

Capítulo 1

De la Pragmática Lingüística a la Pragmática Sociocultural en el análisis del discurso institucional. Una reflexión*

Esperanza R. Alcaide Lara
Universidad de Sevilla

1. Introducción

El objetivo de este trabajo es reflexionar acerca de la necesidad de partir, en el análisis del discurso, en general, y del institucional, como discurso público, en particular, de los condicionamientos socioculturales que determinan su aparición y su interpretación en el seno de la sociedad, cualquiera que esta sea.

A poco que observemos se nos hará evidente la necesidad de integrar lo que se ha denominado, en el marco investigador EDICE/ASICE, la Pragmática Sociocultural y sus presupuestos (Bravo 2020), entendiendo que solo así podremos llegar a analizar de forma rigurosa y coherente el funcionamiento lingüístico. A partir de ahí, se evidenciará también la necesidad de cerrar un debate acerca de lo que, en el análisis del discurso, se ve, en ocasiones, como un enfrentamiento entre dos

* Este trabajo se enmarca en el proyecto «Retos comunicativos de las instituciones andaluzas: configuración de la imagen social de la mujer en Andalucía (interfaz instituciones-discurso-ciudadanía)» (P20_00554), financiado por la Junta de Andalucía con ayudas de fondos FEDER, del que la autora es IP.

escuelas de análisis pragmático que parecen querer reivindicar su sitio en la lingüística.

2. Inicios. Una breve semblanza

Superado el inmanentismo de la Lingüística como ciencia *por sí y para sí* de finales del siglo XIX y principios del XX, comienza el avance en sus estudios, sobre todo en el ámbito del significado, por un camino que lleva a la relación de aquella con otras parcelas del saber. Se inician los estudios multidisciplinares, en los que el contexto deja de ser algo meramente casual, al que se acude en los análisis de forma aislada y se carece de cualquier otro aspecto que permita explicar el fenómeno en sí. Este tipo de trabajos va proliferando, de forma que dice Van Dijk en 2007, que «casi ya no existen estudios de la lengua que no estén profundamente influenciados por ese movimiento multidisciplinar del estudio del discurso en sus contextos cognitivos, sociales, políticos, culturales e históricos» (Parodi y González 2007: 2). Se trata de la Pragmática, de la que afirma Gutiérrez Ordóñez (2020: 624) que «irrumpe silenciosamente en el panorama de la lingüística en un momento en el que se hallaba consolidado el paradigma estructuralista (centrado en el concepto de *lengua*) y se iniciaban los primeros pasos del generativismo (circunscrito al espacio de la *competencia lingüística*)». Este autor la circunscribe al dominio de la *competencia comunicativa*.

La década de los años 70 del siglo XX es determinante en el desarrollo de la ciencia lingüística tal y como la conocemos hoy. En estos momentos, la lingüística aparece como una ciencia que necesita de los componentes pragmáticos para el análisis de las lenguas. Ya había habido precedentes, que podemos centrar en figuras como Peirce (1931-1958), Morris (1938), desde la filosofía y la semiótica, y, unos años más tarde, Benveniste (1966), desde el más puro estructuralismo.

Poco a poco van apareciendo obras que estudian más que las estructuras formales aisladas, las unidades que hacen del discurso una entidad dinámica y compleja, producto del uso de las lenguas en actos comunicativos de acuerdo a esa capacidad humana que es el lenguaje. Los investigadores analizan, pues, las intenciones y actitudes de los emisores, y sus modos y recursos de expresión, en el proceso de la enunciación (modalidad), las huellas que el hablante deja en sus discursos, configurando igualmente a su receptor (deixis), incluso haciéndolo hablar a través de una voz que no es la suya propia (polifonía), intentando

convencerle y persuadirle de que existen buenas razones para pensar como él (argumentación).

Desde la filosofía del lenguaje van tomándose en consideración las tesis del llamado «segundo Wittgenstein» (1998) en sus *Investigaciones filosóficas*, para quien, por un lado, el fundamento del lenguaje está en el sujeto mismo, y no en el orden preexistente de la realidad, y, por otro, veía la esencia del lenguaje en la combinación entre gramática, criterios gramaticales y formas de vida, que es lo que realmente da base y significación al lenguaje mismo.

Al abrigo de estas ideas aparecen¹, en el ámbito anglosajón y norteamericano, autores como Strawson (1950, 1969), Austin (1982), Grice (1975) o Searle (1968), que se vuelcan en el estudio de la cotidianidad del lenguaje, contemplando el lenguaje como acción en lugar de descripción. Los actos de habla, como formas de actividad social a través de estructuras lingüísticas, las reglas tácitas de la comunicación, reglas que van más allá de cómo decir, y nos guían en el cómo hacer en la comunicación, son el objeto de sus investigaciones, que siguen estando vigentes y han dado relevantes frutos (*vid.* Lakoff 1973; Leech 1983).

El campo de la Pragmática cada vez era más extenso, y se encontraba en proceso de consolidación, aunque los estudios realizados en este ámbito contaban con no pocas reticencias, pues se recelaba de su carácter transversal, y, sobre todo, porque su campo de acción era lo que no estudiaban el resto de las tradicionales disciplinas lingüísticas. Esto hacía que careciera de reconocimiento científico en el mundo lingüístico.

Los años 80 y 90 del siglo pasado son los considerados años del gran *boom* de la Pragmática. En esta etapa, la veremos evolucionar en dos sentidos diferentes, a veces aparentemente irreconciliables. Por un lado, la Pragmática integrada en la lingüística funcional, que triunfa en el ámbito francés; por otro, la Pragmática cognitiva, con mayor arraigo en el ámbito anglosajón.

En la vertiente de la Pragmática integrada, autores, la mayoría franceses, como Récanati (1980), Ducrot (1986), Kerbrat-Orecchioni (1986), Anscombe (1995), entre otros, realizan un estudio complementario entre la Pragmática y la semántica. En este sentido, la Pragmática se encarga esencialmente de describir la situación de comunicación, las condiciones para que una comunicación tenga éxito y el estudio de palabras

1. Malinowski (1964), ya en 1920, habló explícitamente de la teoría de los actos de habla, e introdujo en sus análisis conceptos como intencionalidad, convención, acuerdo, contexto lingüístico y de situación.

situaciones, como los deícticos. Se trata, pues, de los aspectos del código ligados a la enunciación. Y se derivará también en las teorías Pragmáticas argumentativas. Surgen las visiones modulares del funcionamiento lingüístico, de la mano de autores como Roulet (1991 y 1997), en colaboración con autores como Moeschler (1985), que integran el componente contextual.

