

# EN TORNO A LA FUNCION DIRECTIVA DEL LENGUAJE, A PARTIR DE UN HECHO COMUNICATIVO ESPECIFICO

ALFONSINA DODDIS

Universidad de Chile - Santiago

## 1. *Introducción.*

Una determinada muestra de idioma puede ser enfocada desde distintas perspectivas. Al considerar la lengua como forma de comportamiento social, encontraremos "hechos comunicativos" (speech events) de distinta naturaleza, insertos en un contexto socio-cultural. De esta manera, la muestra elegida no será descrita en términos de oraciones aisladas, sino que como una unidad de discurso relativamente extensa, o una macro-unidad. En consecuencia, el hecho comunicativo es considerado como discurso o como el uso de oraciones con el propósito de realizar determinados actos comunicativos o "actos de habla" (speech acts). Estos, a su vez, forman unidades mayores que configuran un patrón que, finalmente, caracterizará la muestra como un tipo específico de comunicación perteneciente a una modalidad particular de discurso.

Para el profesor de lenguas extranjeras, cuyo objetivo es desarrollar en sus alumnos una competencia comunicativa en la lengua objeto de estudio, resulta de vital importancia conocer los patrones comunicativos en diversas modalidades de discurso. Con el propósito de descubrir tales modelos, la necesidad de adoptar un enfoque etnográfico ha sido planteada por diferentes lingüistas, entre ellos, Dell Hymes, cuyas contribuciones son de gran valor.

Un hecho comunicativo puede ser descrito etnográficamente si consideramos los factores y funciones del lenguaje presentes en él. Al adoptar este enfoque, es

posible deducir sus características comunicativas generales, ya que ciertas funciones pueden asociarse a los componentes que constituyen el hecho.

Asimismo, es interesante considerar la relación de los factores con los actos de habla presentes en la muestra. Según Austin y Searle, la unidad mínima o básica del discurso es el acto de habla. Al describir una determinada unidad de discurso, es importante analizar "lo que se dice" tanto como "lo que se hace" al decirlo. En general, todo acto de habla tiene un "contenido proposicional" —lo que se dice— y una "fuerza ilocutiva" (illocutionary force) —lo que se hace al decirlo. En otras palabras, un acto de habla podría definirse como la expresión de una proposición dotada de fuerza ilocutiva. Para lograr reconocer esta fuerza en una muestra de discurso, hay que estar consciente de que un enunciado tiene una determinada fuerza ilocutiva debido a que están presentes ciertas condiciones, relacionadas con los factores del hecho comunicativo, como veremos en el análisis que se presenta más adelante.

Este trabajo intenta hacer una descripción de un hecho comunicativo, a partir de los postulados expuestos; sin embargo, no pretende, en absoluto, ser exhaustivo. Se presenta, más bien, como una de las muchas posibles tareas que el profesor de lenguas extranjeras puede realizar para, posteriormente, crear las condiciones necesarias para que sus alumnos tengan acceso a la lengua, enfocada como comunicación o como la realización de actos comunicativos.

En términos más específicos, se ha analizado un hecho comunicativo, perteneciente al tipo de discurso característico de los folletos destinados a hacer propaganda de carácter socioeconómico, con el objeto de identificar las funciones del lenguaje predominantes. Además, se ha intentado mostrar cómo la primacía de la función directiva en esta modalidad de discurso introduce restricciones en la relación entre el contenido proposicional y la fuerza ilocutiva de los actos de habla que lo constituyen.

Por otro lado, en el análisis de algunas secciones de la muestra, se ha tratado de identificar algunos actos de habla relacionados con la función predominante.

Con el propósito de cumplir los objetivos mencionados se ha hecho una descripción etnográfica, para situar la muestra como un ejemplo específico de "lenguaje en uso comunicativo" (language in use: Widdowson, 1973). Por lo tanto, se ha caracterizado esta macro-unidad de discurso con respecto a:

- a) Los factores del hecho comunicativo.
- b) Las funciones más importantes, en relación con el predominio de uno de estos componentes.

