofrece una clara dimensión social y política que se evidencia, por ejemplo, en el tratamiento que las comunidades de acogida dan a inmigrantes y refugiados o en el modo de organizar las aulas multiculturales. En estos ámbitos, la comunicación hace patente la relación entre las culturas y las identidades. Cualquier proceso de acomodación o adaptación a un nuevo contexto afecta a las percepciones de los individuos, a sus pautas de comportamiento y al clima social que se crea a su alrededor. En tales procesos, afloran las identidades y los valores o dimensiones culturales de los inmigrantes, que los llevan a mostrar unas actitudes determinadas. También afloran los rituales, creados generalmente por cada tradición cultural, por lo que a menudo contrastan con los rituales y comportamientos propios de la cultura con la que se entra en contacto. Además, cada cultura en interacción es portadora de unos símbolos y una iconografía a los que resulta difícil renunciar (pensemos en el *hijab* o el *khimar* cuando lo usan mujeres musulmanas en occidente), por lo que, de nuevo, pueden surgir contrastes evidentes con la comunidad de acogida con la posibilidad de que desemboquen en conflictos. Frente a una dinámica de conflicto, también es posible hallar dinámicas de

adaptación cultural y comunicativa, proceso que tiene su máxima expresión en el sincretismo cultural.

Un sincretismo cultural es una amalgama o hibridación de elementos procedentes de dos o más tradiciones culturales; es el resultado de una hibridación o mestizaje cultural, que crea nuevos símbolos o resignifica símbolos preexistentes. Ejemplos de sincretismo cultural se encuentran en el arte contemporáneo iberoamericano, donde los elementos indígenas se funden y confunden con elementos cristianos o europeos, o en las expresiones de diversas regiones del mundo que han fusionado cultos y devociones. Del mismo modo, también puede hablarse de un sincretismo lingüístico, cuya más clara expresión, desde una perspectiva cultural, es el préstamo o la transferencia léxica, muy frecuente en el ámbito culinario o musical, por ejemplo: *pizza*, *espagueti*, *sushi*, *miso*; *karaoke*, *reggaetón*, *cumbia*, *samba*. No obstante, en el campo léxico, la más clara expresión de sincretismo sería la resignificación por parte de una cultura de una palabra preexistente en la otra (calco semántico): *lagarto* ‘caimán’ (taíno-español); *remove* ‘quitar’ (inglés-español); *endosar* ‘respaldar’ (francés-español).

En definitiva, la interculturalidad y la comunicación intercultural son realidades que se hacen más y más evidentes en un mundo regido, por un lado, por una relativa globalización económica y, por otro, por la superdiversidad. Steven Vertovec propuso el concepto de «superdiversidad» en 2007 para referirse a la naturaleza cambiante de la migración mundial de las últimas décadas, que ha traído consigo una transformadora diversificación de la diversidad misma. Esta superdiversidad no solo se expresa en la movilidad de personas con distintas etnias y países de origen, sino también en una multiplicidad de variables que afectan a dónde, cómo y con quién viven esas personas (Vertovec 2007, 2014). A esa diversidad debe sumarse la que afecta a las lenguas y variedades lingüísticas, en forma de comunidades multilingües.

5.4. Otros enfoques

5.4.1. Mercados sociales y lingüísticos

Desde el plano de la sociología, los contextos establecen una clara relación con los «mercados». Un mercado se crea mediante un conjunto de intercambios que los miembros de una comunidad mantienen en un contexto determinado. En este sentido, el mercado refleja conductas correlacionadas con las activida-

des socioeconómicas de los individuos, de modo que los hablantes que desempeñan ciertas profesiones tienden a hacer un uso normativo de la lengua, mientras que los que desempeñan otras profesiones no lo hacen, o no necesitan hacerlo, aunque ambos compartan unos mismos perfiles socioeconómicos. El concepto de «mercado lingüístico» tiene su fundamento en la idea de que la conducta lingüística viene determinada por la relación de los hablantes con los medios de producción. Digamos que, para desenvolverse dentro del mercado, un profesional de los medios de comunicación tiene más necesidad de desplegar sus habilidades lingüísticas y comunicativas que un obrero de la construcción. Los hablantes, consecuentemente, ocupan diferentes posiciones en el mercado, dependiendo de la necesidad que tienen de hacer un uso prestigioso de la lengua y de dominar los recursos comunicativos de su comunidad.

Para Pierre Bourdieu (1984), la lengua actúa como instrumento de acceso al mercado, de modo que aquellos que la usan de acuerdo con un modelo de prestigio tienen el acceso franco, mientras aquellos que manejan lenguas o variedades no prestigiosas o no promovidas, reconocidas o sancionadas desde los grupos de poder ni tienen acceso al mercado ni pueden aspirar a integrarse en el propio grupo de poder. Según Bourdieu, las prácticas comunicativas no pueden producirse de otro modo que contextualizadas en entornos sociales concretos y en marcos socioetnográficos bien definidos. La acción fuera de lugar puede perder su sentido. Para comprender su funcionamiento debe recurrirse al concepto de *habitus*.

Bourdieu entiende el *habitus* como un elemento conciliador entre lo objetivo y lo subjetivo, entre lo teórico y lo concreto, entre lo estable y lo dinámico. El *habitus* es, por un lado, un sistema de esquemas adquiridos, de principios generales y normativos con capacidad de organizar la acción desde un plano objetivo y abstracto. Por otro lado, el *habitus* implica un funcionamiento en la práctica, una condición de operador en la construcción de objetos mediante la acción. En su obra *Choses dites* (Bourdieu 1987), Bourdieu utilizaba el símil del tenis: un tenista conoce la lógica del juego y ejecuta sus acciones gracias a su *habitus*, a sus estrategias adquiridas a través de la experiencia, que le permiten actuar ante cada bola de forma prácticamente inconsciente. La producción lingüística podría explicarse también desde este modelo, que conjuga la socialización con la acción individual contextualizada. El *habitus* está conformado por unos patrones de percepción y de acción que permiten al individuo producir sus prácticas adaptándolas al entorno social en que se encuentra. A su vez el acceso a los modelos lingüísticos legitimados por el mercado suele producirse a través del sistema educativo, pero teniendo

en cuenta que no solo aprendemos a hablar escuchando, sino que aprendemos a hacerlo hablando; es decir, circulando el habla en el mercado, en situaciones comunicativas concretas.