En la vertiente cognitiva, lingüística y Pragmática se conciben como ciencias complementarias, que llegan a tener puntos en común. Se trata de una Pragmática orientada a la sociolingüística (el discurso es una práctica social tal y como lo concibe Fairclough 1992), a la psicolingüística y a las ciencias cognitivas, que consideran que el tratamiento pragmático de la información muestra un sistema central de pensamiento. A partir de ahí se intentan analizar los procesos inferenciales generales, universales y no específicos ni exclusivos del lenguaje. Desde esta perspectiva, surgen estudios que ponen especial interés en analizar las relaciones entre el lenguaje y sus usuarios, especialmente el tratamiento de la información realizado por estos de acuerdo con un sistema de adecuación lo más óptimo posible (Sperber y Wilson 1986).

Actualmente, según afirma Korta (2020: 34):

la Pragmática contemporánea constituye un campo extenso, activo y cada vez más interdisciplinar. La Filosofía, fundadora de la disciplina, sigue desempeñando un papel destacado, pero cada vez son más las propuestas que desarrollan la Pragmática en distintas direcciones y con diversos intereses.

Y, añadimos nosotros, con distintas consideraciones.

3. La Lingüística Pragmática

Dejando atrás los primeros años del surgimiento de la Pragmática, con esa consideración peyorativa de «cubo de la basura de la semántica», por considerar que pragmático era todo aquello que no esta no podía resolver (Mey 1993), hoy día tenemos dos modos de conceptualizar la Pragmática:

1. La de aquellos investigadores que la consideran un nivel de estudio lingüístico, que analiza relaciones de significado que sobrepasan el nivel semántico.
2. La de aquellos investigadores que consideran la Pragmática una perspectiva desde la que analizar la lengua en su hábitat natural: su uso, a través del cual los hablantes hacemos de cada mensaje

un producto eficaz de comunicación. En esta línea se parte de que cualquier unidad del sistema puede adoptar valores que no coinciden con su significado codificado en su uso.

La primera de las consideraciones es heredera de las primeras reticencias hacia la Pragmática en sus comienzos, y la separa del resto de niveles del lenguaje, o disciplinas lingüísticas, en concreto de la semántica. En esta línea, tenemos a autores como Leonetti (2008) o Gutiérrez Ordóñez (2020: 6259).

Desde la segunda línea trabajan autores como Briz (1998), Verschueren (1999), Fuentes Rodríguez (2000, 2009), Pons Bordería (2005), entre otros muchos. Es lo que Fuentes Rodríguez (2000) da en llamar Lingüística Pragmática.

Para esta autora,

el lingüista tiene que describir su objeto, la lengua, que en sus manifestaciones se revela como un ámbito en el que inciden multitud de factores, internos y externos. [...] La Lingüística pragmática debe dar cuenta de esa inscripción, de esa influencia, de cómo la afectan y se manifiesta lingüísticamente (Fuentes Rodríguez 2000: 49).

La Pragmática es una forma de hacer lingüística, una perspectiva desde la que analizar los fenómenos lingüísticos.

Esta es una visión integradora de la Pragmática, pues contempla que la visión del fenómeno lingüístico de forma multidimensional, reflejo de la propia realidad y la comunicación entre individuos en contextos concretos, que se presenta sujeta a múltiples variaciones. Es, además, una de las que más predicamento tiene en el panorama hispánico de investigación lingüística: «la Lingüística pragmática es un estudio integral e integrado de los fenómenos lingüísticos en su contexto, contemplando la interacción entre características microestructurales y macroestructurales o dependientes de la situación» (Fuentes 2009: 65).

Fuentes Rodríguez (2000) presenta uno de los modelos más completos de descripción y análisis pragmático de las lenguas, formulado a partir de las propuestas modulares de Roulet (1991) y Moeschler (1997), que ha ido evolucionando hasta hoy y se plasma en la siguiente figura (fig. 1), cuyo punto de partida es el esquema comunicativo, contexto natural del estudio lingüístico, cuyos componentes se evidencian en la realización verbal.

Observamos que en este modelo se integran la figura del hablante a través de los planos enunciativo y modal, y se atiende a la interactuación

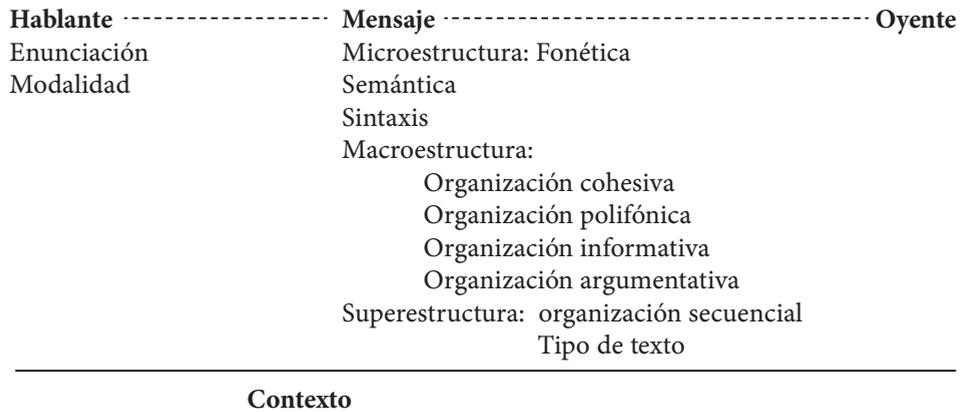


Figura 1. Modelo de análisis lingüístico pragmático (Fuentes Rodríguez 2009: 68)

con el oyente, dando cuenta de una serie de aspectos que enriquecen el análisis del texto. Se trata, como afirma Fuentes Rodríguez (2009), de un método de análisis lingüístico, comparable en rigor a cualquier otra metodología, como la tradicional, estructural o generativa, cuya novedad es que «se analiza toda la lengua, pero teniendo en cuenta el uso, la producción, y no el mensaje acabado como producto, sin huellas de su realización» (p. 68), y en el que se integran aspectos pertenecientes a la llamada microestructura fonética, sintáctica o semántica con campos superiores pertenecientes a la superestructura y la organización macroestructural del texto.

En palabras de la propia autora (2009: 66), la propuesta trata de:

- a) Extender el número de unidades hasta el texto.
- b) Describirlas desde una vertiente paradigmática como inventarios y a la vez por su comportamiento sintagmático, entendiendo esto en el sentido más amplio posible: no solo teniendo en cuenta el contexto lingüístico, el resto de unidades que comparten la enunciación, sino también el entorno social, histórico, práctico o cultural.
- c) Analizarlo todo desde la producción, desde la realización concreta, partiendo de una realidad básica: en esa comunicación todos los factores están interrelacionados y todas las informaciones también.

Todo esto lleva a tomar en consideración el contexto como un factor que hace variar, de acuerdo con las intenciones de los interactuantes, el valor de las unidades a través de fenómenos como la atenuación, la intensificación, alteración e inversión de los efectos comunicativos.

