

La lengua y el éxito profesional

María del Refugio Pérez Paredes

RESUMEN

Este escrito se centra en el papel que desempeña el lenguaje —predominantemente, la lengua— en las relaciones laborales a nivel profesional. Se ocupa de analizar cómo el dominio de la lengua garantiza el éxito profesional, en la medida en que permite a los participantes establecer una relación armónica de trabajo; y cómo, por el contrario, las deficiencias en la lengua propician el fracaso profesional, en virtud de que los participantes tienen problemas comunicativos que repercuten en su relación laboral.

Primero se caracteriza el acto comunicativo como un evento en donde intervienen un emisor, un receptor, un mensaje transmitido a través de un canal y mediante un código producido en una situación de comunicación con una intención determinada.

Posteriormente se analiza la complejidad del evento comunicativo y los problemas surgidos a partir de la

codificación del mensaje, de la decodificación del mismo y de la construcción gramatical.

A partir de ello, se determina el papel del lenguaje dentro del ámbito laboral —principalmente, profesional—, y cómo el desempeño lingüístico da lugar al éxito o al fracaso profesional. Esto es: cómo el éxito profesional está directamente ligado al éxito comunicativo.

Finalmente se aborda el tema de la lengua escrita, caracterizada frente a la lengua oral y se observan los principales problemas en este nivel, así como su incidencia en las relaciones profesionales.

ABSTRACT

LANGUAGES AND PROFESSIONAL SUCCESS

This article is based on the role language plays mainly in work relationships at a professional level. It looks at how the domination of the language guarantees professional success, in that it permits the participants to establish a harmonic work relationship, and how, on the contrary, deficiencies in the language provoke professional failure, as the participants have communicative problems which affect the work relation.

First we define the communicative act as an event in which there is a transmitter, a receiver and a message which is transmitted in a channel using a code and thus a

situation of communication is produced which affects the work relationship, with a specific intention.

Then we analyse the complexity of the communicative event and the problems which arise from the coding, the decoding and the grammatical construction of the message.

From there, the role, that language plays in the working environment (mainly professional), is determined and how our linguistic function leads to either professional success or failure; this is how professional success is directly linked to communicative success.

Finally we look at the topic of the written language, we compare it with the oral language and observe the main problems which occur at this level and we also look at the occurrence of the written language in professional relationships.

INTRODUCCIÓN

El papel que desempeña el lenguaje dentro de la sociedad es central: se trata de nuestro vínculo primario con los demás individuos. El lenguaje nos permite interactuar; negociar; desarrollar múltiples habilidades, tales como el aprendizaje y la enseñanza. A través suyo expresamos nuestras emociones, dudas y creatividad. Además, el lenguaje es símbolo de unión e identidad ya que, por su medio, un pueblo se congrega y construye

una ideología. En el lenguaje se refleja nuestra cultura, nuestras costumbres, en fin casi todo lo que somos (Sapir, 1954). Es indudable que en él subyace nuestra manera de razonar; es decir, el lenguaje evidencia, en gran medida, los procesos cognoscitivos que realizamos (Chomsky, 1992), de ahí su relevancia en distintas disciplinas o áreas de estudio.

Este trabajo analiza el papel que desempeña el lenguaje¹ en el trabajo profesional —enfaticando la función de la lengua—. Examina los elementos que intervienen en la interacción lingüística y los problemas comunicativos surgidos durante ella. Estudia el poder y el valor de la significación directamente ligados al contexto de enunciación. Observa tanto el desempeño en la lengua oral como en la escrita y señala cómo la actuación lingüística, vinculada a la competencia, da lugar al éxito o al fracaso en el ejercicio de una profesión.

Antes de analizar esto último, se comentarán los elementos característicos de todo acto comunicativo a fin de identificar cuáles son las principales causas de este éxito o fracaso.

1 Distinguimos entre lenguaje y lengua. El lenguaje es cualquier sistema de comunicación; así, por ejemplo, en este caso, los mensajes que transmitimos mediante los gestos y las actitudes constituyen un tipo de lenguaje. Lengua, en cambio, es el sistema de comunicación propio del hombre; esto es, el conjunto de signos lingüísticos que empleamos para comunicarnos.

