

# La comunicación en las lenguas de especialidad

Francisco Yus Ramos

“La comunicación es un ejemplo paradigmático de interacción social, y toda teoría de la comunicación es una teoría del fenómeno social más ubicuo” (D. Sperber y D. Wilson)

## 1. Introducción

Las lenguas de especialidad han sido objeto de estudio desde varias disciplinas de la lingüística como se puede comprobar en los diferentes capítulos que se incluyen en este libro. Muchas de estas disciplinas abordan el abundante corpus de términos de especialidad desde la premisa de una cierta *estabilidad* en su objeto de estudio (corpus electrónicos, revistas especializadas, sentencias judiciales, boletines...). Sin embargo, el estudio de la comunicación que se lleva a cabo mediante estas lenguas de especialidad merece también un hueco en el abanico de perspectivas que las analizan. En este sentido, con este capítulo nos adentramos en el estudio de la comunicación mediante las lenguas de especialidad, un capítulo que se complementará con el siguiente que también aborda la comunicación, pero centrándose sobre todo en la comunicación intercultural en el campo de los negocios.

Para analizar la comunicación mediante las lenguas de especialidad, se ha ordenado este capítulo en tres secciones. En la primera, que es la introducción, presentamos lo que entendemos por comunicación y la dificultad de su estudio. En la segunda haremos un breve repaso por las diferentes áreas de investigación en torno a la comunicación mediante lenguas de especialidad, tanto en su cualidad *oral* (sección 2.1) como en su variedad *escrita* (sección 2.2). Por último, en la tercera sección proponemos una aproximación cognitiva más novedosa respecto a qué ocurre realmente cuando los términos de especialidad son usados en la comunicación. Según esta perspectiva, incluida en la denominada *pragmática léxica*, la interpretación de los conceptos que subyacen en los términos de las lenguas de especialidad depende sobremanera del contexto en el que dichos términos sean utilizados, hasta el punto de que prácticamente siempre se exige del destinatario un ajuste conceptual *ad hoc* (es decir, un ajuste en la situación comunicativa concreta) respecto a la información que, por convención, suele asociarse a dichos términos. En otras palabras, mostraremos cómo la información conceptual que convencionalmente otorga una comunidad al término lingüístico usado en las lenguas de especialidad es, en muchas ocasiones, insuficiente respecto a la información conceptual que el hablante (o escritor) realmente desea comunicar con dicho término. Por supuesto, esta afirmación será matizada con la propuesta de varios grados de ajuste conceptual según el tipo de término utilizado.

Desde nuestro punto de vista, es importante subrayar el hecho de que analizar la comunicación implica abandonar la estabilidad inicial del objeto de estudio y adentrarnos en un terreno mucho más “resbaladizo”, por así decirlo, en el que los emisores de estas lenguas de especialidad no actúan con la certeza de que invariablemente serán entendidos en la forma correcta (es decir, bajo la premisa de que no hay espacio para el malentendido) sino que las usan sólo como evidencias o pistas de sus intenciones comunicativas reales (cf. sección 3 infra).

En este capítulo defenderemos una idea de comunicación en la que aspectos tales como las estrategias, las interacciones, los actos de habla, las previsiones de conocimientos compartidos, las reglas intra-culturales de uso terminológico, la previsión de un interlocutor modelo, etc. influyen sobremanera en el éxito o el fracaso

del uso de la terminología en contextos concretos. Por lo tanto, estos aspectos han de añadirse, por derecho propio, al estudio de los términos de especialidad y merecen un tratamiento dentro de este libro multi-disciplinar.

## 2. Estado de la cuestión

### 2.1. Comunicación oral

Cuando pensamos en comunicación, normalmente tendemos a interpretarla como *comunicación oral*, si bien las estrategias interpretativas y las intenciones comunicativas también se dan en la comunicación escrita (cf. 2.2 infra). En el primer caso podemos distinguir, de forma preliminar, entre la *comunicación uni-direccional* (por ejemplo las conferencias) y la *comunicación recíproca* (por ejemplo una negociación comercial entre interlocutores).

Dentro del primer tipo, las conferencias han sido objeto de investigación desde diferentes perspectivas. Desde nuestra idea de comunicación, quizás los estudios más interesantes sean aquellos que subrayan la interactividad o el “pacto comunicativo” entre el conferenciante y su público. Por ejemplo, Webber (2005) identificó determinados rasgos conversacionales en los monólogos de los congresos de medicina, a pesar de ser éstos típicamente uni-direccionales. Entre estos rasgos destacaría el uso de pronombres personales que involucran al público (cf. Morell Moll, 2004), el uso de determinados marcadores discursivos, y el recurso de cuantificadores imprecisos, típicos de la comunicación oral.

Fortanet Gómez (2004) y Fortanet Gómez y Belles Fortuño (2005) también se han centrado en el estudio de las relaciones entre el conferenciante y su audiencia. En el primero de ellos, se identificaron dos formas principales de subrayar esta relación: la *aproximación directa* (por medio del uso de determinados pronombres, preguntas retóricas, etc.) y la *aproximación indirecta* (por ejemplo apelando a los conocimientos compartidos). En el segundo se realiza un estudio más general sobre la investigación de las conferencias (véase también Brown y otros, 1984; Nesi y Skelton, 1987).

La comunicación no verbal también es un aspecto central en el estudio de la comunicación oral por medio de lenguas de especialidad. Menospreciados en paradigmas lingüísticos anteriores, en la actualidad se ha subrayado la importancia de los rasgos no verbales vocales (entonación, ritmo...) y visuales (gestos, proxémica, ropa...) en el éxito o fracaso del uso de estas lenguas de especialidad. En general, estos aspectos no verbales son más importantes o abundantes en la *comunicación recíproca*, pero también hay estudios que se centran en su uso dentro de la *comunicación uni-direccional*. Por ejemplo, Rendle-Short (2004) ha estudiado el uso del marcador paralingüístico “*um*” en los seminarios académicos. Mansilla Gallo (2001) también ha analizado la importancia de la comunicación no verbal en el discurso empresarial uni-direccional. Concretamente, la autora se centra en aquellos aspectos de esta variedad de comunicación que pueden ocasionar problemas en estos contextos de interacción, concretamente en las siguientes áreas de investigación: (1) *paralenguaje* (la entonación, el acento, el timbre, el volumen, la duración silábica, las pausas o los silencios, etc.); (2) *kinésica* (gestos, y posturas); (3) *proxémica* (uso del espacio y de la distancia entre los interlocutores o del contacto físico); (4) *cronémica* (percepción del tiempo); y (5) *aspecto* (complexión física, vestimenta, etc.). Si aplicamos estas áreas a las presentaciones comerciales, concluiremos que es esencial para el emisor controlar la cantidad y calidad de su conducta no verbal, esto es, controlar la velocidad de la

declamación y el tono de la voz, con un uso controlado de las pausas (paralenguaje); mirar a la audiencia, usar un lenguaje corporal enfático, hacer gestos que refuercen los argumentos presentados (kinésica); mantener una distancia adecuada con el público (proxémica); ajustarse al tiempo del que se dispone (cronémica); y cuidar el aspecto y la ropa utilizada.