El problema que a nosotros nos plantea este modelo, perfectamente diseñado para el estudio textual de los componentes lingüísticos en un contexto inmediato, es que se queda incompleto para llegar a conocer el funcionamiento de muchos fenómenos, como por ejemplo, la (des)cortesía y otras actividades de imagen realizadas a través de recursos verbales, o tipos discursivos, como el publicitario, en el que el plano sociocultural y etnográfico es fundamental, sin olvidar, por supuesto, lo que se da en llamar «lo puramente lingüístico», en conjunción con otros recursos multimodales.

Por ejemplo, en el análisis que hace Fuentes Rodríguez (2009: 67) sobre los insultos «como medios de afiliación entre miembros de un grupo social», siguiendo la tesis sobre la anticortesía de Zimmerman (2003), se sigue hablando del valor «inadecuado», que no es anulado en los casos de anticortesía, que, al decir de esta autora, siempre lleva asociado. A nuestro juicio, la valoración de adecuado o no pertenece al grupo social que utiliza esa palabra, y, en el caso de la anticortesía, no precisamente como un insulto, sino como una estrategia de afiliación al grupo (Bravo 2003). Sería necesario conocer los hábitos socioculturales de ese grupo determinado para describir el funcionamiento riguroso de este recurso en ese contexto sociocultural, que, indudablemente, se comporta como un acto descortés de insulto en situaciones de conflicto, que no son estas en la que el efecto es anticortés. Aparte de esto, en este tipo de análisis se sigue hablando de dimensiones que «están en una relación de predominio: unas están en un primer plano y otras pertenecen al fondo (López 1994), a los valores acompañantes o secundarios» (Fuentes Rodríguez 2009: 65), con lo que volvemos, de nuevo, a la jerarquización de los componentes y factores que funcionan en la operatividad y eficacia comunicativa de nuestros enunciados.

4. La Pragmática Sociocultural en el discurso mediático e institucional

En trabajos como Alcaide Lara (2019, 2022 y e. p.), mostramos la necesidad de adoptar un modelo de análisis más abarcador que el que nos ofrece la Lingüística Pragmática, brevemente descrita en páginas anteriores.

Observar cómo las instituciones públicas, cuyas actividades de comunicación ciudadana son el centro de atención de los trabajos citados, configuran una imagen social tanto de la mujer como de otros agentes intervinientes en estas, como el maltratador o la propia institución, a

través de las campañas de sensibilización, y analizar el funcionamiento discursivo de los recursos que presentan piezas como los carteles con los que la ciudadanía se topa a diario, supone la necesidad de abordar el discurso desde una perspectiva sociocultural. Obliga a partir de premisas y condicionamientos socioculturales que configuran las relaciones sociales. En palabras de Bravo (2020: 482), «la perspectiva sociocultural del Análisis del Discurso propone situar el texto en su contexto actual de producción, tanto intra como extralingüístico». La gran cantidad de factores contextuales que condicionan la producción del discurso dan lugar a formas muy diversas de interpretarlo, e, incluso, de evaluar un mismo hecho comunicado.

La consecuencia de esto, a juicio de Bravo (2020), son los efectos sociales de lo dicho, que alcanza a las propias relaciones interpersonales establecidas a través del discurso, así como a los sentimientos y emociones que transmiten y, según nuestra visión, pueden provocar.

Intentaremos comprobarlo con unos ejemplos. En septiembre de 2020, una conocida cadena de gimnasios de Sevilla lanza una campaña, una de cuyas piezas, muestra del resto, es la fig. 2.

Las campañas de esta marca se caracterizan por ser bastante transgresoras y provocadoras, y emplear rasgos humorísticos, a veces tildados de *gordofóbicos*, como muestran las siguientes imágenes (figs. 3a, 3b y 3c) en la página siguiente.

Si atendemos a la figura 2, y tuviéramos que analizar este discurso desde la óptica de la Lingüística Pragmática, podríamos decir que se trata de un texto inserto en un producto comunicativo mayor como es un discurso de carácter publicitario, que responde a lo que comúnmente se asocia a la superestructura «cartel». El texto está compuesto de dos enunciados (o actos, según la escuela a la que nos adscribamos), de carácter directivo.



Figura 2. Campaña publicitaria septiembre 2020. Fuente: Instagram

Se trata de una apelación directa al alocutario-destinatario, que, si queremos homologarlo a la imagen que se presenta en el discurso, serán personas inscritas en la llamada «tercera edad».

Para analizar el contenido de este texto, debemos acudir a la una explicación que contemple la realización de las oportunas inferencias sobre el sentido implícito de estos enunciados. Evidentemente, hacen referencia a dos acciones que tienen que ver con la salud: *vacunarse* y *hacer deporte*, por nimio que sea. Digamos que es un anuncio que, dado que el enunciado que encabeza el cartel destaca por una tipografía más llamativa, mira por la salud del cliente, y prima el hecho de vacunarse antes que el de hacer deporte, que es con lo que saca rédito económico esta empresa. A poco que observemos, ya estamos «coqueteando» con un concepto venido de la Sociología y adoptado por la Pragmática Sociocultural, como es el de *imagen*. Pero estos contenidos inferidos solo los puede obtener un individuo situado en una fecha igual o



Figuras 3a, 3b y 3c. Campañas publicitarias anteriores a 2020. Fuente: Instagram

posterior a septiembre de 2021. Hay que situarse en septiembre de 2020. En aquellas fechas, se barajaba la posibilidad de comenzar a vacunar contra la Covid-19 en Andalucía a las personas de más de 80 años a finales de diciembre. Es decir, la posibilidad de la ansiada vacuna en tres meses. Y, por supuesto, que se nos invitara a vacunarnos cuando la vacunación solo era una ansiada posibilidad, era, cuando menos, raro, por muy preocupada que estuviera esta cadena de gimnasios por nuestra salud, inmunización, y, por ende, posibilidad de acudir al gimnasio.

¿Cómo llegar a interpretar este texto? El contexto inmediato poco nos decía. Tan poco que la gente quedaba extrañada cuando se encontraba con el cartel. ¿Qué proceso inferencial hacía posible dar relevancia a los enunciados que ahí tenemos? No había vacunas, pero se nos invitaba a vacunarnos. Por supuesto, el menor coste suponía la interpretación de que estaba relacionada con la vacunación covid, pero esta no existía. Y esto producía un extrañamiento en el destinatario, cosa, por otra parte, deseable para este tipo discursivo. Es ese «llamar la atención» propio de la publicidad. Imaginemos si en lugar del de un gimnasio fuese el cartel de un partido político el que lanzara ese *vacúnate* para atraer votos en una campaña electoral cuando no hay vacunas y es un tema ante el que la sociedad está más que sensibilizada. ¿Cuál sería la reacción social?

