

## 1.1. EL MODELO DEL CÓDIGO Y SUS LÍMITES

La comunicación es un proceso que involucra dos dispositivos de procesamiento de información. Un dispositivo modifica el entorno físico del otro. Como resultado, el segundo dispositivo construye representaciones similares a las representaciones ya almacenadas en el primer dispositivo. La comunicación oral, por ejemplo, es una modificación por parte del hablante del entorno acústico del oyente, como resultado del cual el oyente torna en cuenta pensamientos similares a los del propio oyente.

La cuestión es: ¿cómo puede un estímulo físico dar lugar a la requerida similaridad de representaciones cuando no hay similaridad de ningún tipo entre el estímulo (por ejemplo, los patrones de sonido), por un lado, y las representaciones (por ejemplo, pensamientos humanos) que pone en correspondencia, por otro? Desde Aristóteles hasta la semiótica moderna, todas las teorías de la comunicación estaban basadas en un único modelo, al que llamamos el *modelo del código*. Un *código* es un sistema que aparea mensajes internos con señales externas y de este modo capacita a dos dispositivos que procesan información (organismos o máquinas) para comunicarse.

Las emisiones lingüísticas-el medio más importante de comunicación humana tienen éxito al comunicar pensamientos; la hipótesis de que las emisiones son señales que codifican pensamientos parece explicar este hecho. Sin embargo, esto es descriptivamente inadecuado: la comprensión incluye más cosas que la decodificación de una señal lingüística. Aunque un lenguaje pueda verse como un código que aparea representaciones fonéticas y semánticas de oraciones, gran parte del trabajo reciente en sociolingüística, pragmática y filosofía del lenguaje muestra que hay un hiato entre la representación semántica de las oraciones y los pensamientos comunicados efectivamente por las emisiones. Este hiato no queda rellenado por más código, sino por inferencia.

El estudio de la representación semántica de las oraciones pertenece a la gramática; el estudio de la interpretación de las emisiones pertenece a lo que ahora se conoce como *pragmática*. La pragmática tiene que explicar, entre sus tareas, cómo los oyentes resuelven ambigüedades, completan oraciones elípticas o incompletas por cualquier otra razón, identifican las inferencias que el hablante intenta que se hagan, identifican la fuerza ilocucionaria, reconocen tropos y recuperan el alcance implícito. Estas son algunas de las maneras en las que la representación semántica de una oración independiente del contexto no logra determinar la interpretación de una emisión de esa oración en el contexto.

Para justificar el modelo del código de la comunicación verbal, tendría que mostrarse que puede darse cuenta de la interpretación de las emisiones en el contexto añadiendo un nivel pragmático extra de decodificación en el nivel lingüístico proporcionado por la gramática. Gran parte del trabajo reciente en pragmática ha supuesto que tal cosa puede hacerse. Desde el punto de vista programático, la pragmática se ha descrito, por analogía con la fonología, la sintaxis y la semántica, como un dispositivo mental parecido a un código que subyace a un nivel distinto de capacidad lingüística. En la práctica, sin embargo, muchos estudiosos de la pragmática han descrito la comprensión como un proceso inferencial.

Los procesos inferenciales y de decodificación son completamente diferentes. Un proceso *inferencial* toma un conjunto de premisas como *input* y proporciona como *output* un conjunto de conclusiones que se siguen lógicamente de o, al menos, están garantizadas por las premisas. Un *proceso de decodificación* toma una señal como *input* y proporciona como *output* un mensaje asociado con la señal por medio de un código subyacente. Las conclusiones no están, en general, asociadas con sus premisas por un código, y las señales no garantizan los mensajes que conllevan. ¿Se sigue que los estudiosos de la pragmática que mantienen el modelo del

código pero describen la comprensión en términos inferenciales son inconsistentes? No necesariamente: es formalmente concebible que un proceso de decodificación tenga que contener un proceso inferencial como una subparte. Sin embargo, para que esto sea posible, el hablante y el oyente tienen que usar no sólo el mismo lenguaje sino también el mismo conjunto de premisas, puesto que lo que hace explicativo el modelo del código es que se realizan operaciones simétricas en los extremos emisor y receptor.

El conjunto de premisas usado para interpretar una emisión constituye lo que se conoce generalmente (véanse Gazdar, 1979; JohnsonLaird, 1983) como el *contexto*. Un contexto es un constructo psicológico. un subconjunto de las suposiciones del oyente sobre el mundo. Cada nueva emisión, aunque descansa sobre la misma gramática y las mismas capacidades inferenciales que las emisiones previas, requiere un contexto más bien diferente (aunque sólo sea porque la interpretación de la emisión previa se ha convertido en parte del contexto). Un problema central para la teoría pragmática es describir cómo construye el oyente un contexto nuevo para cada nueva emisión.