Además, el estudio de la comunicación no verbal debería formar parte de la enseñanza de las lenguas de especialidad (cf. Fernández-Conde Rodríguez, 2004), ya que el uso incorrecto de determinadas conductas no verbales puede desembocar en el malentendido y, en última instancia, en el fracaso de algunas de las metas que subyacen en el uso de las lenguas de especialidad, como ocurre con las negociaciones comerciales. En la universidad de Alicante, por ejemplo, se imparten cursos sobre formas de interacción no verbal con empresarios de países asiáticos, ya que sus protocolos comunicativos incluyen formas arquetípicas de conducta no verbal y su uso correcto puede propiciar el éxito de la negociación o la obtención de un contrato.

Por otro lado, la comunicación recíproca por medio de las lenguas de especialidad suele tener lugar en contextos concretos que conllevan papeles arquetípicos en los interlocutores. En general, se puede afirmar que determinadas estrategias conversacionales y la elección de términos concretos están ya determinadas por las características de estos contextos, en forma de *esquemas mentales* (por ejemplo los *marcos* y los *guiones*) ya atesorados por los interlocutores, de forma que ambos no sólo prevén el uso de una serie de términos de especialidad, sino que poseen estereotipos sobre las actividades típicamente realizadas en esos contextos y la forma prototípica de comportarse. Así, los *marcos* catalogan objetos contiguos en una situación (por ejemplo, el traje de chaqueta y el maletín nos llevan a la idea de un hombre de negocios). Los *guiones*, por otro lado, reúnen secuencias estandarizadas de acontecimientos. Tanto el hablante como el oyente pueden recurrir a estas secuencias rutinarias de comportamiento para reducir el esfuerzo en el procesamiento de la información.

Ejemplos de estos contextos arquetípicos serían la interacción llevada a cabo entre los doctores y sus pacientes (cf. Lacoste, 1998; Candlin y otros, 1983) o en el marco del discurso de la enfermería (cf. Fijo León, 2005), o entre los jefes y sus empleados, entre muchos otros. También abunda la bibliografía sobre las expectativas de los papeles de los interlocutores en el contexto de los negocios (Barbara y otros, 1996) y las pautas conversacionales de las negociaciones (Charles, 1996). Por supuesto, la negociación no es privativa de las reuniones de negocios, sino que puede darse en múltiples contextos en los que se usan lenguas de especialidad (cf. Basturkmen, 2002; Sierra Ayala, 2001), a la vez que forma parte de la comunicación en general, por ejemplo la que se da entre padres e hijos en contextos cotidianos.

Otros aspectos destacables, muy típicos de la pragmática lingüística, son analizar el tipo de “acto de habla” que están llevando a cabo los hablantes de las lenguas de especialidad (véase, por ejemplo, Bilbow, 2002) y estudiar los problemas interculturales que pueden surgir en las interacciones en las que las lenguas de especialidad son utilizadas por interlocutores de procedencia cultural diversa. Así, Poncini (2002) y van Hoof y Korzilius (2000) se centran en los aspectos más generales de estas interacciones inter-culturales, mientras que el estudio de Vuorela (2005) es más específico, ya que en él se analiza cómo se consiguen las metas en reuniones interculturales de negocios. Moeketsi (2002), por su parte, estudió el malentendido de aquellos enunciados que poseen un marcado carácter intra-cultural en las disputas legales.

En esta misma línea, otros estudios prefieren delimitar el área de estudio intercultural, como ocurre con los diversos estudios que tienen como objeto las interacciones

entre interlocutores procedentes de Estados Unidos y Japón (cf. Marriott, 1997; Yamada, 1997) o en cualquier otro contexto concreto de interacción inter-cultural (cf. Ulijn y Verweij, 2000).

Un último aspecto que vale la pena destacar en el estudio de la comunicación oral es el uso de la cortesía, tanto en los discursos uni-direccionales como en las conversaciones entre interlocutores, con un evidente énfasis en los estudios que toman las conversaciones orales como corpus de análisis. En la mayoría de los contextos comunicativos, como las negociaciones entre empresarios, o las disputas legales, los juicios, las entrevistas, etc. es muy importante prestar una atención especial a los requisitos de la cortesía para obtener los fines conversacionales pretendidos. En este sentido, es ya clásica la aplicación del modelo de Brown y Levinson (1987) sobre la imagen (*face*) de los interlocutores y la necesidad de preservarla o no perderla dentro de las diferentes variedades de interacción en las que es necesario el uso de lenguas de especialidad. Por ejemplo, es muy frecuente intentar minimizar el grado de imposición que poseen determinadas formas lingüísticas en las negociaciones (Planken, 2002, 2005), o reforzar la sensación de solidaridad que determinados marcadores discursivos pueden aportar a la interacción.

## 2.2. Comunicación escrita

Estudiar la comunicación que se establece mediante las lenguas de especialidad no conlleva un énfasis absoluto o exclusivo en la cualidad oral de las interacciones. Por supuesto, la comunicación también se realiza por medio del discurso escrito y también mediante formas de interacción que están a medio camino entre la estabilidad del soporte escrito y la cualidad efímera de las conversaciones orales, como ocurre con las interacciones que se llevan a cabo por medio del correo electrónico (Yus, 2001), que también ha sido objeto de análisis dentro del marco de las lenguas de especialidad (véase, por ejemplo, van Mulken y van der Meer, 2005; Gimenez, 2006). Si bien abundan textos de especialidad que son *comunicados* a otras personas (sentencias judiciales, boletines de Bolsa, prensa especializada en economía, informes médicos, artículos académicos, etc.), desde nuestra perspectiva los estudios más interesantes serían aquellos que se centran, en primer lugar, en *rastrear* las intencionalidades del emisor y su presencia, explícita o implícita, en el texto escrito; en segundo lugar, los estudios que enfatizan la importancia de las estrategias interpretativas del destinatario y los retos que las lenguas especializadas pueden suponer para éste; y en tercer lugar, los estudios que subrayan la interactividad (o *pacto dialógico* como la llamaría Bajtín) entre el autor del texto y su lector como el aspecto más significativo de la comunicación escrita por medio de las lenguas de especialidad. Pasamos a comentarlos brevemente.