La clave nos la da la publicidad que aparece en redes sociales (fig. 4, página siguiente).

Aquí tenemos un texto más extenso que, desde la óptica de la Lingüística Pragmática constituye una estructura argumentativa explícita en la que reconocemos conclusiones (finales y parciales): *hay buenas razones para que hagas deporte; hay buenas razones para que conozcas nuestro centro*. Hay un marco argumentativo explícito: *ahora más que nunca tu salud es importante*. Reconocemos argumentos: los factores de mayor riesgo de hospitalización y mortalidad en pacientes covid son, en primer lugar, el sobrepeso (el ejercicio lo evita); diabetes (el ejercicio ayuda a controlarla), la hipertensión (el ejercicio ayuda a controlarla), las enfermedades cardiovasculares (el ejercicio ayuda a controlarlas). *Nosotros (los anunciantes) somos especialistas en ejercicio, por eso te ayudamos, por eso hay buenas razones para que visites nuestro centro, para que utilices nuestros servicios*.

Pero ¿qué le da sentido a todo? ¿Qué es lo que posibilita que pueda interpretarse de una forma coherente todo y se llegue a esa estructura argumentativa a través de ese proceso abductivo de la inferencia? (vid. Salguero 2014) Que existen unas premisas socioculturales que gobiernan nuestra percepción y nuestra comunicación: esas creencias (*topoi* las llamaba ya Aristóteles en su *Retórica*, y las llaman Anscombe-Ducrot [1994],

 **Galisport Happiness Club** 15 de septiembre de 2020 · 🌐

AHORA MÁS QUE NUNCA TU SALUD ES IMPORTANTE.
El ejercicio físico fortalece el sistema inmune, nuestra principal barrera de defensa.
¡TE AYUDAMOS!

Algunos de los factores asociados con un mayor riesgo de hospitalización y mortalidad en pacientes con Covid-19 son: Sobrepeso, Diabetes, Hipertensión, Enfermedades cardiovasculares, Enfermedad Pulmonar Obstructiva Crónica (EPOC)

No pierdas la oportunidad de conocer nuestro Centro.



 10

4 comentarios 11 veces compartido

 Me gusta  Comentar  Compartir 

 Me flipa vuestra campaña. **Enhorabuena**  

Me gusta Responder 2 años 

Figura 4. Campaña en Facebook septiembre 2020. Fuente: Facebook

garantes argumentativos y leyes de paso, Van Dijk [1989]), que forman parte de nuestro acervo sociocultural y permiten que nos comuniquemos. Esas premisas que están funcionando aquí lo son de un grupo social. Traslademos esos anuncios a India, a África, y a tantos otros lugares en los que encontramos grupos socioculturales distintos a los occidentales del mundo ¿desarrollado? Y nada funciona: no podrían entenderse los enunciados. Luego, para poder explicar completamente un texto hay que acudir a esos conocimientos de carácter sociocultural y pertenecientes a grupos sociales, porque operan en el texto, lo condicionan y lo hacen ser comunicativamente eficaz. Y eso se maneja desde el principio de los

tiempos en la Teoría de la Argumentación. Sin «querer saberlo», hemos estado manejando categorías de la Pragmática Sociocultural en nuestro análisis, y, paradójicamente, aquello que le da sentido a nuestro análisis es lo que parece que la lingüística «debe» tener lejos, porque no es su campo, a pesar de que lo necesita para llegar a explicar el funcionamiento real de nuestras producciones comunicativas, nuestros discursos, porque es parte activa de nuestros discursos.

Igualmente, tipos de argumentos descritos en manuales de argumentación como el de Lo Cascio (1989) o Perelman y Olbrechts-Tyteca (1989), como el *ad hominem*, ya son analizados por Bravo (1996) como actividades comunicativas que constituyen una desaprobación, que suponen una amenaza a la imagen, aspecto que también, aunque de forma solapada, observan los anteriores autores. La desaprobación y el ataque personal son, ante todo, actividades comunicativas, llevadas a cabo, en el caso de los procesos argumentativos, a través de estructuras lingüísticas.

La consideración de los factores socioculturales en el estudio del uso de las lenguas no es, en absoluto, nuevo. Malinowski (1964), desde la etnología, y sus estudios sobre grupos étnicos, sociales y lingüísticos, nos habla de que el significado de las palabras y expresiones está enraizado en lo que denomina *contexto de situación*, en la cultura, en las costumbres, formando parte de la *forma de vida* del individuo que utiliza el lenguaje.

En palabras de Bravo (2015: 51),

desde el momento en que consideramos que las actividades comunicativas, en su carácter de acción social, tienen consecuencias inter y extradiscursivas y que no es posible separar en términos de *realidad discursiva* lo temático de lo socio-emocional, la distinción se considera solo operativa, o sea, en función del análisis.

Lo que aboga por la integración absoluta de ambos aspectos.

En el análisis del discurso desde la perspectiva sociocultural, se parte de la idea que lanza Bravo (2015: 56), que hacemos nuestra:

el mero uso de un recurso lingüístico constituye una actividad comunicativa que no se produce de un modo socialmente aislado, sino que forma parte, influencia y es influida por el conjunto de actividades identificadas por sus finalidades distintivas en el marco de una sociedad o grupo social conformado por miembros, de tal forma que se supone que éstos comparten, al menos en el nivel del conocimiento, una serie de contextos socioculturales.

Estamos entrando en el terreno de lo que Bravo, con una visión en la que se integra lo pragmático, lo social y lo cultural, propone denominar

Pragmática Sociocultural. Nos dice Bravo (2009: 32): «el objetivo de la pragmática sociocultural [...] es el de describir el uso situado de los recursos comunicativos provistos por una lengua determinada dentro de su propio sistema socio-cultural».

Tal y como expone la citada autora para los estudios acerca de comportamientos de cortesía, desde una perspectiva de la Pragmática Sociocultural, se espera que los resultados sean metodológicamente confrontados con las intuiciones de los hablantes, y no conformarse con lo que, introspectivamente, puede dictar la conciencia de los investigadores en su faceta de usuarios de la lengua. La base de los estudios de corte sociocultural está en el análisis de las actividades de imagen y sus efectos sociales, que se toman como categorías analíticas. Estas forman parte de la metodología que se emplea para la interpretación en el discurso. Desde esta perspectiva, el analista, como afirma Bravo (2009), se acerca de un modo satisfactorio (completo, diría nosotros) a aspectos sociales del discurso, sobre todo a los que se asocian al modo de gestionar la relación interpersonal en el marco de la interlocución.