La competencia o dominio sobre la lengua «legítima» constituye el capital lingüístico más valioso en el mercado convencional. Las propiedades de la variedad considerada «legítima» (llamada también «lengua estándar» o, en francés, *langue légitime*) sirven para marcar diferencias sociales (Cap. 7). Los hablantes tienen que poseer y acumular capital lingüístico si quieren asegurar su presencia y beneficio en el mercado. De este modo, Bourdieu establece una estrecha relación entre el uso lingüístico, el estilo y el simbolismo. La lengua constituye un capital simbólico potencialmente convertible en capital económico. El uso lingüístico debe su valor social al hecho de que tiende a organizarse en variedades que reproducen el sistema de diferencias sociales en el orden simbólico de la variación. Así, «hablar» es apropiarse de estilos expresivos ya constituidos por el uso (Loureda y Schrott 2021). La jerarquía de estilos expresa la jerarquía de los grupos sociales. Al mismo tiempo, las diferencias de funciones y prestigio entre lenguas y variedades se hacen evidentes dentro del mercado lingüístico.

Los mensajes lingüísticos solo cumplen completamente su función social cuando son descifrados por los oyentes en sus respectivos contextos dentro de un mercado. De este modo, el mercado contribuye a crear, no solo el valor simbólico de la lengua producida en cada situación, sino también el sentido de los discursos. Es cierto que el uso de cada hablante, con su estilo, su retórica y su perfil social, genera connotaciones vinculadas a cada contexto particular, pero no es menos cierto que son los receptores los que descifran los mensajes y terminan de configurar el sentido lingüístico y simbólico (Sankoff y Laberge 1978). El uso del lenguaje implica tanto la manera en que se produce la materia del discurso, como el modo en que se interpreta (Cap. 3).

Por último, los mercados, como espacio de intercambio lingüístico, son los entornos idóneos para que se genere un proceso de «comodificación» o mercantilización de las lenguas; es decir, para que se mida el valor de las lenguas como *commodities* o bienes mercantiles. Pensemos en el valor económico de las traducciones, de los servicios de intérpretes o de la enseñanza de idiomas, por ejemplo. Monica Heller (2010) se ha referido a la comodificación de las lenguas como su utilización con propósitos mercantiles o como un recurso económico. Esta utilización puede referirse tanto al valor mercantil de las lenguas como producto, como al valor explícito de las habilidades lingüísticas de las personas a la hora de desenvolverse en un contexto o mercado laboral

determinado. Los profesionales de los medios de comunicación, desde este punto de vista, son elementos decisivos en la comodificación de sus respectivas lenguas.

5.4.2. Discriminación lingüística y sexismo

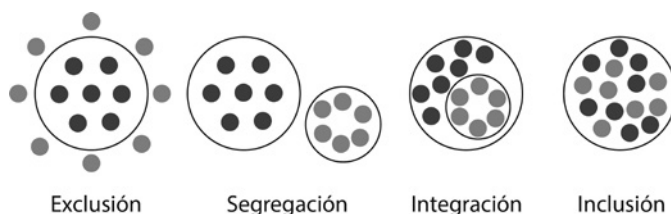
La prominencia social concedida a las desigualdades ha dispensado una atención especial a la noción de «inclusividad». La historia de la humanidad viene plagada de discriminaciones, desigualdades, injusticias y sesgos, que pueden encontrarse de hecho en cualquier rincón del planeta y en cualquier segmento del tiempo. Los ámbitos en que pueden hallarse abarcan prácticamente todas las facetas de la vida humana: desde la religión a la economía, desde la educación al trabajo, desde la raza al sexo o desde la vida familiar a la política internacional. Entre las discriminaciones más longevas y persistentes hay algunas que merecen destacarse, como las relativas al sexo y el género, la raza, la edad, la capacidad física o las creencias. Se trata de actitudes y conductas tan arraigadas en la condición humana, que por fuerza han de manifestarse, de un modo u otro, en la comunicación cotidiana y en la forma en que la gente se comunica, cara a cara o en los medios.

Al mismo tiempo, la identificación entre lengua y realidad, así como entre lengua y pensamiento, es tan estrecha que a menudo son las lenguas –y no las personas o los pueblos– las que reciben la acusación de discriminadoras y portadoras de viricentrismo (contra la mujer), monoteocentrismo (contra el politeísmo u otras formas religiosas) o edadismo (contra los ancianos), cualidades capaces de condicionar la aparición o el uso de expresiones y discursos de carácter discriminatorio en todo tipo de comunicaciones. De hecho, las discriminaciones lingüísticas son entendidas a menudo como barreras infranqueables para la inclusividad. Cualquier expresión percibida como discriminatoria se interpreta como un acto contrario a la inclusión o a la integración del grupo discriminado. No es necesario que realmente exista una intención discriminatoria; basta con que alguien perciba o interprete como tal cualquier expresión.