(a) Existen numerosos estudios sobre cómo el autor manifiesta o refuerza su presencia en el texto (Henry y Roseberry, 2001; Ivanic, 1998; Tang y John, 1999). De entre todos ellos, destacamos aquellos que se centran en las frases mitigadoras (*hedges*), definidos por Hyland (1998) como “cualquier medio lingüístico para indicar o bien una ausencia de compromiso con la verdad de la proposición a la que acompañan, o un deseo de no expresar dicho compromiso de forma categórica”. En cierto modo, estas frases nos indican la presencia del autor y su grado de involucramiento respecto a lo que está escribiendo (cf. Martín Martín, 2002; Crompton, 1997). Salager-Meyer (1994: 155) propone una taxonomía de “frases mitigadoras” en cuatro categorías principales: (1) “escudos” (*shields*): verbos modales que expresan posibilidad, semi-auxiliares (ej. *appear*), adverbios de probabilidad, y verbos como “sugerir” (*suggest*); (2) “aproximadores” (*approximators*): “en general”, “en cierto modo”, “a menudo”, etc.;

(3) “expresiones de duda y ausencia de compromiso en los autores”: “creemos que...”, etc.; y (4) “intensificadores con carga emotiva”: “particularmente prometedor”, etc.

Las “frases mitigadoras” son parte de lo que se ha denominado “metadiscurso académico”, que incluye también frases de énfasis y marcadores de actitud. Algunos autores como Abdi (2002) sitúan estos recursos a medio camino entre el énfasis sobre el autor y la cualidad interactiva que conlleva su uso, es decir, estas frases realzan la presencia del autor, pero también suponen un reconocimiento, por parte de éste, de la existencia del lector y del hecho de que el texto está siendo escrito para ser leído. Por contra, para otros autores como Dafouz Milne (2003) estas “frases mitigadoras” poseen sobre todo un marcado carácter persuasivo. Merece la pena mencionar, en este sentido, la clasificación de Vande Kopple (1985) entre *metadiscurso textual* y *metadiscurso interpersonal*. El primero de ellos, a veces llamado *metatexto*, tiene la función de organizar el texto y de dirigir al lector hacia la interpretación del texto. El segundo se emplea para desarrollar la relación entre el lector y el autor, así como para incorporar al texto las creencias y actitudes del autor, su grado de compromiso respecto a lo que ha escrito.

(b) Existen también numerosos estudios que subrayan la cualidad interactiva que poseen los textos escritos a pesar de que, a menudo, los interlocutores no se encuentran en una situación de co-presencia física y no es posible, en la mayor parte de las situaciones, corregir malentendidos o reformular aseveraciones que podrían no haber sido entendidas correctamente. Este énfasis en la interacción autor-lector suele derivar en un análisis macro-discursivo de las cualidades *intra-* o *inter-*culturales que subyacen en los intercambios comunicativos por medio de textos escritos y en la influencia que dichas cualidades pueden tener en el éxito o el fracaso de la comunicación (un aspecto, por supuesto, también esencial en la comunicación oral). Por ejemplo, Carroll y Delin (1998) realizaron un análisis comparativo de las instrucciones en inglés y japonés; y Marcen Bosque (2001) comparó los actos de habla de “petición” en las cartas de negocios en inglés y español. Si bien el total de estrategias utilizadas por los informantes es similar en ambos idiomas, existen variaciones significativas tanto en las formas lingüísticas elegidas para tal efecto, como en las elecciones dentro del *continuum* de opciones entre las estrategias más directas y las estrategias indirectas que portan un “velo” mitigador de cortesía.

(c) Por último, existen estudios que se centran en el papel del lector, en sus posibles expectativas a la hora de acometer la lectura de un texto escrito con lenguas de especialidad, y las estrategias que lleva a cabo cuando realiza dicha interpretación. En cierto modo, las estrategias de cortesía en la comunicación escrita mediante lenguas de especialidad también pueden ser analizadas en este apartado, ya que éstas exhiben una deliberada estrategia, por parte del autor, de preservar la *imagen* social de sus lectores (Brown y Levinson, 1987; Myers, 1989). Así, Lafuente Millán (2000) y Garcés-Conejos y Sánchez Macarro (1998) estudiaron los *actos de amenaza de la imagen* (FTAs en su denominación inglesa) en artículos científicos. En general, la exposición de hipótesis o afirmaciones científicas posee una cierta connotación de amenaza a los valores o creencias asumidos por la comunidad científica en su totalidad, por lo que dichas hipótesis o afirmaciones han de ser comunicadas con marcadores que mitiguen esa amenaza al lector potencial. De nuevo, las frases mitigadoras (*hedges*), que ya han sido mencionadas como reflejo de las intenciones y actitudes, pueden ser utilizadas también como parte de la estrategia de previsión de la reacción del lector, introduciendo matices que, en suma, ayudan también a preservar la imagen del lector (cf. Hyland, 2005). Por supuesto, también en este caso existen diferencias inter-culturales en el uso de estas estrategias (Maier, 1992; Chakom, 2006).

Dentro de las previsiones de las estrategias interpretativas del lector merece un comentario aparte el fenómeno de la divulgación científica, que se da cuando determinados términos de las lenguas de especialidad han de ser matizados, explicados o re-escritos atendiendo a la previsión de la capacidad interpretativa del lector modelo del texto que los incluye. El caso más prototípico es el de la prensa, en la que encontramos muchos ejemplos de términos científicos que han de ser explicados a lectores que no dominan la terminología científica. En la siguiente sección mencionaremos un ejemplo en el caso de la divulgación del término “prión” en la prensa española (sobre este aspecto, véase también Atienza Cerezo, 2000).

### 3. Una nueva línea investigadora

Además de las líneas de investigación comentadas en la sección anterior, en Yus (2006b) se propuso una interesante posibilidad de investigación de la comunicación en lenguas de especialidad desde la pragmática léxica y, concretamente, desde la orientación más cognitiva dentro de esta aproximación al estudio del léxico, como ocurre con la teoría de la relevancia de Sperber y Wilson (1986/95; para estudios generales sobre esta teoría véase Carston y Powell, 2005; Wilson y Sperber, 2004; Yus, 1997, 1998, 2006a).

