


INSTITUCION EDUCATIVA LA PRESENTACION				
	NOMBRE ALUMNA:			
	AREA :		HUMANIDADES	
	ASIGNATURA:		LENGUA CASTELLANA	
	DOCENTE:		AURA BARRETO O.	
	TIPO DE GUIA:		CONCEPTUAL	
	PERIODO	GRADO	FECHA	Nº
2	10	Abril 2019	3	2 UNIDADES

INDICADOR DE DESEMPEÑO

Analiza con propiedad aspectos pragmáticos del lenguaje y los aplica en su cotidianidad.

Leemos atentamente el documento y tengámoslo presente como insumo, para la investigación de campo a realizar..

LA PRAGMÁTICA

Disciplina que se encarga de estudiar el uso del lenguaje en contextos específicos, describiendo no la norma para utilizarlo, sino, las que le imprimen los hablantes.

En la primera mitad del siglo pasado, el semiótico **Charles W. Morris** (1938) concibió el estudio de la **Teoría de los signos, o semiótica**, a partir de tres disciplinas: La sintaxis, la semántica y la pragmática. La **sintaxis** atendería a la relación formal entre un signo y otro; la **semántica**, los vínculos entre los signos y los objetos a los que se refieren; y se ocuparía de la relación entre los signos y sus intérpretes, la **pragmática**, esta última abarcaba todos los fenómenos psicológicos, biológicos y sociológicos que tienen lugar en el funcionamiento de los signos. Con palabras más sencillas, **la pragmática estudiaría todo lo relacionado con el uso de la lengua, es decir, el lenguaje utilizado en contextos específicos.**

A partir de la década de 1970 los lingüistas que se han ocupado del estudio del uso de la lengua han procurado delimitar el objeto de la pragmática buscando unas bases teóricas con las que dar cuenta de los problemas que se les presentan. En la actualidad buena parte de esos investigadores consideran que la pragmática no es un componente de la teoría lingüística como puedan ser la fonología, la morfología, la sintaxis o la semántica, tampoco pertenece a las disciplinas que relacionan el lenguaje con la realidad extralingüística como la psicolingüística, la sociolingüística o la neurolingüística. **La pragmática, en su opinión, constituye una perspectiva de estudio que puede ocuparse de cualquiera de estas disciplinas.**

Por ejemplo, tomemos el caso de un hispanohablante que tiene la posibilidad de unir un adjetivo en función de atributo con un sujeto bien sea por medio del verbo *ser*, bien sea por medio del verbo *estar*. Así, se puede decir: *Juan es gordo* y *Juan está gordo*. Esta elección puede tener restricciones semánticas: un adjetivo como *inteligente* se predicará por medio del verbo *ser* y un adjetivo como *descalzo*, por medio del verbo *estar*. Pues bien, esta elección puede tener también motivos pragmáticos. Hemos dicho antes que con un adjetivo como *gordo* se pueden utilizar los dos verbos, pero considérense los siguientes ejemplos:

- a. Mariana es / está gorda.
- b. Manuela es / está gorda.
- c. Jorge Ciro es / está gordo.

Sin duda este ejemplo nos evidencia que los hablantes y más aún hispanos, podemos producir enunciados con una organización y distribución de términos diferentes, pero que al final el mensaje sigue intacto, es aquí donde trabaja la pragmática, analizando no las normas gramaticales de la lengua, sino, el verdadero uso que los hablantes le dan en contextos determinados.

FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA PRAGMATICA DEL LENGUAJE

Género, edad, nivel educativo, nivel económico, procedencia, ocupación, además los siguientes:

Comunicación inferencial

Los procesos comunicativos no sólo reflejan la literalidad de lo que el hablante expresa con los códigos, sino, que le da la oportunidad al oyente y/o interlocutor, de sacar sus propios juicios de lo dicho y que subyacen del mismo.

Las inferencias son procesos mentales de razonamiento espontáneos, automáticos e inconscientes que se realizan a partir de la relación de lo dicho y el contexto. Para comprender en qué consiste la concepción inferencial de la comunicación, leamos el siguiente ejemplo del Evangelio de San Lucas:

Jesús, lleno del Espíritu Santo, regresó del Jordán y fue conducido por el Espíritu al desierto, donde estuvo cuarenta días y fue tentado por el diablo. No comió nada en estos días, y al final sintió hambre. Entonces le dijo el diablo:

- Si eres Hijo de Dios, dile a esta piedra que se convierta en pan.

Y Jesús le respondió:

- Escrito está:

No sólo de pan vivirá el hombre.