Luego se complementa la descripción con:

- a) El análisis de una sección de la muestra que contiene actos de habla "referencial - directivos".
- b) El análisis de una sección que contiene actos "directivos".

## 2. La muestra

Esta consiste en un folleto propagandístico, de carácter socioeconómico, publicado por el "Movimiento para el Desarrollo Mundial", Edimburgo, Escocia. Su título es *Food for All* (Alimentos para Todos), y consta de 18 páginas y 18 diagramas.

Es un ejemplo de propaganda, una divulgación de ideas y opiniones sobre problemas de actualidad en un contexto sociocultural, con el objeto de modificar

posiciones ya existentes. El tema de la propaganda involucra reflexiones de orden sociológico, moral y psicológico y, en consecuencia, ha sido ampliamente analizado desde estos puntos de vista. Es evidente que folletos de esta naturaleza son representativos de una situación comunicativa en la cual el contenido se orienta hacia el receptor del mensaje.

Es interesante destacar que el léxico y las estructuras sintácticas que aparecen en esta muestra son semejantes a las de los materiales simplificados que se usan en la enseñanza del inglés como lengua extranjera. Sin embargo, al enfocarla como discurso, la muestra se torna extremadamente compleja.

### 3. Descripción etnográfica del hecho comunicativo según el modelo Hymes / Jakobson

Se ha elegido este modelo para la descripción de la macro-unidad de discurso, con el propósito de descubrir sus patrones comunicativos característicos.

#### 3.1 Análisis de los componentes del hecho comunicativo

Dell Hymes, basándose en el modelo propuesto por Jakobson (1960), distingue siete factores que interactúan en un hecho comunicativo. En este caso, se ha utilizado la versión revisada de los "componentes del habla", como los denominó Hymes en 1972, aunque no se han considerado los dieciséis que propone, ya que algunos se estiman irrelevantes para este tipo de discurso.

*Emisor:* Es, supuestamente, un partidario del Movimiento para el Desarrollo Mundial, por cuanto el folleto fue impreso por la sede Edimburgo de ese grupo. A fin de hacer la descripción etnográfica más exacta, se consultaron otras publicaciones del mismo movimiento, se entrevistaron algunos miembros y el autor del folleto, quien, obviamente, manifestó que concordaba con sus planteamientos.

*Receptor:* En términos generales, es el público británico y, más específicamente, aquél que desconoce los principios del movimiento. El autor del folleto —un eco-

nomista experto en problemas relacionados con la agricultura— manifestó que el receptor era aquella gente que estaba ya un tanto preparada para aceptar los puntos de vista expuestos.

La relación que se mantiene entre los participantes es la de un individuo británico que conoce el tema (emisor) y uno que carece de la información pertinente (receptor). El hecho que ambos tengan la misma nacionalidad se enfatiza por medio del uso repetido del pronombre de primera persona plural, “we”, como, por ejemplo, “our economic power means that we can outbid...” (nuestro poder económico significa que (nosotros) podemos mejorar...); “while we overeat, others”... (mientras (nosotros) comemos en exceso, otros...). El hablante hace sentir al oyente que ambos son coparticipes en el problema y que son responsables de su solución. Este recurso, posiblemente característico de esta modalidad, corresponde al tipo de significado “afectivo” (Leech, 1975), ya que refleja los sentimientos del hablante y su actitud hacia el oyente. En consecuencia, es un ejemplo de “semántica estratégica”, según Leech, ya que se utiliza el significado asociativo (que incluye el afectivo) en la realización de la función directiva del lenguaje.

**Tópico:** Es la distribución desigual de los alimentos en el mundo y el rol del receptor en la solución de este problema. Esto se hace evidente en el contenido del folleto y en la estructuración del discurso.

**Género:** Puede describirse como aquél perteneciente a los folletos propagandísticos de carácter socioeconómico, que constituyen una forma de propaganda.