En la Pragmática Sociocultural se hace necesario el concepto de contexto de usuario ideal, que, partiendo de Hymes (1972), Bravo (2009: 37-38) define como referido a «los conocimientos establecidos en el marco de una comunidad sociocultural de pertenencia [...] y se construyen con el uso habitual, o sea, con la experiencia cotidiana comunicativa y social». Y es justo este el que ha permitido en nuestro caso explicar el funcionamiento del componente puramente lingüístico en el texto que hemos analizado.

Antes hablamos de la tolerancia de un enunciado como el de *Vacúnate*, utilizado por la cadena de gimnasios mencionada en su publicidad al ser reconocida como mera publicidad. E hicimos referencia a lo inadecuado que sería, en esa situación sociosanitaria, ese tipo de *claim* publicitario en la publicidad-propaganda de un partido político o en una sociedad no tan favorecida socioeconómicamente como la nuestra. Pero ¿qué decir de la fig. 5 (página 33)?

La Pragmática Sociocultural se opone a las visiones universalistas y etnocentristas en el estudio del lenguaje, sobre todo en lo que respecta a lo que concierne a lo socioemocional e interpersonal del discurso. Desde ahí, propone arrostrar el análisis del material verbal y no verbal que conforma el texto de un discurso desde una perspectiva sociocultural. Bravo (2015: 60-61) propone que, para analizar el texto de un discurso, necesitamos:

- Elaborar presuposiciones acerca de los contextos socioculturales que conforman el contexto del usuario ideal o premisas socioculturales.

- Considerar al texto como una representación única de la realización comunicativa de uno o varios discursos sociales.
- Tener presente que este texto se produce en el marco de una interlocución social en el curso de la situación comunicativa dada.
- Partir de la asunción de que las actividades comunicativas que se producen en ese marco generan significaciones y que esas significaciones son emergentes del texto en estudio. La que da lugar a las presuposiciones relativas a cómo producir las propias contribuciones comunicativas y cómo estas pueden ser interpretadas por el interlocutor con el que se está interactuando.
- Tener en cuenta lo anterior para comprender que no podemos decir antes de haber hecho el análisis:
 - cómo se va a desarrollar ese texto en particular,
 - a qué tipo de discursos se va a adscribir, y
 - cuáles van a ser las actividades comunicativas que se van a poner en juego.

Esto supone que el analista ha de partir y explicitar los contextos de partida y las prácticas sociales del entorno en el que se inserta el *usuario ideal*, y con las que toma contacto el texto.

Si retomamos la figura 5 y su eslogan, cuyo enunciador no es la institución, sino alumnos de 4.º de ESO de un instituto de Sevilla –es decir, adolescentes de entre 15 y 16 años–, aunque como locutor la institución toma prestadas sus palabras, observaremos que, tras esas palabras (*Nuestra voz es la vacuna*) y la imagen que completa el texto, se esconde toda una suerte de premisas socioculturales que van a condicionar el sentido y el valor comunicativo de este.

Nos encontramos ante un texto perteneciente a una campaña de carácter social del Ayuntamiento de Sevilla, una institución que vela por la ciudadanía. La campaña es la correspondiente a la realizada para el día Internacional de contra la Violencia hacia la Mujer del año 2021. Como ya hemos comprobado en trabajos como Alcaide Lara (2011), cuando se trata de lo que se denomina *márketing social*, el destinatario en España es muy tolerante con los recursos y estrategias empleados, por muy sensibles e incluso agresivos que estos sean para la sociedad. Se trata de trabajar por el bien común. De ahí que el hecho de que se utilice el término *vacuna*, ante el que tan sensibilizado está la ciudadanía de ese momento –es, nunca mejor dicho, el *salvavidas* de toda una sociedad; la posibilidad de volver a vivir en normalidad– está más que justificado: igual que para la sociedad la ansiada vacuna contra la Covid-19 es sinónimo de volver a vivir, de no morir, *la vacuna* (con el uso de ese artículo determinado con valor de «objeto

25N DÍA INTERNACIONAL CONTRA LA VIOLENCIA HACIA LAS MUJERES

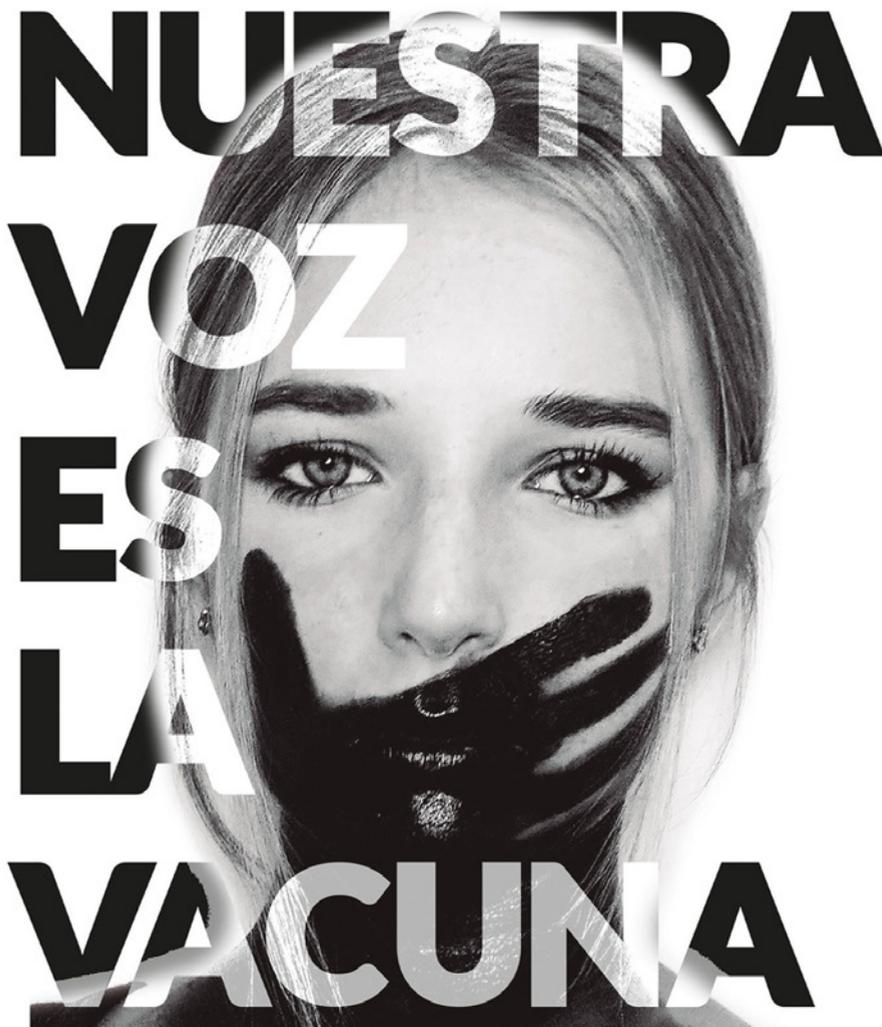


Imagen gráfica: IES ISBILYA. 4º ESO-C. Eslogan: IES MARTÍNEZ MONTAÑÉS. 4º ESO-B.