Podemos ver en este ejemplo que en ningún momento Jesús y el diablo rivalizan en lo que hacen, pero como lectores suponemos que la actitud del uno y del otro refleja eso.

Orientación argumentativa.

Un mismo hecho puede ser contado de distintos modos y, según la formulación escogida, lo recreado por su interlocutor será también distinto; por ejemplo, una estudiante a la que le queda por redactar la conclusión de un trabajo puede decir:

- a. Todavía no he acabado el trabajo.
- b. Ya estoy acabando el trabajo.

La orientación argumentativa que presenta el ejemplo es la de manifestar la conclusión, independientemente del modo de decirlo.

Agentes del proceso comunicativo

Son los que intervienen en el proceso comunicativo como el emisor y el receptor, que interactúan dependiendo el contexto geográfico y situacional, en el que surge el acto comunicativo, un ejemplo es:

Hablante 1: ¡Nombre cuadro este man es una gallina!

Hablante 2: ¡Te lo dije que es un torció papá!

Presuposiciones.

Son los elementos que los oyentes o interlocutores deben compartir en su contexto, para lograr comprender los mensajes y códigos de la misma, es decir, una presuposición se logra decodificando o descifrando determinado mensaje.

Por ello algunos elementos que facilitan la presuposición son la edad, el código o idioma, el sexo y el contexto.

Hipérbole y metáfora.

Entre nuestras ideas preconcebidas sobre el lenguaje y su uso se encuentra la supuesta literalidad de nuestros mensajes, literalidad que únicamente se vería rota en los mensajes figurados propios de la poesía. Sin embargo, al hablar no pensamos en reproducir literalmente una realidad, sino en conseguir que nuestro interlocutor llegue al enriquecimiento pragmático oportuno. La literalidad es un caso extremo y extraordinario de parecido en una representación. Los hablantes no esperamos que lo que se nos dice sea literal en otras palabras, exactamente verdadero, sino que se pueda obtener de ello el mayor número de inferencias pertinentes con el menor esfuerzo.

Este punto de partida nos da cuenta de un modo distinto al habitual de diferentes figuras retóricas. Así, Helena Beristáin define la hipérbole como “exageración o audacia retórica que consiste en subrayar lo que se dice al ponderarlo con la clara intención de trascender lo verosímil [...]”.

En realidad, el habla de todos los días está llena de hipérbolés y más aún, la de los hablantes hispanoamericanos, que dejan reflejado en cada acto comunicativo el rastro de su cultura e idiosincrasia, un ejemplo sería:

- a. Lleva toda la vida esperando una solución.
- b. No puedo aguantar más a Luisa.
- c. En el metro no cabía un alfiler.
- g. En Medellín no se puede respirar de tanta contaminación.
- h. Con estos precios nadie puede comprarse ni un tinto.
- i. De eso se enteró todo el mundo

El territorio o contexto

Gracias a los estudios pragmáticos, entró a hacer parte de los elementos del proceso comunicativo, el denominado contexto, ya que sin duda nos hemos dado cuenta que éste juega un papel determinante al momento de descifrar los mensajes que nos llegan, al punto de determinar en gran

medida la significación e intencionalidad de los mismos. Por esta razón la pragmática le da suma importancia al contexto en el que se encuentran los hablantes y en el que surgen los actos comunicativos.

Adicionalmente a estos elementos se encuentran: **La edad, el sexo, el nivel educativo, económico, la procedencia, profesión**, entre otros, que sin duda alguna, determinan los diferentes actos comunicativos que pueden ser generados por los hablantes.

Conclusión

La concepción de la pragmática como perspectiva tiene como piedra angular la idea de elección. Desde este punto de partida la gramática no es sólo la estructura que permite levantar el edificio de una lengua, es también uno de los ámbitos de una lengua en los que el hablante puede elegir entre distintas opciones para comunicar lo que desea de una manera determinada. La elección de una forma lingüística u otra puede presentar unos mismos hechos, como otros muy distintos a los ojos de nuestro interlocutor, pero sin dejar de ser válidos y pertinentes, más aún en un país tan pluricultural como el nuestro.

NOTA

1. Para reforzar más el concepto de pragmática visiten www.youtube.com allí encontrarán un video llamado **Real academia de la liendra (premios Hetores)**, que ya vimos y que les permitirá entender qué buscamos en la investigación de campo.

“EXPRESATE COMO QUIERAS Y ASI SOLO DEMOSTRARAS LO QUE ERES”