**Código:** Este hecho comunicativo se estructura a través de un código lingüístico. Además, existen elementos no verbales, tales como diagramas, gráficos y caricaturas. En términos específicos, el código es aquél característico de los folletos usados para la divulgación de opiniones.

**Canal:** Es visual, ya que se trata de discurso escrito. Los elementos no verbales presentes en la muestra son también apprehendidos visualmente.

**Escenario (Setting) y Escena (Scene):** Para la descripción de la muestra elegida,

es pertinente distinguir entre estos dos componentes. Hymes define el *escenario* como el tiempo y lugar de un acto de habla. En cambio, la *scene* se refiere al escenario psicológico, a la definición cultural de una ocasión (Hymes, 1972).

En consecuencia, el escenario es la Gran Bretaña de hoy, lo que es característico de este tipo de folleto, en tanto divulga una posición frente a hechos actuales.

La escena es un país industrializado que cuenta con un poder económico que le permite ayudar a aquéllos menos desarrollados. Este factor está interrelacionado con el tópico, que no sería pertinente en otro contexto socioeconómico.

**Fines:** El objetivo convencional de esta clase de hechos comunicativos es hacer que el receptor cambie su actitud hacia el tópico y que, por consiguiente, adopte las ideas expuestas. Por lo tanto, este participante espera encontrar una argumentación, cuyo propósito es el mencionado. Este conocimiento compartido por los participantes es crucial para la interpretación del discurso. En consecuencia, en esta modalidad, el propósito “directivo” prevalecerá sobre cualquier otro objetivo individual que pudiesen tener los participantes.

**Tono (Key):** Hymes (1972) incluye este componente para referirse a la forma o espíritu del acto de habla. Este factor está interrelacionado con otros, tales como el tópico y los fines. En este caso, el tono es serio, como se evidencia en las citas siguientes: “Los países ricos, con un 30% de la población mundial, usan el 80% de los fertilizantes químicos del mundo”; “el precio de los fertilizantes se duplicó entre 1971 y 1974”.

### 3.2 Descripción del hecho comunicativo en relación con las funciones del lenguaje.

Con el propósito de caracterizar las propiedades comunicativas generales de la muestra, se ha considerado útil determinar la función predominante en ella. Como se apunta esencialmente al receptor, la función directiva prevalece sobre otras. Existe, además, una orientación hacia el tópico y, por lo tanto, también está presente una función referencial, que

constituye la base para la construcción del propósito directivo. La manera como se ha estructurado el discurso revela que el emisor confía en que la profusa información que proporciona —generalmente duplicada en elementos no verbales— hará que la necesidad de actuar sea incuestionable. El predominio de la función directiva restringe la relación entre el contenido proposicional y la fuerza ilocutiva hasta tal punto que la función referencial aparece subordinada a ella. Por consiguiente, los actos de habla referenciales adoptan fuerzas ilocutivas conectadas con la función directiva y se tornan, por así decirlo, “referenciales - directivos”, ya que la información actual tiene el fin de proporcionar evidencia para la argumentación del emisor.

### 3.2.1 *Bosquejo de la estructura del discurso en base a los subtítulos.*

Estos reflejan la orientación hacia el tópico y el receptor y, de esta manera, proporcionan evidencia de que la función

referencial y la directiva son las predominantes.

Asimismo, nos señalan la secuencia de las partes constitutivas de la argumentación y, de esta manera, se hace aparente la estructura interna del discurso.

Ya que el hecho comunicativo es un folleto propagandístico, los subtítulos, que aparecen al comienzo de 17 de las 18 páginas, adquieren gran valor comunicativo. Se podría afirmar que son multifuncionales porque sirven diferentes propósitos: proporcionan al receptor una idea general sobre el contenido y lo guían en la interpretación de éste, siendo esta última su función más importante.

A continuación se citan los subtítulos en el mismo orden en que aparecen en la muestra. Se ha dividido el desarrollo del discurso en dos partes: A y B. La sección A incluye, principalmente, actos de habla que tienen una función referencial y la B, actos que cumplen una función directiva. Ambas secciones se han subdividido a fin de hacer más clara la estructura del discurso.