En el campo de la educación, se distinguen cuatro procesos que afectan directamente a grupos minoritarios o minorizados de una comunidad: exclusión, segregación, integración e inclusión. La exclusión supone situar a cada individuo minoritario fuera del grupo mayoritario; la segregación considera a la minoría como grupo fuera del grupo mayoritario; la integración supone re-

conocer a la minoría como grupo dentro del mayoritario; y la inclusión, reconocer a cada individuo minoritario como integrante del grupo mayoritario. Se excluye lingüísticamente cuando se ignora o no se nombra a los diferentes individuos minoritarios; se segrega cuando se cataloga a la minoría con una etiqueta que representa marginación (por ejemplo, *black* en los Estados Unidos de los sesenta; *gitanos* en Europa; *vagabundos*); se integra cuando se considera al grupo minoritario como parte componente del mayoritario (por ejemplo, cuando se ofrecen formularios bilingües para gestiones oficiales); se incluye cuando ninguna expresión o elemento lingüístico supone la exclusión de ningún individuo o grupo minoritario. La inclusividad podría definirse como la capacidad o potencialidad para incluir a un individuo o un grupo dentro de los límites de un conjunto mayoritario.

Figura 14. Tratamiento de minorías en relación con un grupo mayoritario en educación



Fuente: elaboración propia.

La inclusividad es una característica exigida actualmente a cualquier tipo de discurso o manifestación lingüística en las sociedades contemporáneas. Y generalmente no basta con que exista, sino que se espera que se evidencie. De hecho, los movimientos ideológicos y sociales de reivindicación de las identidades y de defensa de las minorías han puesto en primer plano durante las últimas décadas la dimensión lingüística de la discriminación. Muchas de las acciones propuestas por estos movimientos han sido muy bien acogidas socialmente: por ejemplo, en el discurso público en español, no se habla de *subnormalidad*, *anormalidad*, *incapacidad* o *impedimentos*, sino de *discapacidad* o *discapacidades*, y las personas afectadas se denominan, como se hace en Chile, «personas en situación de discapacidad» o «PSC». Muchas profesiones marginales o desconsideradas socialmente han recibido nuevas denominaciones que evidencian su aportación a la comunidad: en español, *criada* ha dejado paso a *empleada de hogar*; *secretaria*, a *asistente ejecutiva*; *enfermero/a*, a *asistente técnico sanitario* (ATS); *portero/a*, a *empleado/a de fincas*

urbanas; y vejez, a tercera edad. En el terreno discursivo y conversacional, por otro lado, ha desaparecido toda alusión vejatoria o cómica hacia gangosos y tartamudos, cuya condición física prefiere llamarse *rinolalia* y *disfemia*, respectivamente.

Pero, entre las discriminaciones sociales denunciadas, la que mayor repercusión social ha tenido, sobre todo a partir del auge del feminismo de los años setenta, ha sido la relativa al sexo y género de las personas y, más específicamente a la mujer. Las muchas discriminaciones sexistas que existen, principalmente machistas, han provocado en las últimas décadas una poderosa «ofensiva incluyente» cuya expresión más reconocida son las guías, documentos o normativas para un lenguaje inclusivo, incluyente o no sexista. Estas guías proponen para el español, por ejemplo, el uso de nombres genéricos que eviten el sesgo masculinizante (*personal investigador* o *ciudadanía*, en vez de *investigadores* o *ciudadanos*), el reconocimiento de formas femeninas para todos los nombres de profesiones (*decana*, *jueza*, *concejala*); el desdoblamiento gramatical y léxico que visibilice el componente femenino (*padres y madres*; *alumnos y alumnas*) o la modificación de las definiciones inexactas en cuestiones de género que se encuentran en numerosas publicaciones, incluidos los diccionarios. Tales propuestas, guiadas por un razonable sentido de la igualdad, han supuesto un paso adelante en la dignificación social de la mujer, de modo que hoy resulta inaceptable, por ejemplo, que un documento oficial solamente presente formulismos que expresan referentes masculinos.

Entre todas las propuestas realizadas para evitar el uso de expresiones sexistas, el desdoblamiento exhaustivo o hiperbólico del género gramatical es la que más desacuerdo social ha provocado, por considerarse contrario al natural fluir del discurso y a mecanismos gramaticales básicos. Las lenguas disponen de un mecanismo denominado «neutralización» por el que una oposición distintiva se resuelve en favor de uno de los elementos opuestos, considerado como «no marcado» o valor por defecto. En el caso de la categoría del género, el masculino es la forma adoptada en la neutralización; por eso el genérico «los profesores», por ejemplo, tiene género gramatical masculino. Pero el género no es la única categoría afectada por tal mecanismo: el número (cuando es singular y plural) se neutraliza en singular (por ejemplo, *la mujer es objeto de discriminaciones*); los tiempos presente y futuro pueden neutralizarse en presente (por ejemplo, *mañana te lo demuestro*); y las oposiciones léxicas pueden neutralizarse en uno de sus términos (por ejemplo, la oposición *día / noche* se neutraliza en *día*: *te estuve esperando dos días*; se supone que con sus noches). Incluso existen neutralizaciones de antónimos (por ejemplo, *grande / pequeño*;

viejo / joven), resueltas por el contexto: las expresiones *dime cómo de grande es la hormiga* o *tu bebé es más viejo que el mío*, no suponen que las hormigas sean grandes ni que los bebés sean viejos.

No obstante, mientras la polémica se focaliza en el mayor o menos uso de los desdoblamientos o en la generalización de un supuesto morfema inclusivo (sean @, x, e o cualquier otra alternativa en español), parece no ponerse demasiado el énfasis sobre la construcción de los discursos que verdaderamente reflejan una ideología sexista, en ocasiones con apariencia de sencillez o ingenuidad. Si alguien dice algo así como «un hombre te puede atraer por su agudeza y una mujer, por su perfume... », está incurriendo en un discurso sexista; cuando en el saludo de un correo electrónico se dice «Estimado Sr. Director General», sin conocer al destinatario, se está incurriendo en una fórmula sexista. Hace un siglo, se hacían discursos públicos que incluían fragmentos como el siguiente:

Sean mis primeras frases de verdadero y rendido agradecimiento para vosotras, bellas nebrisenses, que con vuestra asistencia a este acto, y lo que más vale aún, con vuestro entusiasta concurso, dais la nota de color, la más bella pincelada a este hermosísimo cuadro.