NO8DO
AYUNTAMIENTO DE SEVILLA

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE IGUALDAD

Pacto a Estado
www.gob.es

Figura 5. Campaña del Ayuntamiento de Sevilla, 2021. Fuente: Instagram

único»²), para eliminar otra lacra, es denunciar las agresiones contra las mujeres³. Por ello, incluso, le da un carácter solemne.

Por otro lado, está ese sintagma *nuestra voz*. ¿Qué hemos de hacer ante una situación de agresión hacia una mujer? Denunciar. ¿Cuál es el instrumento a través del cual denunciamos? La palabra. ¿Cómo se transmite la palabra? Con la voz. Estamos ante una metonimia, sí. Eso nos llevaría a equiparar nuestra *capacidad de denuncia* con la *posibilidad de salvar una vida* en el sentido literal –evitar un asesinato– o en el de hacer que una persona viva plenamente en libertad. ¿Pero solo «dice» eso ese enunciado asertivo?

¿Qué es la *voz* para una sociedad como la nuestra? *Tener voz* supone tener la capacidad y libertad de expresar nuestras opiniones, pensamientos, etc. Es un aspecto muy valorado en nuestro entorno. De hecho, cuando alguien se siente insignificante o anulado en un grupo social tiende a utilizar una expresión como *no tener ni voz ni voto*. Por lo tanto, *la voz* es un valor asociado a la libertad. Y esa *voz* de la que habla el cartel es la *nuestra*: hablamos de todo un grupo social, hablamos del conjunto de la sociedad compuesto por individuos. Hablamos de todos nosotros, los que conocemos que existe esta lacra.

Podemos ir más allá. Observemos la imagen, el paratexto visual según Bravo (2017). ¿Quién es la chica cuya boca, metonimia de la *voz*, atenaza esa «mano negra»? Es, a nuestro juicio, una imagen ambivalente: puede ser representación de una chica maltratada, agredida, o puede ser la representación de toda una sociedad que, cuando una mujer es maltratada, agredida, asesinada, sufre –de ahí esos ojos tristes–, y a la que, con la fuerza ilocutiva de esa aserción enunciativa, de carácter casi directivo, se insta a la actuación, al no callarse, y actuar. Al fin y al cabo, si se nos insta a denunciar es porque los que estamos atenazados somos nosotros, la sociedad.

El maltratador está representado gráficamente por una «mano negra», casi espectral, como se representa en la mitología de muchos lugares de la geografía española a un ser maligno que atacaba a las personas, y

2. Hasta la pandemia de Covid19, *vacuna* era un término utilizado para denominar un «preparado de antígenos que, aplicado a un organismo, provoca en él una respuesta de defensa» (DEL, s.v *vacuno,-a*, <https://dle.rae.es/vacuno#bF4mFoA>). Hoy, hablar de *la vacuna* es hablar de forma exclusiva de aquellos preparados que durante de 2020 fueron experimentados en tiempo récord para paliar dicha pandemia.

3. En <https://www.facebook.com/profile/100064319094379/search/?q=nuestra%20voz%20es%20la%20vacuna> podemos ver cómo en el *spot* se habla de que la violencia contra las mujeres está considerada un problema de salud de proporciones endémicas. Lo justifica aún más el uso de esta palabra.

como se denomina actualmente a cualquier organización secreta que actúa negativamente y de forma oculta contra alguien.

Por lo tanto, a través de medios lingüísticos, verbales, cuyos valores completos en este discurso se obtienen al asociarlos con premisas socioculturales, y con el anclaje que supone el paratexto gráfico, este discurso nos proyecta una imagen siniestra del maltratador, y una imagen compasiva –en el sentido de compartir el sufrimiento– de una sociedad, a la que la institución –el motor de la lucha– invita a actuar.

Tras este análisis, traemos aquí un esquema (fig. 6), el que propone el proyecto ECODAL, de la Universidad Pompeu Fabra (López Ferrero *et al.* 2019), que ilustra la forma en que, a nuestro juicio, habría que contemplar el análisis del discurso, teniendo en cuenta que solo un estudio en el que se integren los aspectos socioculturales y pragmáticos, entendidos estos últimos de forma ortodoxa, se puede dar cuenta de todas las dimensiones que operan en ese producto dinámico y activo que denominamos discurso.

El grupo ECODAL diseña este diagrama para explicar el funcionamiento de los géneros discursivos. Para ellos, la dimensión Pragmática en estos daría cuenta del contexto inmediato de producción y recepción de un texto: tipo de participantes y relación entre ellos, lugar y tiempo, propósito comunicativo, tácticas y estrategias Pragmáticas (inscripción de

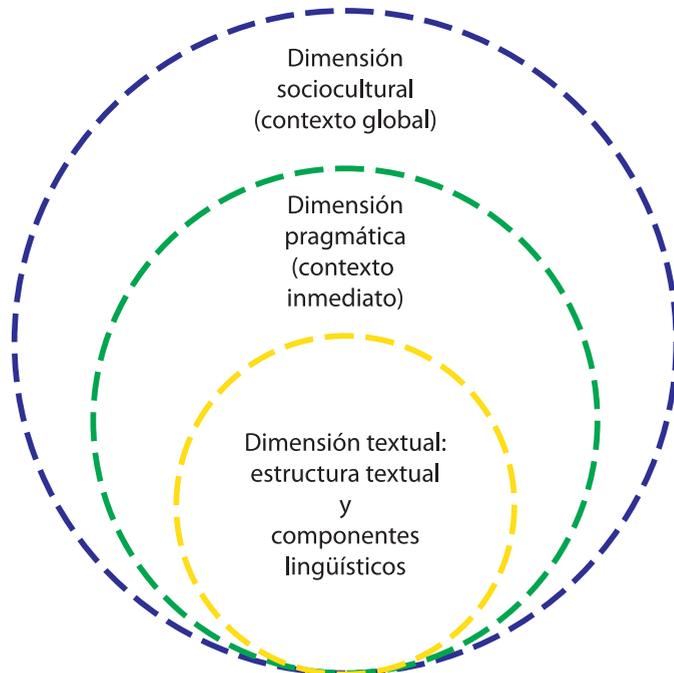


Figura 6.
Funcionamiento
de los géneros
lingüísticos.
Fuente: [https://
www.upf.edu/web/
ecodal/glosario-
dimension-
sociocultural](https://www.upf.edu/web/ecodal/glosario-dimension-sociocultural)

los interlocutores, modalización, cortesía, etc.). Estas tácticas y estrategias Pragmáticas estarían determinadas por la dimensión sociocultural o contexto de partida en que el género se inscribe, y se materializan, en lo que denominan dimensión textual con los recursos léxicos y gramaticales propios de lengua utilizada.