Desde la pragmática léxica, la comunicación se problematiza o des-automatiza, ya que abandona la estabilidad propia de los modelos lingüísticos anteriores, como el estructuralismo, centrado en la codificación y descodificación de enunciados, y se aboga por un modelo en el que tanto el hablante como el oyente han de establecer hipótesis acerca de la accesibilidad de ambos a la información contextual necesaria para acceder a la interpretación pretendida. El hablante debe prever que su interlocutor será capaz de acceder a la interpretación concreta de los diferentes términos de especialidad usados en su enunciado más la información contextual que sea necesaria para obtener una interpretación similar a la que el hablante pretende comunicar. Por su parte, el oyente rastreará las intenciones subyacentes en la emisión del enunciado del hablante, tanto en la interpretación correcta de los términos usados como en la cantidad y calidad de información contextual necesaria para obtener una interpretación correcta del enunciado. Ciertamente, una de las funciones cognitivas más arraigadas en la propia biología del ser humano consiste en atribuir intenciones y en determinar la actitud que subyace en la emisión de los enunciados (la denominada *actitud proposicional*), algo que el ser humano viene haciendo antes incluso de estar dotado de un código lingüístico de comunicación. Determinar, por ejemplo, si otro semejante que se aproxima tiene una intención amistosa o beligerante siempre ha jugado un papel determinante en la supervivencia del ser humano. En la actualidad, por supuesto, determinar (esto es, *meta-representar*) estas intenciones y actitudes no surge de necesidades vitales tan esenciales, pero en cualquier caso sigue siendo importante determinarlas (y la interpretación de las lenguas de especialidad no sería una excepción). Para ello, hay recursos lingüísticos que pueden ayudar a comunicar la intención y/o actitud con la que se emite un enunciado, sea con formas verbales (“lamento que...”, “no hay duda de que...”, “me alegro de que...”), verbos modales, locuciones adverbiales, etc. En otras ocasiones, sin embargo, sólo la información proveniente del contexto (situación física, conducta no verbal del hablante, conocimiento enciclopédico...) puede ayudar a determinar dichas intenciones y actitudes. En suma, este modelo de la comunicación se basa en la premisa de que jamás existe una identidad entre lo que el hablante dice y lo que el hablante desea comunicar, sino que el enunciado siempre es una pista o evidencia

incompleta respecto a la interpretación que realmente se pretende comunicar, respecto a las intenciones que realmente subyacen en su emisión.

Este hecho es importante para entender la comunicación de las lenguas de especialidad, en las que el hablante constantemente usa el discurso especializado como evidencia no literal de lo que realmente desea comunicar y espera que su interlocutor será capaz de acceder a la información contextual necesaria para obtener la interpretación adecuada. Por ejemplo, muchos autores que usan términos de especialidad escriben bajo la premisa de que sus lectores serán capaces de acceder a la interpretación correcta de los términos que usan, y el éxito comunicativo de la comunicación de dichos textos es lo que en cierto modo genera barreras de especificidad discursiva y la sensación de pertenencia a una comunidad epistemológica concreta que comparte el dominio de una jerga (cf. Yus, 2002). En este sentido, y como ya se ha mencionado, es comprensible la proliferación de textos divulgativos cuyos autores prevén una difícil accesibilidad del lector medio a la información contextual y tratan de re-escribir el texto de especialidad en términos más asequibles. Es lo que ocurre con los periódicos que intentan informar al lector no perteneciente a la comunidad de expertos de los últimos descubrimientos, como por ejemplo ocurrió con el término *prión* en las noticias sobre el coloquialmente denominado “mal de las vacas locas” (cf. Cassany y Martí, 2000).

Por lo tanto, desde la pragmática léxica, y en contra de lo que querrían muchos especialistas, incluso en la comunicación muy especializada hay huecos informativos que hay que rellenar de forma inferencial y prácticamente ningún término de especialidad es totalmente estable en cualquier contexto comunicativo, sino que exige siempre un ajuste contextual, si bien en algunos casos se trata de un ajuste mínimo que proporciona al término de especialidad una eficaz estabilidad en los diferentes contextos en los que se usa.

En general, los procesos de inferencia funcionan a partir de representaciones mentales previas del individuo y de supuestos factuales del mundo. Cada información inferida se combina con la información pre-existente para modificar y mejorar la representación general del mundo que posee todo ser humano. Denominamos *contextualización* a esta operación cognitiva. Dicha contextualización puede dar lugar a *efectos contextuales*, que se producen cuando lo que ya conocemos es alterado de algún modo por la nueva información. Esta modificación del contexto desemboca en el fortalecimiento o al abandono de supuestos previos dependiendo de factores como la fortaleza de dichos supuestos previos o el equilibrio de interés y esfuerzo que la información nueva exige. La interpretación de textos de especialidad no constituye un caso aparte, sino que exige del receptor operaciones mentales inferenciales similares.

En este sentido, si bien cada término posee un significado conceptual estabilizado y prototípico, casi en todas las situaciones comunicativas dicho significado es insuficiente respecto al concepto que realmente desea comunicar el hablante con ese término, por lo que es necesario ajustar las cualidades del concepto prototípico y crear, en el momento de la interpretación, un *concepto ad hoc* que sea comunicativamente útil (cf. Carston, 1996, 2002: 320-375). Por ejemplo, cada uno de los conceptos comunicados en (1a-d) a partir del concepto prototípico que subyace en la palabra *plano-a* ha de ser ajustado a los requisitos del contexto en el que la palabra es utilizada:

- (1) a. Si quieres viajar en bicicleta, deberías ir a Holanda, que es bastante *plana*.
- b. No quiero vivir una vida *plana* y sin emociones fuertes.
- c. Me temo que ella tiene el encefalograma *plano*.
- d. Desde hace tiempo llevo zapatos *planos*.

Si nos paramos a reflexionar sobre lo que interpretamos cotidianamente, concluiremos que a menudo, y casi sin darnos cuenta, solemos interpretar una información o bien más específica (ejemplos 2a-f) o bien más general (ejemplos 3a-f) que la que está codificada por la palabra, como se observa en la información que hemos añadido entre corchetes, ya que sin este *enriquecimiento conceptual*, realizado de forma inferencial por el interlocutor, los enunciados serían totalmente irrelevantes:

- (2) a. Todo el mundo [*en la fiesta*] se emborrachó.  
b. No tengo nada [*interesante, elegante, nuevo...*] que ponerme para la fiesta.  
c. El cine está a cierta distancia [*a bastante o demasiada distancia*] de aquí.  
d. Este niño tiene temperatura [*más temperatura de la normal*].  
e. Va a llevar tiempo [*más tiempo de lo normal*] reparar este coche.  
f. Antonio bebe demasiado [*demasiada bebida alcohólica*].
- (3) a. Hay *un rectángulo* de hierba en el cobertizo [*más o menos rectangular*].  
b. El dormitorio de Antonio es *un vertedero* [*un sitio muy sucio*].  
c. Entramos en el *pub*, pero estaba vacío [*sin clientes, pero estaba el camarero*].  
d. Tengo *mil cosas* que hacer esta mañana [*bastantes cosas*].  
e. No te preocupes. Estaré lista *en dos minutos* [*en poco tiempo*].  
f. Este filete está *crudo* [*poco hecho*].