(F. Domínguez de Cepeda 1926).

En el siglo XXI, el machismo no suele hacerse tan evidente en los discursos públicos, pero ello no quiere decir que no persista. La no discriminación consiste también en la detección y denuncia de este tipo de enunciados y discursos públicos, ya que son reflejo directo de una mentalidad sexista, mientras que el uso del masculino inclusivo, no tiene por qué serlo.

De todo ello se desprende que el sexismo afecta de pleno a procesos comunicativos de toda índole, tan privados como públicos. Entre esos ámbitos públicos se incluyen los entornos profesionales, donde la discriminación, los sesgos y los estereotipos referidos a hombres y mujeres se hacen muy patentes, aunque suelen pasar inadvertidos. En las interacciones profesionales, los hombres suelen hacer uso de turnos de palabra en un número mayor y con mayor duración, y frecuentemente dirigen a las mujeres explicaciones o comentarios condescendientes. Por su lado, se espera de las mujeres intervenciones empáticas, corteses y a menudo de autodisminución. La realidad de estos estereotipos y la necesidad de combatirlos han hecho irrumpir un movimiento de comunicación igualitaria que pone especial énfasis en la provisión de estrategias de comunicación para mujeres profesionales (Montolío 2010, 2018).

5.5. El concepto: registro

El contexto es un complejo conformado por factores situacionales, personales y lingüísticos con capacidad de afectar a la comunicación y a la forma concreta que adoptan las lenguas en su uso. A esas manifestaciones lingüísticas contextualizadas se les da el nombre de «registro», aunque tal denominación compite con la de «estilo» y la de «variación estilística». Dada la concreción y contextualización de los registros, estos no pueden entenderse como sistemas lingüísticos completos –como sí lo son las lenguas o los dialectos–, sino como sistemas incompletos que afectan a aspectos específicos de la lengua (sonidos, entonación, léxico, complejidad sintáctica, estructura discursiva...). Tal afirmación no impide que una lengua o un dialecto puedan funcionar como registros en determinadas condiciones sociolingüísticas: por ejemplo, el francés funcionaba específicamente como el «registro cortesano» (la lengua de la corte) en la Prusia y la Rusia de finales del siglo XVIII, así como el alemán y el ruso se utilizaron como registro elevado o culto en los países bálticos hasta la Primera Guerra Mundial. En otras palabras, el concepto de «registro» puede funcionar en situaciones de bilingüismo y de diglosia; esto es, cuando las lenguas implicadas asumen y representan funciones sociales diferentes.

El uso de registros está estrechamente relacionado con situaciones y contextos específicos; esto es, hay registros esperables en determinados contextos y registros no adecuados para esos mismos contextos. Desde la teoría de la comunicación, podría decirse que los registros son manifestaciones redundantes, por ser previsibles o esperadas en determinadas circunstancias. Dado que los registros están condicionados social y culturalmente, no existe una tipología universal de registros, aunque de forma general se acepta que los registros más evidentes son el culto, el coloquial o familiar, el espontáneo y el vulgar. Este último se distinguiría del coloquial por incluir elementos mal vistos o desprestigiados en el uso social, como las palabras soeces. La distinción de estos registros justifica que no resulte socialmente aceptable que el discurso de la ceremonia inaugural de un congreso internacional se pronuncie en un registro coloquial, por ejemplo. Cuando un rasgo o un uso lingüístico aparece típicamente o se adscribe prototípicamente a un registro determinado, se produce el fenómeno conocido como «enregistramiento» (Agha 2006).

A pesar del uso sinonímico que se les da a los términos «registro» y «estilo», cabe establecer entre ellos algunas diferencias. Así, el término «registro» suele relacionarse estrechamente con la lingüística de Michael Halliday, conocida generalmente como «sistémica». Para Halliday (1978), los registros dependen

del *uso* que se haga de la lengua en situaciones concretas, frente a los dialectos, que se identifican en función de sus *usuarios*. Las variaciones de registro dependen de las siguientes dimensiones:

- a) *el campo del discurso*: el contexto en que se hace uso de la lengua; depende del tema tratado (discusión científica, vida cotidiana) y de la actividad que desarrollan los hablantes y sus interlocutores (por ejemplo, labores domésticas, seminario académico).
- b) *el modo del discurso*: el canal de comunicación, el medio o «modo» en que se produce la actividad comunicativa, incluyendo la distinción primaria entre lengua hablada y lengua escrita.
- c) *el tenor o estilo del discurso*: el tipo de relación que existe entre los participantes en un proceso comunicativo, que supone la distinción fundamental entre estilo culto y estilo coloquial.

En cuanto al tenor, es bastante improbable que puedan catalogarse registros bien definidos, puesto que esta dimensión funciona como un continuo y depende de cada comunidad cuáles son las relaciones más relevantes entre participantes. Cada hablante tiene a su disposición una escala continua de registros, entre los cuales selecciona, para cada situación, el más apropiado.