## TITULO DEL FOLLETO PROPAGANDISTICO: ALIMENTOS PARA TODOS.

### SUBTITULOS:

*Sección A. Contiene actos de habla con una función predominantemente referencial.*

(página izquierda)

(página derecha)

a) **“HAMBRUNAS**

**LOS MEJORES PRODUCTOS DE LA TIERRA**

**UNA ESCASA PROBABILIDAD**

**LO QUE ES BUENO PARA ALGUNOS...**

**EL PAN NUESTRO DE CADA DIA**

**NECESIDAD QUE VA EN AUMENTO**

**ALIMENTOS EN VENTA...**

**FERTILIZANTES...**

**... para aquellos que pueden pagar**

**pero no para los pobres**

**LOS AÑOS PROSPEROS**

**Y LOS DE ESCASEZ”**

---

En esta subsección se informa acerca de la distribución desigual de los alimentos en el mundo y los problemas derivados de esta situación.

b) **“¿QUE SE ESTA HACIENDO?”**

¿Qué tipo de agricultura necesitan los países pobres?

**¿QUE FALLO?**

---

Se proporciona información sobre lo que se ha hecho acerca del problema planteado y de las razones del fracaso de esta acción.

*Sección B.* Contiene actos de habla con una función predominantemente directiva.

a) **“¿CUALES SON LAS ALTERNATIVAS?”**

---

Se solicita acción a través de la descripción de un cierto patrón de comportamiento.

b) **“GRAN BRETAÑA PUEDE... ESTOS SON LOS PUNTOS EN DISCUSION”.**

---

Se pide la intervención de la comunidad británica.

c) **“LO QUE UD. PUEDE HACER**

**¿Qué cambios se necesitan?”**

---

Se pide acción de parte del receptor y se propone un determinado modelo de comportamiento.

d) **“COMPROMETASE”**

En esta última subsección existe una exhortación directa para que se produzca un cambio en la actitud del receptor.

---

En consecuencia, se podría afirmar que la estructura del discurso tiene la siguiente secuencia:

- 1) Presentación de los hechos como evidencia para una argumentación. (Sección A)

- 2) Descripción de un patrón de comportamiento. (Sección B.a)

- 3) Exhortación para que se adopte el patrón descrito y, por lo tanto, para que se produzca un cambio de actitud. (Sección B.b, c, d)

4. *Análisis de una sección del discurso que incluye actos de habla referencial-directivos y de una sección que contiene actos directivos.*

La nuestra también puede ser analizada como un macro-acto de habla que tiene un contenido proposicional que podríamos expresar como, “ayude a solucionar este problema”, y la fuerza ilocutiva de una exhortación, que se definiría como “la acción de inducir a uno con palabras, razones y ruegos a que haga o deje de hacer alguna cosa” (Diccionario de la RAE, 1970). La naturaleza de los actos de habla que constituyen la macro-unidad no sólo dependerá del contexto inmediato de los enunciados, sino que también del contexto global.

- 4.1 *Análisis de una sección que incluye actos de habla que podrían considerarse referencial-directivos.*

En la muestra siguiente —que corresponde a una página del folleto —existe una orientación hacia el tópico más que hacia el receptor. Sin embargo, los actos de habla referenciales adoptan una función directiva en el contexto del macro-acto de habla, que es una exhortación, y al reconocerlo como tal, el receptor interpreta el discurso en una forma directiva.

Como veremos, se pueden distinguir cinco actos de habla cuyas formas lingüísticas son oraciones declarativas —Nos. 1 al 4— e imperativas —Nº 5.

- 1) **“Los Mejores Productos De La Tierra**

**Promedio de calorías que consume diariamente una persona:**

— en Gran Bretaña, 3.300

— en India, 2.000”.