EL ACTO COMUNICATIVO

Es bien sabido que todo acto comunicativo exige determinados elementos. Entre éstos, los *participantes*, a saber: el *hablante* y el *oyente* —también conocidos como *emisor* y *receptor*, así como un mensaje que contiene la información pertinente, un *canal* o *medio de comunicación* y un *código* que ambos comparten (Ricci Bitti y Bruna Zani, 1983; Fairclough, 1992; entre otros). El acto comunicativo es la mínima unidad de intercambio discursivo, es decir, la mínima unidad que un hablante produce con una intención definida. El acto comunicativo no sólo se basa en la buena construcción gramatical y en la aceptabilidad semántica, sino que debe considerar además un conjunto de reglas comunicativas establecidas a partir del contexto situacional, las normas de desenvolvimiento social permitidas dentro de una comunidad, el sistema de creencias, etcétera (Brown, 1995; Thomas, 1995; Yule, 1996).

En un acto comunicativo, los papeles de los participantes son flexibles; el emisor puede, en algún momento —y de acuerdo con el transcurso de la conversación—, ceder su papel al interlocutor y adoptar la posición de oyente. La relación parece sencilla, sin embargo, como veremos más adelante, el cambio de turno y el no poder desempeñar el papel correspondiente en una situación, pueden acarrear fuertes problemas de comunicación. Dentro de esta relación están involucrados múltiples

elementos: la situación en la que se encuentran los participantes; el tipo de actividad que realizan durante la comunicación; el factor histórico y social en que se enmarca la relación entre emisor y receptor; y la codificación y descodificación del mensaje.

Para garantizar que un acto comunicativo sea exitoso es necesario, primordialmente, tomar conciencia de la intención. El hablante debe tener claros sus objetivos comunicativos y, asimismo, el oyente debe esforzarse en interpretarlos adecuadamente. Si el hablante tiene clara su intencionalidad, entonces debe analizar enseguida los componentes de su acto comunicativo, esto es, considerar el tipo de receptor al que se dirige —tomando en cuenta las normas de deferencia, distancia, confianza, etcétera, según el caso—. También necesita atender los diferentes actos lingüísticos que constituyen su discurso, tanto en su forma como en su contenido. Otros elementos importantes a los que debe prestar atención son el contexto situacional (actuar según el lugar donde se lleva a cabo el intercambio), los instrumentos o medios (el canal, el código y la variación lingüística), la expresión (la entonación) y las normas de interacción y de interpretación (Connolly *et. al.*, 1997).

PROBLEMAS EN TORNO A LA COMUNICACIÓN

Lo anterior plantea una serie de conflictos. Por una parte, el problema suscitado entre la codificación y la intención. Debido a que muchos hablantes no tienen clara su intención o finalidad comunicativa, la codificación resulta deficiente, ya sea en lo referente al contenido o a la forma. Puede ser que el hablante no proporcione la cantidad de información necesaria para que el oyente capte la intención. Puede darse el caso en que el hablante, al no tener definida su intención, no elija las proposiciones adecuadas para expresarse; o bien, que el nivel de construcción sintáctica y semántica sea deficiente. El resultado es un problema de comunicación que propicia conflictos interpersonales. Por otra parte, se ha dicho (Lyons, 1983; Kemmer, 1995; Van Dijk, 1998) que dentro de todo mensaje hay una serie de implicaciones que el oyente tiende a inferir, de tal manera que no sólo se limita a escuchar sino a interpretar el mensaje. Esto constituye un problema más para la comunicación en virtud de que el oyente, con frecuencia, no se restringe a interpretar a partir del marco en que se presenta el acto comunicativo, sino que al descodificar puede sobreinterpretar la información. Otros problemas surgen con el canal de comunicación —cuando éste es inadecuado o interfiere—; y otros más tienen su origen en el contexto, cuando el hablante o el oyente —o incluso ambos— no se

adaptan a él y, por ende, no llevan a cabo una buena actuación lingüística.

LA ACTUACIÓN LINGÜÍSTICA Y EL ÉXITO O FRACASO PROFESIONAL

Es cierto que, en la actualidad, las oportunidades de obtener un título universitario son mayores y también lo es que la demanda de empleos por parte de jóvenes egresados de distintas universidades está en aumento, en tanto que la oferta disminuye. La competencia por obtener un puesto regularmente remunerado ha dado lugar a una exigencia mayor por parte de las empresas e instituciones. No basta un título universitario, es necesario demostrar ciertas capacidades y adaptarse al desarrollo tecnológico que representa vivir en un mundo globalizado. Podría pensarse que el éxito profesional está garantizado a partir del manejo de diversos programas computacionales, del idioma inglés y la relativamente fácil adaptación a las exigencias del mundo actual. No obstante, el panorama para los recién egresados es muy distinto. Las empresas ya no se conforman con que los profesionistas posean el conocimiento que sustente el desarrollo a nivel productivo; están interesadas en constituir un equipo de trabajo, así que contratan a profesionistas que, además de poseer la capacidad intelectual para realizar una actividad determinada, sean capaces de dirigir, controlar, organizar