La denominación «estilo» es la más utilizada para referirse a la variación lingüística en relación con la variación social, aunque no existe una concepción única al respecto. Lefebvre agrupó las nociones de estilo en dos teorías básicas: las que consideran los estilos como códigos diferenciados y las que los definen partiendo de un estilo básico llamado «vernáculo». De acuerdo con la concepción de los estilos como códigos, cada estilo es un código del que disponen los hablantes para transmitir información sobre los propios hablantes, sobre la relación que establecen con sus interlocutores y sobre el contexto y la situación comunicativa. De acuerdo con la concepción de los estilos sobre la base de un vernáculo, este serviría como referencia, mientras los demás estilos serían, en cierto modo, desviaciones de ese vernáculo, al que se tiende de forma espontánea.

En esta segunda corriente o tendencia de estudio del estilo identificada por Lefebvre (1983), los estilos se ordenan en un solo parámetro —el grado de atención prestado por el hablante a su propio discurso— que formaría una escala con diversas posibilidades intermedias, con un grado mayor o menor de formalidad. Entre esas posibilidades, la que supone una menor atención a la propia forma de hablar recibe el nombre de «vernáculo». De acuerdo con esta

propuesta, fundamentada en la sociolingüística de William Labov (1972), los estilos básicos serían el habla informal o vernáculo (*casual speech*), el habla cuidada o formal (*formal speech*) y el habla espontánea (*spontaneous speech*). Para Labov, esta última suele aparecer cuando, en un discurso formal, se produce un inciso de naturaleza informal. Tal diversidad de estilos supone la existencia de factores que inciden sobre ellos, como el tema tratado, el perfil y la relación de los interlocutores y la naturaleza del contexto.

En la selección de los registros o estilos intervienen dos tipos de factores: la riqueza estilística disponible, que puede variar según el perfil personal y social de los hablantes, y los factores que afectan a la selección. En lo que se refiere a los factores que afectan a la selección del estilo, se pueden agrupar en dos principales: factores personales (los oyentes, la audiencia) y factores no personales, entre los que se encuentra el contexto mismo (lugar, momento, actividad...). Otro gran factor no personal es el tipo de discurso o de actividad comunicativa, que se distingue fundamentalmente por el tema tratado y por el tipo de comunicación establecido (el *campo del discurso*, según Halliday). Lógicamente, el tema de un discurso está estrechamente ligado al contexto en que se produce (sólo se habla de ciertas cosas en ciertos contextos), a las características psicolingüísticas de los interlocutores y a la relación que une a los que conversan (sólo se habla de ciertos temas con ciertas personas). En cuanto al tipo de comunicación, las modalidades básicas capaces de reflejar variación estilística en la lengua hablada son el discurso monologado y la conversación (Cap. 4).

Las posibilidades estilísticas de que dispone un hablante o una comunidad de hablantes no están prefijadas de un modo absoluto y por eso es complicado afirmar que hay dos, tres, cuatro, cinco o más estilos, al tiempo que es prácticamente imposible determinar dónde está el límite entre ellos. Además, para intrincar más las cosas, la homogeneidad de contextos o situaciones no garantiza la homogeneidad estilística, porque los individuos y los grupos se comportan de manera diferente ante una misma situación. La formalidad o informalidad de un registro se desprende de la relación existente entre todos los factores implicados en la comunicación, además de la intención de los hablantes y de la relación que mantengan entre sí.

En la variación estilística, cada factor comunicativo contribuye a reforzar de manera diferente la formalidad o la informalidad del discurso. A su vez, esos factores tienen mayor o menor capacidad para determinar la formalidad dependiendo de la situación comunicativa general y del tipo de hablante o de grupo social de que se trate: en ciertas ocasiones será más determinante el contexto

que la relación personal entre los interlocutores; en otras tendrá más peso el tema tratado que el contexto; en otras puede ser más importante la relación que une a los interlocutores que el tema tratado. Esto supone la existencia de una casuística inabarcable, aunque, a pesar de todo, la comunicación tiene pautas regulares de comportamiento, que coinciden con la forma en que los hablantes interpretan y valoran social y comunicativamente cada contexto. Por tal razón es frecuente que hablantes procedentes de comunidades diferentes, aun siendo hablantes de la misma lengua, caigan en malentendidos y en diversos tipos de deficiencias comunicativas (Cap. 2).

5.6. Los nombres: Edward Sapir y Benjamin Lee Whorf

(Sapir: Imperio alemán, 1884-Estados Unidos, 1939; Whorf: Estados Unidos, 1897-1941)

Pocos lingüistas de la primera mitad del siglo xx tienen una obra con una vigencia tan prolongada como Edward Sapir. De hecho, su libro *Language* (1921), tras más de un siglo de existencia, sigue siendo obra de referencia y fuente de inspiración para numerosos interesados por el lenguaje, sean o no lingüistas. En realidad, hablar de Sapir como lingüista no hace justicia a la amplitud de sus intereses y conocimientos, marcados especialmente por su maestro Franz Boas, padre de la antropología estadounidense y principal representante del enfoque llamado «relativismo cultural». Desde este enfoque, la cultura es el marco desde el que deben entenderse todas las acciones humanas, incluidas las lenguas.

Edward Sapir nació a finales del siglo xix en una familia judía instalada en tierras de la antigua Prusia. Sus padres decidieron emigrar a los Estados Unidos, donde el joven Edward realizó todos sus estudios universitarios. Sapir completó su doctorado en la Universidad de Columbia, en Nueva York, pero su posterior labor como profesor universitario la desempeñó en las universidades de California, Pennsylvania, Chicago y Yale. En su formación inicial tuvo una gran influencia la lingüística de los neogramáticos europeos (Osthoff y Brugmann 1878), con sus leyes fonéticas sin excepciones como explicación de los cambios lingüísticos y con su interés por las lenguas indoeuropeas. La obra de Ferdinand de Saussure también atrajo su atención. Sin embargo, la formación de Sapir con Franz Boas derivó su pensamiento hacia el relativismo cultural y hacia la relación entre lenguaje, pensamiento y realidad. La base de sus

investigaciones y reflexiones fueron fundamentalmente las lenguas amerindias norteamericanas, a cuya descripción y tipología dedicó una buena parte de su vida académica.