El acto de habla de esta oración declarativa es el de una aseveración. El factor dominante es el tópico, ya que se proporcionan hechos. Sin embargo, en el contexto del macro-acto de habla, el contenido proposicional de este acto específico apunta indudablemente a un contraste que se considerará injusto.

2) **"En los países ricos (nosotros) comemos demasiado y engordamos. El sobrepeso puede producir desórdenes digestivos, diabetes, infartos, y una muerte temprana".**

A pesar de que este acto de habla es aparentemente una aseveración, se convierte en una advertencia, debido a la forma en que se presenta la información.

El uso del verbo modal "can" (poder) que se asocia, a menudo, con una posibilidad teórica, se refiere, en este caso, a un peligro potencial para el receptor. En relación con el acto de habla de advertencia, Searle (1969) señala que no necesariamente se intenta que alguien deje de realizar ciertas acciones, pero aquí se advierte claramente un intento consciente de que el receptor, a través del temor que producen los hechos expuestos, no continúe realizando algo.

La expresión "países ricos" aparece repetidas veces, en oposición a "países pobres". Ambos términos son ejemplos de lo que Leech (1975) denomina "ingeniería asociativa", que es "la elección estratégica de una expresión con el propósito de mejorar las asociaciones".

"Países ricos" se usa en 18 ocasiones. Se reemplaza por: "un país rico" (1), "el mundo rico" (1), y "los ricos" (1). En cambio, sólo en un caso se incluye el término neutro "país desarrollado". A su vez, "países pobres" aparece en 20 ocasiones y como sinónimos se usan: "los pobres" (5), "un país pobre" (2), "la gente pobre" (1). Esto contrasta con un solo caso en que se emplea "países en vías de desarrollo".

El acto de habla de advertencia se refuerza por medio de la duplicación y expansión de su contenido proposicional, en una caricatura donde aparecen un caballero excesivamente gordo que está comprando carne, un carnicero y el dibujo de un buey. Este tiene escrito en su cuerpo

lo siguiente: arteriosclerosis, obesidad crónica, colesterol alto, trombosis coronaria, dolores cardiovasculares agudos. Aquí tenemos un acto de habla no verbal (Austin, 1962) que tiene la fuerza ilocutiva de una advertencia.

3) **"(Nosotros) no sólo comemos mucho, sino que (nosotros), además, desperdiciamos la cuarta parte de los recursos alimenticios de Gran Bretaña. Aparte de lo que (nosotros) derrochamos en el hogar, como somos demasiado exigentes al comprar alimentos, el comercio se ve obligado a desechar parte de ellos. También se pierde gran cantidad en los colegios, hospitales, restaurantes y hoteles".**

La información sobre la pérdida de alimentos en Gran Bretaña aparece en forma reiterada. Además, el uso repetido del pronombre "we" lleva implícita una crítica hacia el comportamiento de ambos participantes. Considerando la forma emotiva en que se presenta la información, este acto de habla de aseveración adopta la fuerza ilocutiva de un reproche.

4) **"Los alimentos desperdiciados en Gran Bretaña serían suficientes para alimentar a 14 millones de personas, dice el Dr. Pereira, científico experto en problemas relacionados con la agricultura".**

Aquí encontramos un refuerzo de lo expresado en el acto de habla anterior. El emisor cita la opinión de un experto, como evidencia externa de la aseveración.

5) **"No desperdicie alimentos en un mundo donde existe hambre".**

Esta es la conclusión de las aseveraciones anteriores. La forma imperativa, sin duda, ha sido usada para expresar un acto de habla directivo, para realizar una exhortación, que es coherente con la fuerza ilocutiva que adoptan los actos referencial—directivos señalados anteriormente.

En la sección de la muestra analizada, encontramos aseveraciones que pueden considerarse factuales o descriptivas pero que, sin embargo, involucran juicios valorativos; por consiguiente, podría afirmarse que el texto analizado es un ejemplo de cómo se deriva "debería" de "es",

según Searle (op. cit.). Ya que la función directiva está siempre latente, los actos de habla cumplen una doble función: referencial y directiva.