Para los teóricos del código, el contexto usado por el oyente debe ser idéntico siempre al que el hablante tiene en cuenta. ¿Puede cumplirse esta condición? Puesto que cualesquiera dos personas están seguras de compartir al menos un puñado de supuestos sobre el mundo, podría esperarse que usen sólo estos supuestos compartidos. Sin embargo, esto no puede ser toda la respuesta dado que inmediatamente plantea una pregunta nueva: ¿cómo han de distinguir hablante y oyente entre los supuestos que comparten y los que no? Por esta razón, tienen que hacer suposiciones de segundo orden sobre qué supuestos de primer orden comparten; pero entonces harían mejor en asegurarse de que comparten esos supuestos de segundo orden, lo cual exige supuestos de tercer orden, y así sucesivamente de manera indefinida. Los supuestos o el conocimiento de este tipo que implica un regreso al infinito fueron identificados en primer lugar por Lewis (1969) como «conocimiento común» y por Schiffer (1972) como «conocimiento mutuo».

Dentro del armazón del modelo del código el conocimiento mutuo es una necesidad. Sin embargo, los estudiosos de la pragmática no han ofrecido ningún apoyo independiente para la afirmación de que los individuos que participan en la comunicación verbal pueden distinguir, y distinguen de hecho, entre conocimiento mutuo y conocimiento no mutuo. En *Relevance* presentamos varios argumentos para mostrar que la hipótesis del conocimiento mutuo es psicológicamente implausible. Rechazamos, por lo tanto, el modelo del código de la comunicación verbal que lo implica<sup>3</sup>.

## 1.2. EL MODELO INFERENCIAL

En 1957, Paul Grice publicó un artículo, «Significado», que ha sido objeto de muchas controversias, interpretaciones y revisiones importantes. En él Grice analizaba lo que es para un individuo querer decir (*mean*) algo mediante una emisión en términos de intenciones e intentaba extender este análisis del «significado del emisor» a áreas que suscitan tradicionalmente preocupación semántica tales como el análisis del «significado de la oración» y el «significado de la palabra». El análisis de Grice proporciona el punto de partida para un nuevo modelo de la comunicación, el *modelo inferencial*, y ésta es la manera en que la usamos en *Relevante*. Examinamos en detalle la propia propuesta de Grice, así como algunas objeciones que han sido planteadas y alguna de las reformulaciones que se han propuesto, notablemente por Strawson (1964), Searle (1969) y Schiffer (1972). Damos aquí una breve explicación informal de la idea básica antes de bosquejar algunos desarrollos de nuestra propia cosecha.

Supóngase que María quiere informar a Pedro del hecho de que tiene inflamación de garganta. Todo lo que tiene que hacer es dejar que Pedro oiga su voz ronca, proporcionándole así una evidencia saliente y concluyente de que tiene inflamación de garganta. Supóngase ahora que María intenta, el 2 de junio, informar a Pedro de tenía inflamación de garganta la Nochebuena anterior. Esta vez es poco probable que sea capaz de producir evidencia *directa* de su pasada inflamación de garganta. Lo que puede hacer es proporcionarle evidencia directa, no de su pasada inflamación de garganta, sino de su intención presente de informarle de ello. Puede hacer esto diciendo, por ejemplo, «Tenía la garganta inflamada el día de Nochebuena», o asintiendo cuando se le pregunta si la tuvo en tal estado. La emisión de María o su asentimiento está causado directamente por su intención presente de informar a Pedro de su pasada inflamación de garganta y es, por lo tanto, evidencia directa de su intención. Supongamos ahora que Pedro acepta que María es sincera y está bien informada. Entonces, el hecho de que intente informarlo de que tenía inflamación de garganta en esa fecha proporciona evidencia indirecta pero, con todo, evidencia concluyente, de que tenía la garganta inflamada. La intención de María de informar a Pedro de su pasada inflamación de garganta se cumple haciendo que Pedro reconozca su intención.