El ajuste de cada palabra al contexto en el que es comunicada se realiza a partir de una serie de cualidades conceptuales que poseen las palabras. En efecto, cada palabra, incluidas las de las lenguas de especialidad, posee un haz de *rasgos enciclopédicos prototípicos* asignados a ésta por convención. Cada hablante perteneciente a una comunidad concreta atesora estos rasgos léxicos compartidos por convención, más una serie de *rasgos enciclopédicos personales* originados por la interacción personal del hablante con el concepto que subyace en la denotación de la palabra. Así, un ex-convicto y una persona que jamás haya estado en la cárcel compartirán rasgos enciclopédicos prototípicos en torno a la palabra *cárcel*, mientras que el ex-convicto poseerá además rasgos personales atesorados durante su estancia allí. Del mismo modo, una persona que conviva con un gato atesorará rasgos enciclopédicos más completos que alguien que apenas haya convivido con ellos, y ello originará, en determinados contextos, interpretaciones más o menos atinadas de los términos de especialidad utilizados. Como apunta Vega-Moreno (2004: 305),

Como los hablantes comunican un concepto diferente prácticamente cada vez que utilizan una palabra, un ajuste conceptual se ejerce sobre cada palabra, afinando o ajustando cada concepto en el contexto en el que se usa. Este proceso de ajuste toma como fuente los conceptos codificados por el enunciado del hablante, más la información contextual y las expectativas de relevancia, y obtiene como resultado los conceptos que constituyen la interpretación del oyente de lo que podría tener en mente el hablante en el momento de hablar, es decir, los conceptos que el hablante tenía la intención de comunicar con su enunciado. Este ajuste que tiene lugar a nivel de palabra no es una operación especial con sus propias reglas, sino parte del ajuste general que el oyente siempre lleva a cabo a partir del enunciado que el hablante ha pronunciado.

Este ajuste incluye, por supuesto, la elección del sentido correcto de los términos de



especialidad que sean polisémicos, una selección que está claramente ligada al contexto concreto en el que dicha palabra es utilizada. Por ejemplo, en Alcaraz Varó y Hughes, 2002: 59) encontramos ejemplos de palabras polisémicas dentro del marco de lenguaje jurídico, palabras que exigirán del destinatario una elección de significado ligada al contexto comunicativo en el que sean usadas:

- (4) (1) DEDUCIR = inferir.  
...las diligencias de ordenación [...] que permiten *deducir* que la actuación correspondiente deben realizarla aquellos...
- (2) DEDUCIR = descontar.  
...sistema que se complementa *deduciendo* del avalúo el importe de las cargas subsiguientes...
- (3) DEDUCIR = alegar, presentar alegaciones.  
Esta pretensión se deducirá en el tribunal que conozca del asunto.
- (5) (1) EFECTO = consecuencia, resultado.  
El abogado, con su obcecación, ha conseguido el *efecto* contrario al deseado.
- (2) EFECTO = documento o valor mercantil, a menudo usado en plural.  
Los ladrones no se llevaron dinero efectivo, sólo *efectos*, que ya han sido anulados.
- (3) EFECTO = comienzo, entrada en vigor.  
El *efecto* de este seguro es de 1 de febrero de 2001

Con esta aproximación a la interpretación de conceptos adoptamos una postura explícitamente *contextualista*, según la cual no existen significados estables si no que éstos han de ser ajustados en el momento de la comunicación. Muchos analistas de la terminología defienden, por contra, una postura *literalista*, según la cual el significado de los términos de especialidad han de mantenerse estables en cualquier contexto en el que sean utilizados. Moreso (2006) lo resume muy bien con el ejemplo de la palabra (aparentemente estable) «rojo»:

[La postura *literalista*] presupone que hay algo, en cierto modo invariable, en el sentido de ‘rojo’ [...] Este enfoque puede ser desafiado argumentando que tales reglas de uso deberían ser sometidas a tantas e innumerables excepciones que acabarían socavándolo. No hay un significado de ‘rojo’ al margen de cualquier contexto. Las razones para aplicar ‘rojo’ a una casa son diferentes de las razones para aplicar ‘rojo’ a una mesa o a un pájaro. Para que una casa sea roja tal vez es suficiente el que lo sean sus muros exteriores, no su tejado ni sus interiores. Una mesa roja es una mesa cuya superficie visible, pero no la parte de abajo, ni tal vez las patas son de dicho color. Un pájaro debe tener sus plumas de color rojo para ser rojo, pero seguramente no valdrá habitualmente pintarlo de rojo. Esto es, no hay nada en la expresión ‘rojo’, al margen de sus contextos de uso, que determine la corrección de la aplicación de dicho predicado.

Desde la teoría de la relevancia (Sperber y Wilson, 1986/95) se prevén dos variedades principales de ajuste conceptual:

- (1) En algunas situaciones comunicativas concretas, el oyente tendrá que interpretar un concepto más específico que el que por convención codifica la palabra, es decir, a veces la interpretación de una palabra en un determinado contexto comunicativo conlleva la selección algunos de los rasgos del haz de rasgos enciclopédicos que posee

la palabra. Muchas metáforas exigen una selección de este tipo, y dicha selección está condicionada a los requisitos concretos del contexto en el que se realiza la comunicación. Por ejemplo, dentro del contexto general dado en (6a), la metáfora que reproducimos en el diálogo (6b) conducirá a la selección de rasgos enciclopédicos como los listados en (6c), mientras que la misma metáfora, esta vez usada en el diálogo (6d) conducirá a la selección de rasgos enciclopédicos diferentes como los listados en (6e) (adaptado de Ritchie, 2004):

- (6) a. Dos amigos, Luis y Pedro, tras una larga separación, están poniéndose al día sobre sus vidas respectivas. Ambos comparten información general sobre sus vidas, su amistad, y la información que haya surgido hasta ahora en la conversación. Este conocimiento mutuo es revisado y actualizado durante el desarrollo de la conversación.
- b. Luis: Pareces mucho más feliz que la última vez que te vi. Solías estar descontento y te distraías con facilidad, pero ahora pareces estar contento y a gusto contigo mismo...
- Pedro: *Mi esposa es mi ancla.*
- c. Rasgos enciclopédicos relacionados con la seguridad y la estabilidad que proporciona el ancla al barco que la porta.
- d. Luis: Parece que te has aburrido de la vida. Solías estar ansioso por tener nuevas experiencias, pero ahora tu ansia de vida parece haberse apagado.
- Pedro: *Mi esposa es mi ancla.*
- e. Rasgos enciclopédicos relacionados con la imposibilidad de avanzar, con la inmovilidad que proporciona el ancla al barco que la porta.