Para estos autores, los géneros están asociados a prácticas sociales que son las que determinan los rasgos que los definen, por lo que describir un género exige analizar los rasgos de la dimensión sociocultural (contexto global de la cultura en la que se inscribe), la dimensión Pragmática –contexto inmediato– y la dimensión textual –lo tradicionalmente llamado lingüístico–.

Salvando las distancias, creo que este esquema es aplicable a más aspectos que el funcionamiento de los géneros, y da cuenta de todos y cada uno de los ámbitos que funcionan en un discurso, observándose integrados en el justo lugar que les corresponde. Tenemos sociedades con patrimonios socioculturales propios, cuyos individuos se comunican en un tiempo y espacio real, concreto, incluso con su propia idiosincrasia, que incluso puede variar de una situación a otra, por medio de una lengua, que es, a su vez, un producto social.

Vista así, la Pragmática Sociocultural demuestra ser el instrumento adecuado para analizar las actividades comunicativas, dentro de la sociedad que las produce, dando cuenta de sus efectos y consecuencias. La inclusión de categorías analíticas como las de actividad de imagen, efecto social, e imagen individual, de grupo y/o de rol, en el análisis de los discursos, como afirma Bravo (2015: 56), «son en alto grado operativas para un análisis social del discurso en la medida que evidencian la interdependencia entre actuación comunicativa, lenguaje y sociedad», lo que ni invalida, ni eclipsa, sino que enriquece y completa, el análisis de los componentes textuales que aparecen en el discurso, y que, indudablemente, son parte esencial de nuestra actividad comunicativa.

Si queremos poner un símil, ¿qué pensaríamos de un profesional que se dedica, por ejemplo, a vender frutas y verduras, si antes de servirnos el producto nos pregunta cómo nos gusta, cómo o cuándo lo vamos a utilizar? ¿Pensaremos que quiere saber cosas acerca de nosotros? En mi opinión, este es un gran profesional, porque no solo conoce su producto para vender lo que se le pide en buen estado de frescura, sino que lo conoce tan profundamente que además de saber que está, o no, fresco, y en virtud de quién seas, cliente habitual o no, te recomienda que te lo llesves o no. Y además sabe que, si lo vas a usar para cocer, cocinar, o tomar crudo, tienes opciones de elegir el mismo producto en distintas variedades, pero que funcionan mejor, a prior que otras, eso sí, «a no ser que a

ti te guste de otra forma». Este profesional si se ocupa de conocer esos datos, no deja de ser frutero, pero sí es un frutero tremendamente útil y eficiente para sus clientes, y los productos que vende serán los más adecuados para sus objetivos.

Una visión holística del análisis del discurso, en la que se complementan los presupuestos de la Lingüística Pragmática con lo de la Pragmática Sociocultural, es la que permitirá llegar a los últimos recovecos comunicativos de discursos como los institucionales, en los que la sociedad y sus instituciones aparecen representados. Solo un tipo de análisis como este permitirá observar sus debilidades y fortalezas.

5. Conclusiones

A veces, ocuparse de conocer las premisas socioculturales que gobiernan y determinan nuestros usos lingüísticos ha sido tildado de tarea propia no de lingüistas, sino de áreas de conocimiento como la sociología o la psicología social, y, consecuentemente, realizar un análisis holístico, completo y riguroso de lo que es nuestro objeto de estudio, el discurso, ha sido una labor situada en terreno de nadie, no estricta y científicamente lingüística. Desde nuestra perspectiva, entendemos que adoptar una perspectiva más amplia como es la de la Pragmática Sociocultural, no solo es una forma de enriquecer el análisis del discurso, sino que es tarea propia e inefable de quien quiere ofrecer una visión completa y real de cómo funciona el discurso de acuerdo con los objetivos comunicativos que, como seres sociales, perseguimos.

Creemos que estamos en el camino correcto al decir que debemos dejar de lado los prejuicios, los terrenos acotados, y trabajar pensando que el análisis completo del discurso debe, inexorablemente, incluir el aspecto, la dimensión sociocultural entre sus categorías de análisis, pues solo así lograremos llegar a un conocimiento real del funcionamiento de nuestro máspreciado sistema de comunicación, y sus efectos y posibilidades en sociedad.

Referencias bibliográficas

Alcaide Lara, Esperanza R. (2011): «La descortesía “sensibilizadora”: el caso de la publicidad de ONGs e instituciones en España», en Santiago Alcoba y Dolors Poch (eds.), *Cortesía y publicidad*. Barcelona: Ariel, 27-48.

- Alcaide Lara, Esperanza R. (2019): «Imagen social y contextos socioculturales en el discurso publicitario institucional español con fines sociales», *Pragmática Sociocultural/Sociocultural Pragmatics*, 7, 3, 297-334.
- Alcaide Lara, Esperanza R. (2021): «Guías de buenas prácticas y prácticas discursivas “no tan buenas”: los *topoi* sedimentados en el discurso institucional», en Catalina Fuentes (coord.), *Argumentación y discursos*. Madrid: Arco Libros, 17-42.
- Alcaide Lara, Esperanza R. (2022a): «Implicaciones socioculturales del uso de la expresión *mujer transexual (trans)* en el discurso periodístico en Andalucía», *Círculo de lingüística aplicada a la comunicación*, 91, 79-96.
- Alcaide Lara, Esperanza R. (2022b): «De verdugos y víctimas: la imagen del maltratador en el discurso publicitario de las instituciones andaluzas», *Pragmática Sociocultural*, 10 (2), 26-57.
- Anscombe, Jean-Claude (1995): «Semántica y léxico: Topoi, estereotipos y frases genéricas», *Revista de la Sociedad Española de Lingüística*, 25 (2), 297-310.
- Anscombe, Jean-Claude y Ducrot, Oswald (1994): *La argumentación en la lengua*. Madrid: Gredos.
- Austin, John L. (1982): *Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona: Paidós.
- Benveniste, Èmile (1966): *Problèmes de linguistique générale (I)*. París: Gallimard.
- Bravo, Diana (1996): *La risa en el regateo. Tesis y Monográficos*. EDICE/ASICE.
- Bravo, Diana (2003): «Actividades de cortesía, imagen social y contextos socioculturales: una introducción», en Diana Bravo (ed.), *Actas del Primer coloquio del programa EDICE: La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes*. Estocolmo: Universidad de Estocolmo, 98-108.
- Bravo, Diana (2009): «Pragmática, socioPragmática y Pragmática sociocultural del discurso de la cortesía. Una introducción», en Diana Bravo, Nieves Hernández Flores y Ariel Cordisco (eds.), *Aportes pragmáticos, sociopragmáticos y socioculturales a los estudios de la cortesía en español*, vol. 2. Estocolmo – Buenos Aires: Dunken, 31-68.
- Bravo, Diana (2015): «Pragmática sociocultural para el análisis social del discurso», en Diana Bravo y María Bernal (eds.), *Perspectivas socioPragmáticas y socioculturales del análisis del discurso*. Buenos Aires: Dunken, 49-90.
- Bravo, Diana (2017): «Actividades de imagen como estrategias argumentativo-discursivas en textos de prensa en Argentina», *III Simposio Internacional EDiSo. Desigualdad y nuevos discursos sociales (28-30/06/2017)*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.