Este ejemplo muestra que la información puede transmitirse de dos maneras diferentes. Una manera consiste en proporcionar evidencia directa del asunto en cuestión. Esto no debería de considerarse en sí mismo como una forma de comunicación. Cualquier estado de cosas proporciona evidencia directa para toda una variedad de supuestos sin que necesariamente se *comunique* esos supuestos en ningún sentido interesante. Otra manera de transmitir información es proporcionar evidencia directa para la intención que uno tiene de transmitirla. El primer método sólo puede usarse con información para la que puede proporcionarse evidencia directa. El segundo método puede usarse con cualquier información, siempre que la evidencia directa de las intenciones del comunicador pueda proporcionarse. Este segundo método es claramente una forma de comunicación; se puede llamar *comunicación inferencial* puesto que la audiencia infiere la intención del comunicador a partir de la evidencia proporcionada para este preciso propósito.

Un comunicador que participa en comunicación inferencial modifica perceptiblemente el entorno físico de su audiencia, esto es: produce un estímulo. Lo hace con dos intenciones características: la *intención informativa*, para informar a la audiencia de algo, y la *intención comunicativa*, para informar a la audiencia de su intención informativa. Obsérvese que la intención comunicativa es ella misma una intención informativa de segundo orden.

Esta descripción de la comunicación en términos de intenciones e inferencias es, de algún modo, de sentido común. En tanto que hablantes, intentamos que nuestros oyentes reconozcan nuestra intención de informarles sobre algunos estados de cosas. Como oyentes, intentamos reconocer aquello de lo que el hablante intenta informarnos. La idea que explota la comunicación, la conocida capacidad de los humanos para atribuir intenciones mutuas, debe resultar atractiva para los psicólogos cognitivos y sociales. Sin embargo, para justificar esta apelación, lo que se necesita no es meramente una explicación descriptiva, sino una explicación genuina del éxito comunicativo.

¿Cómo han de reconocerse las intenciones informativas? La clave para una respuesta viene, de nuevo, sugerida por Grice (1975, 1978), que arguye que un comunicador racional intenta cumplir ciertos patrones generales. Grice describe esos patrones como un «principio cooperativo» y nueve «máximas» asociadas. A partir del conocimiento de esos patrones, la observación de la conducta del comunicador y del contexto, la audiencia puede normalmente inferir la intención informativa del comunicador. En *Relevance*, discutimos con detalle tanto la propuesta de Grice como sus elaboraciones por parte de otras personas. Una breve

ilustración nos será suficiente aquí.

Considérese el diálogo siguiente:

(1) *Pedro*: ¿Quieres una taza de café? *María*: El café no me dejaría dormir.

A menos que se hagan algunos supuestos adicionales, la respuesta de María no logra satisfacer una de las máximas de Grice: «Vete al grano». Sin embargo, Pedro debería dar por sentado que María no está desafiando la máxima; puede justificar este supuesto suponiendo también que María intenta que él infiera de su respuesta que no quiere estar despierta y que, por lo tanto, no quiere nada de café. Estas suposiciones inferidas contextualmente, recuperadas por referencia al principio cooperativo y a las máximas, son lo que Grice llama *implicaturas* de la emisión de María. Tales implicaturas se comunican no por medio de la codificación, sino proporcionando evidencia del hecho de que el hablante intenta transmitir las.

Los análisis de las implicaturas propuestas por Grice y sus seguidores, si bien son más sistemáticos que las reconstrucciones que pueden extraerse a partir de emisiones hechas por hablantes poco sofisticados, comparten con estas reconstrucciones el defecto de ser casi enteramente *ex post facto*. Dado que se encuentra que una emisión en un contexto conlleva implicaturas particulares, lo que tanto el oyente como el estudioso de la pragmática pueden hacer es mostrar, en términos intuitivos, cómo un argumento basado en el contexto, la emisión y las expectativas generales justifica la interpretación particular elegida. Lo que no logran mostrar es que, sobre la misma base, no podría haberse dado un argumento igualmente bien formado para una interpretación completamente diferente y, de hecho, poco plausible.

La idea de Grice es que el mismo acto de comunicación crea expectativas que a continuación él mismo explota proporcionando un punto de partida. Además de esto, el modelo inferencial necesita una reelaboración radical para que pueda convertirse en un modelo realmente explicativo. Debe darse una explicación psicológica realista para preguntas básicas tales como las siguientes: ¿Qué información compartida se explota en la comunicación? ¿Qué formas de inferencia se usan? ¿Qué es la relevancia y cómo se logra? ¿Qué papel desempeña en la comunicación la búsqueda de relevancia?

[...]

## 1.5. COMUNICACIÓN OSTENSIVO-INFERENCIAL

La mayor parte de las explicaciones de la comunicación consideran el «decir que» como su caso paradigmático, y suponen que la intención del comunicador es inducir ciertos pensamientos específicos en una audiencia. Queremos sugerir que la intención informativa del comunicador se describe mejor como una intención de modificar directamente no los pensamientos sino el entorno cognitivo de la audiencia, con efectos sólo parcialmente predecibles sobre los pensamientos efectivos de la audiencia. Reformulamos, por lo tanto, la noción de intención informativa:

*Intención informativa*: la intención de hacer manifiesto o más fuertemente manifiesto un cierto conjunto de suposiciones.