(2) En otras ocasiones, no se trata de seleccionar rasgos enciclopédicos, sino de ajustar algunos de ellos de forma que se adecuen a los requisitos comunicativos del contexto concreto en el que se usan las palabras. Algunos rasgos de los términos usados metafóricamente conllevan este ajuste conceptual, de forma que la interpretación metafórica tenga éxito. Así, en las siguientes metáforas, el oyente ha de ajustar los rasgos enciclopédicos *agresividad* (del tiburón) y *suavidad* (del oso) para que ambos sean aplicables a referentes humanos y no a un animal o a un objeto, respectivamente:

- (7) a. No te preocupes. Mi abogado es un *tiburón*.
- b. A mi marido le falta carácter. Es un *oso de peluche*.

Las lenguas de especialidad y, en concreto, las abundantes metáforas que podemos encontrar en ellas exigen, del mismo modo, ajustes y selecciones conceptuales ligadas a su uso en contextos concretos. En Alcaraz Varó y Hughes (2004) encontramos los ejemplos (8a), (9a) y (10a) que exigirían una selección o ajuste de rasgos enciclopédicos como los sugeridos en (8b) y (9b) y (10b) respectivamente:

- (8) a. *Belt and suspenders* (cinturón y tirantes)  
Préstamo con las máximas garantías porque el prestamista duda de la solvencia crediticia del prestatario, es decir, cuando el banco “amarrar bien el préstamo”. En este caso, el banco usa cinturón y tirantes para que no se le caigan los pantalones y se encuentre en una situación embarazosa.
- b. Importancia a la capacidad de sujeción y a la evitación de situaciones embarazosas que estos accesorios permiten, por encima de otras cualidades

como su forma, su color o el material del que están hechos.

- (9) a. *Bed-and-breakfast deal* (negocio de cama y desayuno)  
Se aplica a la venta de valores bursátiles por la noche y la compra de los mismos a la mañana siguiente.
- b. Importancia a las connotaciones temporales de la estancia en un alojamiento de este tipo, por encima de otras cualidades como el desayuno copioso o su bajo precio comparado con los demás hoteles.
- (10) a. *Evergreen loan* (préstamo perenne, siempre verde)  
Es el descubierto bancario permanente o crédito sin vencimiento determinado, un descubierto que los bancos exigen a los buenos clientes del requisito de autosuficiencia económica para mostrar la viabilidad de su proyecto empresarial.
- b. La elección del rasgo léxico de incorruptibilidad de las hojas de los árboles priman sobre su color.

Por supuesto, podemos establecer grados de ajuste. Para todo usuario de terminología lo ideal sería que las palabras de especialidad que utiliza no sufrieran ninguna variación o ajuste conceptual en cualquier contexto comunicativo en el que fueran pronunciadas, de forma que remitieran a su referente de una forma unívoca. Y efectivamente, podemos establecer grados de estabilidad conceptual (es decir, de selecciones o ajustes recurrentes) en la comunicación de discursos de especialidad. Una tipología de grados, más o menos clásica, es la que encontramos en Alcaraz Varó (2000):

- a. Nivel 1: *la terminología*.  
Estos términos son monosémicos y “no necesitan del contexto, ya que se entienden dentro de una teoría o de un campo del saber”.
- b. Nivel 2: *el vocabulario semi-técnico*.  
“Unidades léxicas del lenguaje común que han adquirido uno o varios nuevos significados dentro de un campo del saber... Este vocabulario, que es polisémico, se ha formado en la mayoría de los casos por extensión del significado mediante un proceso de analogía, añadiendo acepciones adicionales al significado original”.
- c. Nivel 3: *el vocabulario general de uso frecuente en una especialidad*.  
“Palabras del léxico general que, sin perder su significado propio, como en el grupo anterior, viven dentro o en los alrededores de la especialidad”.

Sin embargo, esta tipología no refuta la idea de selección o ajuste conceptual que estamos defendiendo para la comunicación de términos de especialidad. Lo que ocurre es que en las lenguas de especialidad existe una clara tendencia a la lexicalización o a la convencionalización, lo que se agradece en términos de esfuerzo cognitivo de procesamiento, de forma que en contextos recurrentes determinados rasgos léxicos de las palabras son sistemáticamente seleccionados o ajustados, llegándose a un punto en el que prácticamente no existe ajuste conceptual en su interpretación, que es lo que ocurriría con el primer nivel (terminológico). Pero ello no impide que en un determinado contexto se exija, a pesar de esta estabilidad conceptual, un determinado ajuste o selección de rasgos enciclopédicos.

Por supuesto, según introducimos términos del lenguaje coloquial o de la calle en los discursos de especialidad (niveles 2 y 3) se exige del destinatario una mayor actividad inferencial encaminada a obtener, a partir del significante pronunciado, lo que

el hablante realmente desea comunicar. Como muchos de los términos del vocabulario semi-técnico y del vocabulario general están llenos de polisemias y variabilidad de significado en diferentes contextos, su procesamiento puede ser más costoso en términos de actividad cognitiva interpretativa y a menudo se exige un intenso ajuste conceptual para su interpretación óptima. En cualquier caso, se trata de ajustes conceptuales realizados en un determinado contexto comunicativo, a partir de la información contextual disponible, y siempre en aras de una minimización del coste cognitivo de procesamiento, una de las variables que maneja la cognición humana en su interacción con la información proveniente del mundo circundante, siendo la otra el hipotético interés que dicha información puede aportar al conocimiento actual de la mente. Constantemente, los receptores de las lenguas de especialidad llevan a cabo ajustes conceptuales similares, con los que se mejora el dominio de su uso en situaciones comunicativas concretas. Cada éxito comunicativo se convierte en contexto de partida para ulteriores procesamientos de las lenguas de especialidad, tal y como ocurre con el lenguaje en general.