#### 4.2. *Análisis de una sección que incluye actos de habla que cumplen una función directiva*

En la muestra siguiente —que corresponde a dos páginas— el receptor es el factor dominante; por lo tanto, la mayor parte de los actos de habla cumplen una función directiva. Se pueden distinguir 7 actos, cuyas formas lingüísticas incluyen tanto oraciones declarativas como imperativas.

Página 15 del folleto.

##### 1) **“Gran Bretaña puede...**

— **Proporcionar algunas técnicas. Un ejemplo: los aprendices de la Rolls Royce usaron materiales simples para el diseño de un calefactor que utiliza la energía solar.**

— **Buscar formas de proporcionar fertilizantes, sin tener enormes y costosas fábricas. Esto podría involucrar el uso de bacterias para utilizar el nitrógeno del aire.**

**Técnicas como ésta proporcionan lo que más se necesita, a un bajo costo.”**

Todas estas oraciones enunciativas pueden considerarse como un solo acto de habla. El verbo modal “can” (poder) adopta el significado de obligación moral y necesidad lógica que a menudo se asocia con “debería” (should, ought). Podría afirmarse que éste es un ejemplo de cómo se deriva “debería” de “podría”, según Searle. El acto de habla es de una fuerte sugerencia o petición.

Página 18 del folleto.

##### 1) **“Comprométase.**

##### 2) **Examine su forma de vida.**

##### 3) **Piense acerca de los alimentos.”**

Estas tres oraciones imperativas, que aparecen en la última página del folleto, corresponden a igual número de actos de

habla, que cumplen una función directiva y tienen la fuerza ilocutiva de una exhortación.

#### 4) **“Probablemente usted come demasiado, y podría reducir el consumo de carne”.**

El acto de habla de sugerencia se expresa aquí a través de una oración declarativa.

#### 5) **“Averigüe sobre formas menos derrochadoras de obtener una buena dieta”.**

Igual al anterior, este acto de habla es el de sugerencia, pero realizado, en este caso, por medio de una oración imperativa.

#### 6) **“La edición económica de “Dieta para un Planeta Pequeño”, de F. Moore Lappe, que vale 75 peniques, incluye explicaciones sobre las necesidades alimenticias y sugerencias sobre formas de cocinar entretenidas”.**

Este acto de habla cumple una función referencial, ya que proporciona información, pero, al mismo tiempo, se torna directivo: aparece inmediatamente después del acto de habla de sugerencia del número 5.

En esta sección, la función directiva se realiza a través de actos de habla tales como sugerencias, recomendaciones y exhortaciones, cuyas formas lingüísticas corresponden, preferentemente, a oraciones imperativas. Estos actos de habla son autosuficientes para influir en el receptor, de modo que hacen innecesario el uso de elementos de “semántica estratégica” y de diagramas, a diferencia de la sección analizada anteriormente.

### 5. *Conclusiones*

La muestra analizada ejemplifica una cierta modalidad de discurso, que se caracteriza por una predominante función directiva. Podría afirmarse que este hecho comunicativo tiene la marca de lo directivo o de una idea-acción concebida como un modelo de comportamiento, ya que se describe tal modelo, que en las circunstancias apropiadas, provocará en el recep-

tor el deseo de adoptarlo como suyo (basado en lo propuesto por Ross, 1968).

Por otra parte, puede considerarse este hecho comunicativo como un macro-acto de habla y como tal, es posible afirmar que tiene la fuerza ilocutiva de una exhortación. Según Ross, las exhortaciones caben dentro de los "directivos personales" y "directivos desinteresados", ya que ni el hablante (A), ni el oyente (B), se beneficiarán con el cambio de comportamiento que se exhorta, sino que alguien fuera de los participantes (C). Los requisitos característicos para que se produzca una exhortación podrían ser considerados como condiciones para que este acto de habla sea válido. Formulemos, pues, una regla tentativa: Si A exhorta a B a que haga algo, el enunciado de A será una exhortación efectiva, cuando sean válidas las siguientes condiciones:

1. A cree que debe hacerse algo (x).
2. A está calificado para exhortar a B con respecto a x.
3. B tiene la habilidad para hacerlo.
4. B tiene la obligación moral de hacerlo.