Cuando se piensa en la relación entre la expresión lingüística y las realidades referenciales a que alude, resulta inevitable admirar la figura de Edward Sapir, gran pionero de los estudios sobre la conexión entre los hablantes y sus entornos, las personas y las sociedades en que se mueven, la cultura y la personalidad de los propios hablantes. Esta es una de las más sólidas contribuciones de Sapir al conocimiento del lenguaje. Desde esta perspectiva, el ser humano y sus actividades no se limitan a habitar en un mundo objetivo, sino que están condicionados por la lengua, entendida como medio de expresión de cada comunidad. De esta manera, el uso de la lengua permite que el individuo se inserte en su propia realidad, cumpliendo un cometido que va mucho más allá de la comunicación o la expresión de necesidades. Para Sapir, el «mundo real» se construye de forma inconsciente sobre los hábitos lingüísticos de los individuos y sus comunidades, unos hábitos que predisponen y condicionan la interpretación de la realidad misma.

Estas ideas constituyen el fundamento del relativismo lingüístico y de la hipótesis teórica conocida como «hipótesis de Sapir-Whorf». Según esta hipótesis, toda lengua es una representación simbólica de la realidad sensible, por lo que la concepción que una comunidad tiene del mundo es consecuencia de la estructura de su lengua. El nombre de esta hipótesis se debe a la continuidad de pensamiento entre Edward Sapir (1921) y Benjamin Lee Whorf (1944, 1956), su discípulo más destacado en la universidad de Yale. Whorf se licenció primeramente en ingeniería química en el Massachusetts Institute of Technology y desde muy pronto comenzó a trabajar como inspector de prevención de incendios en una compañía de seguros. Esto le permitió recopilar una serie de ejemplos de codificación lingüística que habían llevado a interpretaciones erróneas sobre la realidad y desembocado en todo tipo de incendios y accidentes.

Whorf comentó un accidente ocurrido con «agua» contaminada. El caso fue el siguiente. Una curtiduría vertió en una balsa de decantación aguas residuales que contenían desechos animales. La balsa estaba parcialmente a la intemperie y parcialmente techada con madera. A este tipo de balsas se las denomina ordinariamente *charco de agua* (ing. *water puddle*). Un día, un obrero encendió un soplete en las proximidades del «charco de agua», arrojó la cerilla al «agua» y se produjo un gran incendio: lo que ocurrió fue que la materia muerta en descomposición estaba desarrollando gas bajo la cubierta de madera, por lo

que la atmósfera creada era altamente combustible. Una llamarada instantánea prendió la madera y el fuego se extendió rápidamente al edificio contiguo. Esta anécdota podría servir para criticar la desatención de las tenerías a la calidad del agua, pero la conclusión más conocida fue por otro lado. El hecho de hablar de «charco de agua» hizo que no se prestara atención al peligro potencial de los gases acumulados. La obra de Whorf explica cómo las personas pueden realizar observaciones y evaluaciones distintas de hechos que son externamente similares por influencia de elementos lingüísticos, tanto léxicos como gramaticales (Trager 1968).

El relativismo lingüístico asume que el complicado mosaico de imágenes que el mundo ofrece es percibido y organizado por las mentes de los individuos por medio de un patrón válido para toda una comunidad de hablantes y codificado en las estructuras de su lengua. Esto implica que el conocimiento de la realidad, así como su expresión, viene determinado por la lengua. Esta es la razón, en gran parte, de que las lenguas muestren diferencias estructurales entre sí: no todas disponen de las mismas categorías gramaticales o léxicas ni las expresan de la misma manera. En el plano léxico, por ejemplo, algunas lenguas disponen de varios vocablos para referirse a realidades que en otras lenguas reciben un solo nombre. Este hecho tendría la capacidad de reflejar distintas visiones del mundo, a partir de una infinidad de casos que podrían apuntalar tal idea: por ejemplo, las muy diversas soluciones para organizar y denominar las relaciones de parentesco (en chino mandarín hay denominaciones distintas para los hermanos del padre y de la madre) o las formas léxicas que distinguen colores (algunas lenguas solo distinguen léxicamente tres o cinco colores básicos). Estos casos reflejarían distintas organizaciones culturales del conocimiento en cada comunidad. Whorf (1956) decía: «Un cambio en la lengua puede transformar nuestra apreciación del cosmos».

La relación entre lenguaje, pensamiento y realidad es tan compleja que no es de extrañar que pueda ser interpretada de muy diferentes modos, lo que explica muchas de las críticas recibidas por la hipótesis Sapir-Whorf. Así, por ejemplo, Eric Lenneberg (1967) no cree en la relación causal entre percepción y estructura lingüística. Otro psicólogo, Steven Pinker (1994), sostiene que el ser humano no «piensa» mediante un lenguaje natural, sino a través de una especie de lenguaje mental, que entronca con la idea de los defensores de una gramatical universal, que son contrarios al relativismo por definición. A pesar de todo, sigue habiendo valedores acérrimos de la hipótesis Sapir-Whorf, en su componente más teórico, que piensan que los ejemplos de las lenguas amerindias presentados por estos autores siguen teniendo un valor ilustrativo.