## Bibliografía

- Abdi, R. (2002): «Interpersonal metadiscourse: An indicator of interaction and identity». En *Discourse Studies* 4(2), págs. 139-145.
- Alcaraz Varó, E. (2000): *El inglés profesional y académico*. Madrid: Alianza.
- Alcaraz Varó y B. Hughes (2002): *El español jurídico*. Barcelona: Ariel.
- Alcaraz Varó y B. Hughes (2004): *Diccionario de términos económicos, financieros y comerciales*. Barcelona: Ariel.
- Atienza Cerezo, C. (2000): «La aclaración discursiva en escritos académicos de estudiantes». En Ruiz de Mendoza Ibáñez, F. (ed.), vol. 1, págs. 31-40.
- Barbara, L. y otros (1996): «A survey of communication patterns in the Brazilian business context». En *English for Specific Purposes* 15(1), págs. 57-71.
- Bargiela-Chiappini, F. y S. Harris (eds.) (1997): *The Language of Business: An International Perspective*. Edimburgo: Edinburgh University Press.
- Basturkmen, H. (2002): «Negotiating meaning in seminar-type discussion and EAP». En *English for Specific Purposes* 21, págs. 233-242.
- Bilbow, G.T. (2002): «Commissive speech act use in intercultural business meetings». En *IRAL* 40, págs. 287-303.
- Brown, G. A., M. Bakhtar y M.B. Youngman (1984): «Towards a typology of lecturing styles». En *British Journal of Educational Psychology* 54, págs. 93-100.
- Brown, K. (ed.) (2006) *Encyclopedia of Language and Linguistics (2nd edition)*. Amsterdam: Elsevier.
- Brown, P. y S. Levinson, S. (1987): *Politeness*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bustos, J.J. de y otros (eds.) (2000): *Lengua, discurso, texto*. Madrid: Visor.
- Candlin, C., H. Coleman y J. Bourne (1983): «Dentist-patient communication: Communicating complaint». En Wolfson, N. y E. Judd (eds.), págs. 56-81.
- Carroll, T. y J. Delin (1998): «Written instructions in Japanese and English: A comparative analysis». En *Pragmatics* 8(3), págs. 339-385.
- Carston, R. (1996): «Enrichment and loosening: Complementary processes in deriving the proposition expressed». En *UCL Working Papers in Linguistics* 8, págs. 61-88.
- Carston, R. (2002): *Thoughts and Utterances*. Oxford: Blackwell.
- Carston, R. y G. Powell (2005): «Relevance theory - new directions and developments»: En *UCL Working Papers in Linguistics* 17, págs. 279-299.
- Carter, R. y A. Sánchez Macarro (eds.) (1998): *Discourse across Genres*. Amsterdam: John Benjamins.
- Cassany, D. y J. Martí (2000): «Estrategias de divulgación de un concepto científico: El prion». En Bustos, J.J. de y otros (eds.), vol. 2, págs. 2665-2679.
- Chakom, O.-O. (2006): «Persuasive and politeness strategies in cross-cultural letters of request in the Thai business context». En *Journal of Asian Pacific Communication* 16(1), págs. 103-146.
- Charles, M. (1996): «Business negotiations: Interdependence between discourse and the business relationship». En *English for Specific Purposes* 15(1), págs. 19-36.

- Crompton, P. (1997): «Hedging in academic writing: Some theoretical problems». En *English for Specific Purposes* 16(4), págs. 271-287.
- Dafouz Milne, E. (2003): «Metadiscourse revisited: A contrastive study of persuasive writing in professional discourse». En *Estudios Ingleses de la Universidad Complutense* 11, págs. 29-52.
- de la Cruz, I. y otros (eds.) (2001): *La lingüística aplicada a finales del siglo XX: Ensayos y propuestas*. Alcalá de Henares: Universidad de Alcalá, Servicio de Publicaciones.
- Fernández-Conde Rodríguez, M. (2004): *La enseñanza de la comunicación no verbal en un curso de español de los negocios según la ELMT* (Memoria de Máster). Universidad Antonio de Nebrija. Documento disponible en [[http://www.sgci.mec.es/redele/biblioteca/fernandez\\_conde.shtml](http://www.sgci.mec.es/redele/biblioteca/fernandez_conde.shtml)].
- Fijo León, I. (2005): «El lenguaje de la enfermería». En Oro, J.M. y otros (eds.), págs. 449-458.
- Fortanet Gómez, I. (2004): «Enhancing the speaker-audience relationship in academic lectures». En Garcés Conejos, P. y otros (eds.), págs. 82-96.
- Fortanet Gómez, I. y B. Bellés Fortuño (2005): «Spoken academic discourse: An approach to research on lectures». En *RESLA*, monográfico, págs. 161-178.
- Garcés-Conejos, P. y A. Sánchez Macarro (1998): «Scientific discourse as interaction. Scientific articles vs. popularisations». En Carter, R. y A. Sánchez Macarro (eds.), págs. 181-203.
- Garcés Conejos, P. y otros (eds.) (2004): *Current Trends in Intercultural, Cognitive and Social Pragmatics*. Sevilla: Universidad de Sevilla, Research Group Intercultural Pragmatic Studies.
- Gimenez, J. (2006): «Embedded business emails: Meeting new demands in international business communication». En *English for Specific Purposes* 25, págs. 154-172.
- Henry, A. y R.L. Roseberry (2001): «A narrow-angled corpus analysis of moves and strategies of the genre: 'letter of application'». En *English for Specific Purposes* 20, págs. 153-167.
- Hyland, K. (1998): *Hedging in Scientific Research Articles*. Amsterdam: John Benjamins.
- Hyland, K. (2005): «Prudence, precision, and politeness: Hedges in academic writing». En Olivares Pardo, M.A. y F. Suau Jiménez (eds.), págs. 99-112.
- Ivanic, R. (1998): «Writing and identity: The discursive construction of identity in academic writing». Amsterdam: John Benjamins.
- Lacoste, M. (1998): «Doctor-patient language». En Mey, J.L. (ed.), págs. 266-269.
- Lafuente Millán, E. (2000): «Pragmatics and genre: The redress of FTAs in scientific articles from different areas of science». En Navarro Errasti, M.P. y otros (eds.), págs. 193-199.
- Maier, P. (1992): «Politeness strategies in business letters by native & non-native English speakers». En *English for Specific Purposes* 11, págs. 189-206.
- Mansilla Gallo, C. (2001): «Importancia de la comunicación no verbal en el discurso empresarial». En de la Cruz, I. y otros (eds.), págs. 267-272.
- Marcén Bosque, C. (2001): «Requestive messages in written business communication. A cross-cultural study of British and Spanish correspondence». En Palmer, J.C. y otros (eds.), págs. 217-223.
- Martin Martin, P.A. (2002): «The use of hedging devices in English and Spanish academic discourse». En *Actas del 25 Congreso de AEDEAN*. Universidad de Granada.
- Marriott, H. (1997): «Australian-Japanese business interaction: Some features of language and cultural contact». En Bargiela-Chiappini, F. y S. Harris (eds.), págs. 49-71.
- Moeketsi, R. (2002): «Understanding the other: A case of mis-interpreting culture-specific utterances during alternative dispute resolution». En Cotterill, J. (ed.), págs. 196-210.
- Morell Noll, T. (2004): *La interacción en la clase magistral*. Alicante: Universidad de Alicante, Servicio de Publicaciones.
- Moreso, J.J. (2006): «Razones y significados en contexto». En *Revista de Libros* 112, págs. 26-28.
- Myers, G. (1989): «The pragmatics of politeness in scientific articles». En *Applied Linguistics* 10, págs. 1-35.
- Navarro Errasti, M.P. y otros (eds.) (2000): *Transcultural Communication: Pragmalinguistic Aspects*. Zaragoza: Anúbar.
- Nesi, H. y J. Skelton (1987): «The structure of oral presentations». En *ESPMENA Bulletin* 24, págs. 6-13.
- Olivares Pardo, M.A. y F. Suau Jiménez (eds.) (2005): *Las lenguas de especialidad: Nuevas perspectivas de investigación* (Quaderns de Filologia. Estudis Linguistics 10). Universidad de Valencia, Servicio de Publicaciones.
- Oro, J.M. y otros (eds.) (2005): *La enseñanza de las lenguas en una Europa multicultural* (Actas del XXI Congreso de AESLA). Santiago: Universidad de Santiago.
- Palmer, J.C. y otros (eds.) (2001): *Discourse Analysis and Terminology in Languages for Specific Purposes*. Castellón: Universitat Jaume I, Servicio de Publicaciones.
- Planken, B. (2002): *Face and Identity Management in Negotiation*. Nijmegen: Nijmegen University Press.