y armonizar un grupo de trabajo. Una personalidad así, sólo se logra a través del éxito comunicativo puesto que, como ya hemos estudiado, la manera en que interactuamos es, principalmente, a través del lenguaje, y la falta de una buena comunicación desencadena problemas interpersonales.

Las empresas e instituciones realizan un análisis de la personalidad de sus aspirantes y aplican diagnósticos de razonamiento verbal y matemático para medir sus capacidades y habilidades. Les interesa una persona capaz de expresar nítidamente sus ideas, de plantearlas tanto a los altos ejecutivos como a los empleados que están a su cargo; es decir, que sepa codificar adecuadamente su pensamiento para trasmitirlo a otro y adaptarse a las diversas situaciones comunicativas. Así también, les interesa crear un ambiente de organización y de equilibrio entre los miembros que constituyen la empresa. Dicho equilibrio sólo se logra cuando el profesionista, además de codificar claramente su mensaje, logra interpretar la información que recibe de parte de otros individuos de manera adecuada, esto es, restringiéndose al marco en que tiene lugar el acto comunicativo.

Parece sencillo. No es así. Las relaciones de trabajo son complejas en la medida en que son un tipo de relación social donde subyacen factores de jerarquía y poder. Todas las empresas e instituciones enfrentan problemas entre sus miembros y entre más amplia sea la red de relaciones, más complejos se vuelven. Estos conflictos se

deben, en gran medida, al fracaso comunicativo y éste se explica por diversas razones.

Por un lado, es menester afirmar que la emisión de un mensaje se caracteriza por la necesidad de transformar el contenido psíquico —el pensamiento— que subyace en la lengua, en un hecho plenamente lingüístico a fin de transmitirlo a un interlocutor. El hablante debe organizar el material interior para darle una representación lingüística. Esto implica una serie compleja de tareas cognoscitivas y emotivo-afectivas (Taylor & Mac Laury, 1995; Marmaridou, 2000). Es decir, el emisor debe autodefinirse y definir la identidad del otro u otros participantes, así como la relación establecida entre ellos. En términos de la relación de trabajo entre profesionistas, o bien, con diferente rango jerárquico, el profesionista debe saber ubicar su papel dentro de la empresa, determinar cuál es su rango, qué actividades desempeña, qué licencias puede tomarse y qué se espera de él. Igualmente debe ubicar al interlocutor de acuerdo con lo mencionado y definir el tipo de relación laboral, y por lo tanto, el grado de distancia frente a éste. Una vez precisados estos elementos, el siguiente paso es transformar el contenido psíquico en representación lingüística.

El lenguaje tiene que interpretar toda nuestra experiencia, reduciendo los fenómenos infinitamente variados del mundo que nos rodea, y también de nuestro mundo interno, los procesos de nuestra conciencia,

a un número manejable de clases de fenómenos: tipos de procesos, acontecimientos y acciones, clases de objetos, de gente y de instituciones, y así por el estilo².

Con lo anterior traemos al escenario un nuevo problema. El hablante debe seleccionar, entre su repertorio lingüístico y de acuerdo con su competencia (Chomsky, 1992) —es decir, el conocimiento que tiene de su propia lengua—, los constituyentes de su construcción. Para que un profesionista pueda codificar acertadamente un acto comunicativo debe poseer un manejo adecuado de las reglas de combinación sintáctica permitidas en su lengua, un léxico amplio y, además, dotar a su mensaje de valor lingüístico, esto es, de significado. Como ya mencionamos, esto constituye un problema, dado que la mayoría de los profesionistas y de los hablantes en general —al menos en nuestra lengua— carecen de esta competencia: desconocen las reglas sintácticas, cometen errores frecuentes en la construcción, emplean mal las preposiciones, incurren en discordancias entre los elementos oracionales, subordinan inadecuadamente, no respetan la co-referencia en el discurso, su léxico es pobre e ignoran el efecto significativo que una enunciación puede causar en un contexto específico.