En cualquier caso, resulta innegable la potencia intelectual de nuestros dos autores. Sapir fue contratado para dirigir la División de Antropología del Servicio Geológico de Canadá, que acabó convirtiéndose en Museo Nacional. Durante sus 15 años canadienses, Sapir fomentó en su museo el estudio de los pueblos indígenas y contribuyó al conocimiento y la clasificación de las lenguas de Canadá. Además de esto, tuvo tiempo de dedicarse a la poesía y de aportar interesantes trabajos sobre estética, música y literatura, hasta que un ataque al corazón acabó con vida. En cuanto a Whorf, unos años antes de su muerte comenzó a padecer un cáncer que lo obligó a cesar su actividad, coincidiendo prácticamente con la muerte de su maestro Sapir, que le afectó de un modo profundo. En 1941, Whorf publicó un artículo en memoria de Sapir («The Relation of Habitual Thought and Behavior to Language») que se ha convertido en su texto más conocido. Una buena parte de su obra, sin embargo, quedó inédita y al cuidado de otros estudiosos que se encargaron de ir poco a poco sacándola a la luz.

Temas para debatir

1. El artista belga René Magritte creó una célebre pintura en la que, bajo el dibujo de una pipa, se leía el mensaje. *Ceci n'est pas une pipe*. En esta obra se evidencia la necesidad de discernir entre la realidad misma, la representación de la realidad y el discurso o los mensajes sobre esa realidad. ¿Qué efectos puede producir la confusión de los tres planos?
2. Los medios de comunicación y los comunicadores públicos consideran la inmediatez como un valor informativo de primer orden. Ello tiene como consecuencia, en muchas ocasiones, la falta de verificación de las informaciones. ¿Quién tiene la responsabilidad de las falsedades que se transmiten y comunican? ¿Qué tipos de medios son más propicios para la falsedad?
3. Las discriminaciones son una realidad en todo tipo de sociedades. Una de las de más larga historia es la que ha impedido o minimizado la visibilidad de la mujer. El lenguaje inclusivo aboga por intervenir sobre las formas lingüísticas con el fin de evitar la discriminación sexista contra la mujer. ¿Hasta qué punto esta intervención es eficaz?

Lecturas recomendadas

- Goodwin, Charles y Alessandro Duranti. 1992. «Rethinking Context: An Introduction». En *Rethinking Context: Language as an Interactive Phenomenon*, ed. por Charles Goodwin y Alessandro Duranti, 1-42. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kuypers, Jim A. 2009a. «Framing Analysis». En *Rhetorical Criticism: Perspectives in Action*, ed. por Jim A. Kuypers, 181-203. Lanham, MD: Lexington Books.

Referencias bibliográficas

- Agha, Asif. 2006. *Language and Social Relations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bandura, Albert. 1977. *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Bateson, Gregory. 1979. *Mind and Nature: A Necessary Unity*. New York: E. P. Dutton.
- Blommaert, Jan. 2010. *The Sociolinguistics of Globalization*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bourdieu, Pierre. 1984. «Capital et marché linguistiques». *Linguistische Berichte* 90: 3-24.
- Bourdieu, Pierre. 1987. *Choses dites*. Paris: Le Minuit. Trad. al esp. por M. Mizraji. *Cosas dichas* Barcelona: Gedisa.
- Cassany, Daniel. 2023. *Metáforas sospechosas. Charlas mestizas sobre la escritura*. Barcelona: Anagrama.
- Coupland, Nikolas. 1980. «Style-Shifting in a Cardiff Work-Setting». *Language in Society* 9 (1): 1-12.
- Demorgon, Jacques. 1989. *L'exploration interculturelle. Pour une pédagogie internationale*. Paris: Colin.
- Domínguez de Cepeda, Fernando. 1926. *Homenaje de Lebrija a su excelso hijo Elio Antonio de Nebrija, en el IV Centenario de su muerte. 1922*. Sevilla: Tip. y Enc. de Giménez y Vacias.
- Duranti, Alessandro. 1987. *Linguistic Anthropology*. Cambridge: Cambridge University Press,
- Duranti, Alessandro y Charles Goodwin, eds. 1992. *Rethinking Context: Language as an Interactive Phenomenon*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Entman, Robert M. 1993. «Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm». *Journal of Communication* 43 (4): 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>.
- Geertz, Clifford. 1983. *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.

- Goffman, Erving. 1974. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Halliday, Michael A.K. 1978. *Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning*. London: Edward Arnold.
- Heller, Monica. 2010. «The Commodification of Language». *Annual Review of Anthropology* 39: 101-14. <https://doi.org/10.1146/annurev.anthro.012809.104951>.
- Hofstede, Geert. 1993. «Cultural Constraints in Management Theories». *Academy of Management Executive* 7: 81-94. <https://doi.org/10.5465/ame.1993.9409142061>.
- Iyengar, Shanto. 1990. «Framing Responsibility for Political Issues: The Case of Poverty». *Political Behavior* 12 (1): 19-40. <https://doi.org/10.1007/BF00992330>.
- Iyengar, Shanto. 1991. *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago: University of Chicago Press.
- Jakobson, Roman. 1960. «Linguistics and Poetics». En *Style in Language*, ed. por Th. Sebeok, 350-77. Cambridge: MIT Press.
- Kaplan, Robert B. 1966. «Cultural Thought Patterns in Inter-Cultural Education». *Language Learning* 16 (1-2): 1-20.
- Koike, Dale. 1992. «Language and Social Relationship in Brazilian Portuguese». En *The Pragmatics of Politeness*. Berlin: De Gruyter.
- Kramsch, Claire. 1993. *Context and Culture in Language Teaching*. Oxford: Oxford University Press.
- Kuypers, Jim A., ed. 2009b. *Rhetorical Criticism: Perspectives in Action*. Laham, MD: Lexington Press.
- Kuypers, Jim A. 2010. «Framing Analysis from a Rhetorical Perspective». En *Doing News Framing Analysis*, ed. por P. D'Angelo y J.A. Kuypers, 286-311. New York: Routledge.
- Labov, William. 1972. *Sociolinguistic Patterns*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Lakoff, George. 2004. *Don't Think of an Elephant: Know Your Values and Frame the Debate*. Hartford, VT: Chelsea Green Publishing.
- Lefebvre, Claire. 1983. «Les notions de style». En *La norme linguistique. Gouvernement du Québec, Conseil de la langue française, Collection l'ordre des mots*, ed. por E. Bédard y J. Maurais, 305-33. Paris: Le Robert.
- Lenneberg, Eric H. 1967. *Biological Foundations of Language*. New York: John Wiley & Sons.
- Loureda, Óscar y Angela Schrott. 2021. *Manual de lingüística del hablar*. Berlin: De Gruyter.
- Mayes, Patricia. 2003. *Language, Social Structure, and Culture*. Amsterdam: John Benjamins.

