

LA INTENCIÓN COMUNICATIVA

La intención comunicativa es el **propósito** que un emisor busca alcanzar mediante un acto de habla. Su comprensión requiere considerar diversos **contextos** que influyen en la producción y recepción del mensaje.

Los tres contextos fundamentales son: lingüístico, situacional y sociohistórico.

Contexto Lingüístico

Se refiere al entorno verbal que rodea una palabra o enunciado, el cual es crucial para determinar su significado. Este contexto incluye las palabras, frases o párrafos que preceden y siguen a un enunciado, permitiendo inferir el sentido de términos ambiguos o pronombres. Por ejemplo, en la frase "Te espero sentado en el banco del parque", el término "banco" puede referirse tanto a una entidad financiera como a un asiento, dependiendo del contexto lingüístico. Este enfoque es esencial en la pragmática, que estudia cómo el contexto influye en la interpretación del lenguaje.

Contexto Situacional

También conocido como situación comunicativa, abarca las circunstancias inmediatas en las que se produce el acto comunicativo. Incluye elementos como:

- Emisor y receptor: Quiénes participan en la comunicación.
- Mensaje: Qué se comunica.
- Espacio y tiempo: Dónde y cuándo ocurre la comunicación.
- Relación entre participantes: El tipo de interacción (formal, informal, jerárquica, etcétera).

Por ejemplo, la expresión "¡Qué puntualidad!" puede interpretarse como un elogio si se dice al llegar temprano, pero como una crítica si se dice al llegar tarde. Este contexto es fundamental para la interpretación adecuada del mensaje.

Contexto Sociocultural

Se refiere a los factores sociales y culturales que influyen en la comunicación. Incluye normas sociales, valores, creencias, roles de género, estatus social y antecedentes culturales de los participantes. Estos elementos afectan tanto la producción como la interpretación del mensaje. Por ejemplo, el uso de fórmulas de cortesía varía según la cultura y el contexto social. Además, el conocimiento compartido entre los interlocutores sobre normas y convenciones sociales facilita la comprensión del mensaje.

Referencia:

Camps, A. (1994). El contexto en la comunicación lingüística. México. Paidós.