En relación con este hecho comunicativo específico, la regla la podemos formular de la siguiente manera:

1. El emisor cree que debe hacerse algo acerca del problema de los alimentos en el mundo y desea que el receptor se comprometa, de manera que éste cambie su actitud para así adoptar un cierto modelo de comportamiento.
2. La condición de que A está calificado para exhortar a B depende de la relación entre emisor y receptor, respectivamente, alguien que conoce el tema y aquél que lo ignora. El primero reclama para sí el estar calificado para exhortar al segundo, al darle infor-

mación y al citar opiniones de expertos.

3. El emisor cree que el receptor está capacitado para realizar algo con respecto a x; si no lo creyese así, no lo solicitaría.
4. El emisor recurre a un sistema de normas éticas dentro del contexto social, por medio de una determinada presentación de los hechos, que, en este caso, es un ejemplo de como derivar "debería" de "es" y "puede".

Si alguna de estas condiciones está ausente, el acto de exhortación fracasará. Existe gran probabilidad de que se cumplan las tres primeras. Sin embargo, resulta difícil que se presente la señalada en cuarto lugar. Esta condición apunta a la aprobación del receptor y es, sin duda, la crucial en este tipo de acto de habla de carácter directivo.

Es pertinente considerar que, al situar el hecho comunicativo dentro de un contexto socio-cultural, se utilizó el modelo de los componentes del habla propuesto por Hymes, cuyas categorías son de naturaleza descriptiva y no analítica. No obstante, la descripción basada en este esquema, resulta útil para sistematizar la diversidad de factores sociolingüísticos que están presentes en una unidad de discurso. Por consiguiente, una descripción de esta naturaleza será valiosa para el profesor de lenguas extranjeras, ya que podrá utilizarla al tratar diversas modalidades de discurso, tanto escrito como oral. Sin duda, es necesario conocer tanto el contexto lingüístico como el extra lingüístico de una unidad de discurso para reconocer su fuerza ilocutiva y, por ende, interpretar dicha unidad correctamente. Es de gran importancia proporcionar entrenamiento a nuestros alumnos en el reconocimiento de la fuerza ilocutiva de los enunciados, ya que es parte fundamental de la competencia comunicativa que deseamos desarrollar.

#### BIBLIOGRAFIA

AUSTIN, J.L. 1962. *How to do things with words*. Oxford. Clarendon Press.

FISHMAN, J.A. (Editor). 1968. *Readings in the sociology of language*. La Haya. Mouton.

GUMPERZ, J.J. y HYMES, D. (Editores). 1972. *Directions in sociolinguistics*. Nueva York. Holt, Rinehart and Winston.

HYMES, D. 1968. "The ethnography of speaking". En Fishman, 1968.



- HYMES, D. 1972. *Models of the interaction of language and social life*". En Gumperz y Hymes, 1972.
- JAKOBSON, R. 1960. *"Linguistics and poetics"*. En Sebeok, 1960.
- LEECH, G. 1975. *Semantics*. Harmondsworth. Penguin Books.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. 1970. *Diccionario de la lengua española*. Madrid.
- ROSS, A. 1968. *Directives and norms*. Londres. Routledge and Kegan Paul.
- ROULET, E. y CORDER, S.P. (Editores). 1973. *Theoretical linguistic models in applied linguistics*. París. Didier.
- SEARLE, J.R. 1969. *Speech acts*. Cambridge. Cambridge University Press.
- SEARLE, J.R. (Editor). 1971. *The philosophy of language*. Londres. Oxford University Press.
- SEBEOK, T. (Editor). 1960. *Style and language*. Cambridge. M.I.T. Press.
- WIDDOWSON, H.G. 1973. *"Directions in the teaching of discourse"*. En Roulet y Corder, 1973.