- McLuhan, Marshall y Bruce R. Powers. 1982. *The Global Village: Transformations in World Life and Media in the 21st Century*. Oxford: Oxford University Press.
- Meyer, Erin. 2014. *The Culture Map. Decoding How People Think, Lead and Get Things Done Across Cultures*. New York: Perseus Books.
- Montolío Durán, Estrella. 2010. *Estrategias de comunicación para mujeres directivas*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Montolío Durán, Estrella. 2018. *Comunicación igualitaria. El reto de las relaciones interpersonales*. 2.^a Barcelona: CaixaBank.
- Moreno Fernández, Francisco. 2014. *Spanish Revolution. Ensayo sobre los lenguajes indignados*. Valencia: Uno y Cero.
- Osthoff, Hermann y Karl Brugmann. 1878. «Vorwort». En *Morphologische Untersuchungen auf dem Gebiete der indogermanischen Sprachen*, ed. por En H. Osthoff y K. Brugmann. Leipzig: S. Hirzel.
- Patiño-Santos, Adriana y Rosina Márquez-Reiter. 2018. «Banal Interculturalism. Latin Americans in Elephant & Castle». *Language and Intercultural Communication* 19 (3): 227-41. <https://doi.org/10.1080/14708477.2018.1508292>.
- Peirce, Charles. 1894-1912. [2020]. *Selected Writings on Semiotic, 1894-1912*. Berlin: De Gruyter.
- Pike, Kenneth L. 1982. *Linguistic Concepts: An Introduction to Tagmemics*. Lincoln, NE: University of Nebraska Press.
- Pinker, Steven. 1994. *The Language Instinct: How the Mind Creates Language*. New York: William Morrow and Company.
- Price, Lucien. 1954. *Dialogues of Alfred North Whitehead: As Recorded by Lucien Price*. Boston: Little, Brown and Company.
- Sankoff, David y Suzanne Laberge. 1978. «The Linguistic Market and the Statistical Explanation of Variability». En *Linguistic Variation: Models and Methods*, ed. por D. Sankoff, 239-50. New York: Academic Press.
- Sapir, Edward. 1921. *Language: An Introduction to the Study of Speech*. New York: Harcourt, Brace & World.
- Sapir, Edward. 1929. «A study in phonetic symbolism». *Journal of Experimental Psychology* 12 (3): 225-39. <https://doi.org/10.1037/h0070931>.
- Schaff, Adam. 1964. *Language and Cognition*. New York: McGraw-Hill.
- Smith, Larry W. 1994. «Context». En *Sociocultural Approaches to Language and Literacy: An Interactionist Perspective*, ed. por En Vera John-Steiner, Carolyn P. Panofsky, y Larry W. Smith, 35-42. Cambridge: Cambridge University Press.
- Snow, David y Robert D. Benford. 1988. «Ideology, Frame Resonance, and Participant Mobilization». En *International Social Movement Research*, ed. por Bert Klandermans, Hanspeter Kriesi, y Sidney Tarrow, 1:197-217. From *Structure on*

- Action: Comparing Social Movement Research across Cultures*. Greenwich, CT: JAI Press.
- Tewksbury, David y David Scheufele. 2009. «New Framing Theory and Research». En *Media Effects: Advances in Theory and Research*, ed. por Jennings Bryant y Mary B. Oliver, 3.^a 17-33. London: Routledge.
- Thurlow, Crispin y Adam Jaworski. 2011. «Tourism Discourse. Languages and Banal Globalization». *Applied Linguistics Review* 2: 285-312. <https://doi.org/10.1515/9783110239331.285>.
- Tomasello, Michael. 2007. *Los orígenes culturales de la cognición humana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Trager, George L. 1968. «Whorf». En *International Encyclopedia of the Social Sciences*, ed. por L. Benjamin y D.L. Sills, 16:536-38. New York: Macmillan.
- van Dijk, Teun A. 2008. *Discourse and Context: A Sociocognitive Approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Vega, Luis y Paula Olmos. 2011. *Compendio de lógica, argumentación y retórica*. Madrid: Trotta.
- Vertovec, Steven. 2007. «Super-Diversity and Its Implications». *Ethnic and Racial Studies* 30 (6): 1024-54.
- Vertovec, Steven. 2014. *Super-Diversity*. London, New York: Routledge.
- Vygotski, Lev. 1978. *Pensamiento y lenguaje*. Madrid: Paidós.
- Whorf, Benjamin L. 1944. «The Relation of Habitual Thought and Behavior to Language». *A Review of General Semantics* 1 (4): 197-215.
- Whorf, Benjamin L. 1956. *Language, Thought and Reality*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Williams, Raymond. 1976 [2015]. *Keywords. A Vocabulary of Culture and Society*. New. Oxford: Oxford University Press.
- Wittgenstein, Ludwig. 1921. *Tractatus logico-philosophicus*. Trad. por Charles K. Ogden. <http://www.kfs.org/jonathan/witt/tlph.html>.