- Planken, B. (2005): «Managing rapport in lingua franca sales negotiations: A comparison of professional and aspiring negotiators». En *English for Specific Purposes* 24, págs. 381-400.
- Poncini, G. (2002): «Investigating discourse at business meetings with multicultural participation». En *IRAL* 40, págs. 345-373.
- Rendle-Short, J. (2004): «Showing structure: Using *um* in the academic seminar». En *Pragmatics* 14(4), págs. 479-498.
- Ritchie, D. (2004): «Metaphors in conversational context: Toward a connectivity theory of metaphor interpretation». En *Metaphor and Symbol* 19(4), págs. 265-287.
- Ruiz de Mendoza Ibáñez, F. (ed.) (2000): *Panorama actual de la lingüística aplicada*. Logroño: Universidad de La Rioja.
- Salager-Meyer, F. (1994): «Hedges and textual communicative function in medical English written discourse». En *English for Specific Purposes* 13, págs. 149-170.
- Sierra Ayala, L. (2001): «La negociación comercial: Del coloquialismo a la metáfora». En Palmer, J.C. y otros (eds.), págs. 207-215.
- Smelser, N.J. y P.B. Baltes (eds.) (2002): *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*. Oxford: Pergamon.
- Sperber D. y D. Wilson (1986/95): *Relevance: Communication and cognition*. Oxford: Blackwell.
- Tang, R. y S. John (1999): «The 'I' in identity: Exploring writer identity in student academic writing through the first person pronoun». En *English for Specific Purposes* 18 (Suppl.), págs. S23-S39.
- Ulijn, J.M. y M.J. Verweij (2000): «Questioning behaviour in monocultural and intercultural technical business negotiations: The Dutch-Spanish connection». En *Discourse Studies* 2(2), págs. 217-248.
- Van Hooft, A. y H. Korzilius (2000): «La negociación intercultural: Un punto de encuentro. La relación del uso de la lengua y los valores culturales». Ponencia presentada en el *I Congreso Internacional de Español para fines Específicos (CIEFE)*. Instituto Cervantes, 44-56. Documento disponible en: [[http://cvc.cervantes.es/obref/ciefe/pdf/01/cvc\\_ciefe\\_01\\_0007.pdf](http://cvc.cervantes.es/obref/ciefe/pdf/01/cvc_ciefe_01_0007.pdf)].
- Van Mulken, M. y W. van der Meer (2005): «Are you being served? A genre analysis of American and Dutch companies replies to customer inquiries». En *English for Specific Purposes* 24, págs. 93-109.
- Vande Kopple, W. (1985): «Some exploratory discourse on metadiscourse». En *College Composition and Communication* 36, págs. 82-93.
- Vega Moreno, R.E. (2004): «Metaphor interpretation and emergence». En *UCL Working Papers in Linguistics* 16, págs. 297-322. Documento disponible en: [[http://www.phon.ucl.ac.uk/publications/WPL/04papers/vega\\_moreno.pdf](http://www.phon.ucl.ac.uk/publications/WPL/04papers/vega_moreno.pdf)].
- Vuorela, T. (2005): «How does a sales team reach goals in intercultural business negotiations? A case study». En *English for Specific Purposes* 24, págs. 65-92.
- Ward, G y L. Horn (eds.) (2004): *Handbook of Pragmatics*. Oxford: Blackwell.
- Webber, P. (2005): «Interactive features in medical conference monologue». En *English for Specific Purposes* 24, págs. 157-181.
- Wilson, D. and D. Sperber (2004): «Relevance theory». En Ward, G y L. Horn (eds.), págs. 607-632.
- Wolfson, N. y E. Judd (eds.) (1983): *Sociolinguistics and Language Acquisition*. Rowley, MA.: Newbury House.
- Yamada, H. (1997): «Organisation in American and Japanese meetings: Task versus relationship». En Bargiela-Chiappini, F. y S. Harris (eds.), págs. 117-135.
- Yus, F. (1997): *Cooperación y relevancia. Dos aproximaciones pragmáticas a la interpretación*. Alicante: Universidad de Alicante, Servicio de Publicaciones.
- Yus, F. (1998): «A decade of relevance theory». En *Journal of Pragmatics* 30, págs. 305-345.
- Yus, F. (2001): *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en internet*. Barcelona: Ariel.
- Yus, F. (2002): «Discourse and identity». En Smelser, N.J. y P.B. Baltes (eds.), págs. 3728-3732.
- Yus, F. (2006a): «Relevance theory». En Brown, K. (ed.), vol. 10, págs. 512-518.
- Yus, F. (2006b): «Comunicación y discursos de especialidad». Seminario de Investigación impartido en las *I Jornadas sobre Lenguas Modernas Aplicadas*. Alicante, 3-5 de mayo de 2006.