¿Por qué debería alguien, que tiene una intención informativa, preocuparse en darla a conocer a la audiencia? Dicho con otras palabras: ¿cuáles son las razones para embarcarse en la comunicación ostensiva? Hasta ahora hemos discutido sólo una de esas razones: dar a conocer la propia intención informativa es a menudo la mejor manera, o la única manera, de darle cumplimiento. Hay otra razón importante para embarcarse en la comunicación ostensiva. El mero informar altera el entorno cognitivo de la audiencia. La comunicación verdadera es «abierta» en el sentido de Strawson (Strawson, 1964); en nuestros términos, tiene lugar en el

entorno cognitivo mutuo de la audiencia y el comunicador. La manifestatividad mutua puede tener una importancia cognitiva pequeña, pero es de importancia crucial desde el punto de vista social o interpersonal. Un cambio en el entorno cognitivo mutuo de dos personas es un cambio en sus posibilidades de interacción (y, en particular, en sus posibilidades de comunicación posterior). Esta es la razón por la que redefinimos la intención comunicativa de la manera siguiente:

*Intención comunicativa:* la intención de hacer mutuamente manifiesta a la audiencia y al comunicador la intención informativa del comunicador.

La comunicación ostensivo-inferencial, que, dicho sea de paso, no necesita ser intencional, puede definirse de la manera siguiente:

*Comunicación ostensivo-inferencial:* el comunicador produce un estímulo que hace mutuamente manifiesto al comunicador y a la audiencia que el comunicador intenta, por medio de este estímulo, hacer manifiesto, o hacer más manifiesto, a la audiencia un cierto conjunto de suposiciones.

En lugar de tratar una suposición como comunicada o no comunicada, tenemos un conjunto de suposiciones que, como resultado de la comunicación, se convierten en manifiestas o en más manifiestas en grados diversos. Podemos entonces pensar en la comunicación misma como un asunto de grado. Cuando el comunicador hace fuertemente manifiesta su intención comunicativa para hacer fuertemente manifiesta alguna suposición particular, entonces esa suposición se comunica fuertemente. Un ejemplo sería el responder con un claro «Sí» cuando se le pregunta a alguien «¿Aceptas a Juan como tu legítimo esposo?». Cuando la intención del comunicador es incrementar simultáneamente la manifestatividad de un amplio rango de suposiciones, de modo que su intención respecto de cada una de esas suposiciones sea débilmente manifiesta, entonces cada una de ellas se comunica débilmente. Un ejemplo sería hacer aspiraciones de modo ostensivo y con evidente cara de satisfacción del aire fresco a orillas del mar. En la interacción humana se considera a menudo que la comunicación débil es suficiente o incluso preferible a las formas más fuertes.

La comunicación no verbal es a menudo del género débil. Una de las ventajas de la comunicación verbal es que permite que tenga lugar la forma más fuerte posible de comunicación; permite al oyente restringir las intenciones del hablante sobre el contenido explícito de su emisión a un candidato único, fuertemente manifiesto, sin ninguna alternativa que merezca la pena considerar. Por otra parte, lo que implícitamente se transmite en la comunicación verbal se comunica, generalmente, de manera débil. Puesto que toda la comunicación ha sido vista como comunicación fuerte, las descripciones de comunicación verbal han sido desfiguradas por las atribuciones espúreas de significado determinado; y, en el caso de la comunicación verbal, la vaguedad de la mayor parte de las implicaturas y de las formas no literales de expresión ha sido idealizada en exceso. Nuestro enfoque proporciona, creemos, una manera de dar una descripción y explicación precisas de los efectos más débiles de la comunicación.

Hemos comenzado esta sección preguntando cómo era posible la comunicación. Nuestra respuesta es que es posible en, al menos, dos modos muy diferentes: por medio de un código compartido por el comunicador y la audiencia, o por medio de estímulos ostensivos proporcionados por la audiencia junto con evidencia a partir de la cual puede inferirse la intención informativa del comunicador. Hemos argumentado en contra de elevar cualquiera de los dos modelos al *status* de una teoría general de la comunicación. Es particularmente importante tener en cuenta la distinción entre los dos modos de comunicación cuando se trata de describir cómo pueden combinarse, de la manera en que lo hacen en la comunicación verbal humana.