

ANÁLISIS PRAGMÁTICO

Práctica: Escogeréis una viñeta cómica aparecida en un medio de comunicación (deberéis incluirla en el cuerpo de la práctica) y realizaréis un análisis pragmático detenido con los elementos más sobresalientes en la misma.

Un día de esta semana, estudiando historia, consultamos una revista que se llama "Historia", y vimos una viñeta que nos pareció muy interesante y comentándola llegamos a la conclusión de que nos venía muy bien para hacer la práctica 7.

La viñeta es la siguiente:



PRÁCTICA 7.

En cualquier intercambio de comunicación, se dan cuatro elementos básicos:

- **Emisor:** Es un hablante que produce intencionalmente una expresión lingüística en un momento dado, ya sea oralmente o por escrito. La noción de *emisor* está construida sobre la de *hablante*, pero está sujeta a dos condiciones más: por un lado, se es emisor cuando se hace uso de la palabra; por otro, como acabamos de ver, se es emisor cuando se comunica intencionalmente.
- **Destinatario:** Es el hablante al que se dirige el emisor. La condición es de nuevo importante, porque excluye de la condición de *destinatario* a los oyentes ocasionales que captan por casualidad un mensaje.
- **Situación:** Incluye todo aquello que, física o culturalmente, rodea al acto mismo de enunciación.
- **Enunciado:** Es la expresión lingüística que produce el emisor. Funciona como la unidad mínima de comunicación.

Estos elementos son necesarios y esenciales en toda comunicación. Si queremos entender bien, tendremos que tener claros estos elementos. Pero hay más cosas que debemos tener en cuenta, como las relaciones que se establecen entre esos elementos.

- **La intención.** Es el propósito o la meta que el emisor quiere conseguir por medio de su enunciado. Además, la intención es importante para que no se produzcan malentendidos. Para saber las intenciones, el destinatario se basa en su conocimiento y en la situación o entorno en el que está.

Por tanto, el **emisor** es “Romeu”, el diseñador de las viñetas, porque ha sido él quien ha decidido crear la comunicación. El **destinatario** son los lectores de la revista que tienen conocimientos de Historia y saben interpretar las viñetas. Entonces si alguien que hojea la revista por casualidad y no es capaz de entender las viñetas, no será un destinatario, sino un **receptor**, ya que es simplemente un lector ocasional, porque el diseñador de la viñeta no la ha creado para ese tipo de “receptores”.

El **enunciado** es lo que produce el emisor con expresiones como las que dicen en cada bocadillo que aparece en las viñetas, sino también los dibujos que están en cada cuadro.

El destinatario del mensaje tiene que tener una determinada **información pragmática** para poder entender el contenido de las viñetas, en nuestro caso conocimientos sobre Historia, ya que el emisor presupone que cuenta con ellos a la hora de producir su mensaje.

- Por ejemplo, para la primera viñeta, la información pragmática necesaria es el conocimiento de que en la Prehistoria hay diferentes etapas, que se diferencian entre sí en parte por los diferentes utensilios y herramientas, que utilizaban los hombres: por eso la mujer le reprocha a su marido que todavía use el hacha “de la última glaciación” y no una “de bronce colado” como hacen todos los vecinos.

PRÁCTICA 7.

- Para interpretar la segunda viñeta, el lector tiene que tener en cuenta la pintura de David “*La muerte de Marat*” que lo hemos estudiado este año, por cierto) en la que este personaje de la Revolución Francesa aparece asesinado en la bañera. Así podremos comprender la viñeta. El “Marat” retratado en este recuadro muestra gran tranquilidad cuando Carlota llega hasta a él con su gran cuchillo, para asesinarle, como sucedía en el cuadro de David.
- En la tercera viñeta aparecen varios jóvenes chinos uniformados que desfilan ostentando el libro rojo: el lector tiene que saber algo sobre la Revolución China y sobre “El capital”, que es un libro de Marx, para entender lo que uno de los chicos le dirige a otro: “¿Tú te lo has leído? ¡Aún es más aburrido que el capital!”.
- En la última viñeta, la información pragmática que el receptor tiene que saber es sobre la revolución sexual de la segunda mitad del siglo XX y el feminismo para poder entender lo que dice una de las mujeres en la última viñeta, “me he liberado, tomo anticonceptivos, me gano la vida, exijo mis derechos y he quemado los sostenes”.

La información necesaria que hemos ido diciendo en cada viñeta, se trata de **implicaturas**, ya que sin esos datos, un lector cualquiera no podría comprender lo que Romeu le intenta expresar.

También podemos analizar la **Teoría de la Relevancia según las premisas de Sperber y Wilson**, que las explicaremos con nuestro ejemplo de viñeta:

- Cada enunciado posee una variedad de posibles interpretaciones: Como ya hemos visto, depende del receptor, se podrían llegar a entender unas cosas u otras, incluso nada.
- El oyente no recibe todas estas interpretaciones posibles de la misma forma, sino que algunas requieren más esfuerzo de procesamiento que otras: Es lo que hemos explicado de que para comprender al completo los dibujos de Romeu, los destinatarios del mensaje deben conocer historia y arte.
- Los oyentes están dotados de un único criterio general para evaluar las interpretaciones: Si poseemos el conocimiento suficiente para entender a la primera lo que nos quiere decir el emisor en cada recuadro, no será necesario recurrir a ningún otro criterio para interpretarlo, porque ese habrá sido el único y suficiente.

PRÁCTICA 7.

- Este criterio es suficientemente poderoso como para excluir todas las interpretaciones excepto una, que es la que finalmente se acepta: Como hemos dicho en la anterior premisa, ese criterio vale para saber que hemos entendido correctamente, por tanto, hemos logrado el objetivo.

Hasta aquí hemos analizado todos los aspectos sobre la pragmática que encontrábamos en la viñeta.

Práctica realizada por:

Miriam de la Fuente Moreno

Andrea Vega Gutiérrez

GRUPO 31