- Bravo, Diana (2020): «Pragmática sociocultural para el análisis de los aspectos sociales del discurso», en M.^a Victoria Escandell Vidal, José Aménós Ponds y Aoife Kathleen Ahern (eds.), *Pragmática*. Barcelona: Akal, 481-496.
- Briz, Antonio. (1998): *El español coloquial en la conversación. Esbozo de pragmatogramática*. Barcelona: Ariel.
- Ducrot, Oswald (1986): *El decir y lo dicho: polifonía de la enunciación*. Barcelona: Paidós.
- Fairclough, Norman (1992): *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- Fuentes Rodríguez, Catalina (2000): *Lingüística Pragmática y análisis del discurso*. Madrid: Arco/Libros.
- Fuentes Rodríguez, Catalina (2009): «El análisis lingüístico desde un enfoque pragmático», en Juan Luis Ruiz y Larissa Timofeeva (eds.), *Estudios de lingüística: investigaciones lingüísticas en el siglo XXI*. Alicante: Universidad de Alicante, 63-102.
- Fuentes Rodríguez, Catalina. y Alcaide Lara, Esperanza R. (2002): *Mecanismos lingüísticos de la persuasión*. Madrid: Arco Libros.
- Grice, Herbert P. (1975): «Logic and conversation», en *Speech acts*. Brill, 41-58.
- Gutiérrez Ordóñez, Salvador (2020): «Pragmática y descripción gramatical», en M.^a Victoria. Escandell Vidal, José Aménós Ponds y Aoife Kathleen Ahern (eds.), *Pragmática*. Barcelona: Akal, 624-639.
- Hymes, Dell (1972): «Models of the interaction of language and social life», en John J. Gumperz y Dell Hymes (eds), *Directions in sociolinguistics: The ethnography of communication*. Nueva York: Holt, Rinehart & Winston, 35-71.
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine (1986): *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*. Buenos Aires: Hachette.
- Korta, Kepa (2020): «La Pragmática», en M.^a Victoria. Escandell Vidal, José Aménós Ponds y Aoife Kathleen Ahern (eds.), *Pragmática*. Barcelona: Akal, 5-38.
- Lakoff, Robin. (1973): «The logic of politeness», en Claudia W. Corum, Thomas Cedric Smith-Stark y Anne Weiser (eds.), *Papers from the Ninth Regional Meeting of the Chicago Linguistic Society*. Chicago: Chicago Linguistic Society, 228-298.
- Leech, Geoffrey (1983): *Principles of Pragmatics*. Londres: Longman.
- Leonetti, Manuel (2008): «Gramática y Pragmática», *Ms. Universidad de Alcalá*. Recuperado de <http://www2.uah.es/leonetti/papers/Leonetti-Frecuencia-ELE.pdf>

- Lo Cascio, Vincenzo (1998): *Gramática de la argumentación*. Madrid: Alianza Editorial.
- López Ferrero, Carmen, Martín Peris, Ernesto, Esteve Ruescas, Olga y Atienza Cerezo, Encarna (2019): *La competencia discursiva en sus constelaciones: glosario*. Recuperado de <https://www.upf.edu/web/ecodal/glosario>
- Malinowski, Bronislaw (1964): «El problema del significado en las lenguas primitivas», en *El significado del significado*. Buenos Aires: Paidós.
- Mey, Jacob. L. (1993): *Pragmatics. An introduction*. Londres: Blackwell.
- Morris, Charles W. (1938): «Foundations of the Theory of Signs», en *International encyclopedia of unified science*. Chicago: Chicago University Press, 1-59.
- Parodi, Giovanni, y González, Cristian. (2007): «Visiones del pasado, el presente y el futuro de la Lingüística: A propósito de los 40 años de Revista Signos. Estudios de Lingüística», *Revista signos*, 40 (63), 11-27. Recuperado de <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-09342007000100002>
- Peirce, Charles. S. (1931-1958): *Collected Papers*. Cambridge-Mass: Harvard University Press.
- Perelman, Charles y Olbrechts-Tyteca, Lucie (1989): *Tratado de la argumentación*. Madrid: Editorial Gredos.
- Pons Bordería, Salvador (2005): *La enseñanza de la Pragmática en la clase de E/LE*. Madrid: Arco Libros.
- Récanati, Françoise (1980): «La transparence et l'énonciation. Pour introduire à la pragmatique», *Revue de Métaphysique et de Morale*, 85 (4), 529-533.
- Roulet, Eddy (1991): «Vers une approche modulaire de l'analyse du discours», *Cahiers de Linguistique Française*, 12, 53-81.
- Roulet, Eddy (1997): «A modular approach to discourse structures», *Pragmatics*, 7(2), 125-146.
- Roulet, Eddy et al. (1985): *L'articulation du discours en français contemporain*. Bern, Switzerland: Peter Lang.
- Salguero, Francisco José (2014): «Modelling Linguistic Context with Hintikka Sets and Abduction», *Teorema*, 33, 105-119.
- Searle, John (1969): *Speech Acts. An essay in the Philosophy of Science*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sperber, Deirdre y Wilson, Dan (1986): *Relevance: Communication and cognition*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Strawson, Peter (1950): «On Referring», *Mind*, Jul., 385-389.
- Strawson, Peter (1969): «Meaning and Truth», *Proceedings of the British Academy*. Oxford: Oxford University Press.

- Van Dijk, Teun A. (1989): *La ciencia del texto. Un enfoque interdisciplinario*. Barcelona: Paidós.
- Verschueren, Jef (1999): *Understanding Pragmatics*. Londres, Cambridge University Press.
- Wittgenstein, Ludwig (1998): *Investigaciones filosóficas*. Barcelona: UNAM/Crítica.
- Zimmermann, Klaus (2003): «Constitución de la identidad y anticortesía verbal entre jóvenes masculinos hablantes de español». Diana Bravo (ed.), *Actas del Primer coloquio del programa EDICE: La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes*. Estocolmo: Universidad de Estocolmo, 47-59.