2 M.A.K. Halliday. *El lenguaje como semiótica social*, p. 33.

Esto guarda un estrecho vínculo con lo que ya comentamos: la lengua es el reflejo de los procesos mentales que realizamos (Chomsky, 1992). Ello sugiere que si un individuo es incapaz de expresar su intencionalidad, no sólo se debe a que carezca de la competencia gramatical suficiente, sino que además, sus procesos cognoscitivos son confusos.

Para alcanzar el éxito profesional dentro de una empresa o institución es necesario tener éxito comunicativo. Para lograrlo, el profesionalista debe atender los aspectos mencionados y, al momento de codificar su mensaje, éste debe ser lo suficientemente transparente para sí mismo. El profesionalista debe colocarse en el lugar del otro, cooperar con él a fin de que haya eficacia comunicativa (Brown, 1995; Thomas, 1995; Yule, 1996; entre otros). Esta conciencia implica la capacidad de efectuar elecciones lingüísticas adaptadas al otro, es una acción continua de codificación y recodificación. Esto significa que, una vez que ha codificado el mensaje para sí mismo, debe recodificarlo teniendo en mente las características del oyente. Asimismo necesita estructurar de forma correcta y asignar el valor semántico adecuado al contexto tanto lingüístico como situacional, para ello requiere considerar la pluralidad semántica de los signos —polisemia— que está ligada al contexto y a los diversos interlocutores. Si desea ser interpretado correctamente, debe elegir el contexto lingüístico apropiado para una determinada

palabra o frase³. Esto es, precisamente, lo que garantiza el éxito comunicativo. El emplear una palabra o una frase en el contexto apropiado permite comunicarnos eficazmente, pero también nos dota de un gran poder; poder para persuadir o disuadir al otro (Ehlich & Wagner, 1995). Los grandes líderes, los grandes hombres de negocios se caracterizan por saber elegir la frase adecuada en el contexto apropiado para provocar un determinado valor semántico.

Por supuesto que no estamos afirmando que para que una persona tenga éxito comunicativo y profesional sea necesario manifestarse siempre desde un nivel culto. Más bien se trata de adaptarse a las diversas situaciones, ya que la buena construcción gramatical y semántica no garantizan por sí solas el éxito comunicativo. El hablante tiene que expresarse...

[...] de una manera en que vincule todo lo que dice con el contexto en que se dice, tanto con lo que se ha dicho antes como con el «contexto de situación»; en otras palabras tiene que ser capaz de estar organizado como discurso pertinente, y no sólo como palabras y oraciones de un libro de gramática o de un diccionario⁴.

3 Por «contexto lingüístico» entendemos el resto de información lingüística (palabras o construcciones mayores) que acompañan a un elemento que queremos destacar. En tanto que, por contexto situacional, nos referimos a la situación extralingüística en que se presenta un acto comunicativo.

4 M.A.K. Halliday. *Op.cit.*, p. 34.

Un profesionista con buen desempeño comunicativo podrá interactuar lingüísticamente con cualquier persona de cualquier jerarquía laboral o de cualquier nivel sociocultural. La idea es que debe orientar siempre su discurso a su interlocutor y anticiparse a sus reacciones. Lo anterior sólo se logra cuando se es capaz de abandonar provisionalmente el propio punto de vista para tomar el del otro, superando la actitud defensiva o el rechazo del otro en situación competitiva.

Es importante mencionar que la manera en que codificamos nuestros mensajes expresa en gran medida lo que somos, pensamos, sentimos, nuestra capacidad, inteligencia, principios y convicciones. Por ello, es necesario emitir mensajes claros ya que, a partir de ellos, causaremos una buena impresión. Si un profesionista desea tener éxito, por ejemplo, en una entrevista de trabajo, no sólo debe considerar su apariencia física, sino también la manera en que se expresa frente al entrevistador. Necesita tomar en cuenta que no sólo está comunicando un mensaje sino también transmitiendo información acerca de sí mismo —información implícita— que el otro puede inferir y de la que depende, en cierta forma, la marcha de la interacción.

Abordemos ahora el problema de la descodificación del mensaje. Descodificar un mensaje implica, inicialmente, la percepción del sonido y la recuperación o reconstrucción de los signos lingüísticos que integran el mensaje transmitido por el hablante. Aquí, el problema

esencial es que no sabemos escuchar y atender al otro. Por lo tanto, al igual que en el proceso de codificación, en la descodificación también es importante la cooperación. En la medida en que estemos dispuestos a escuchar se hará más fácil el proceso. Pero el conflicto no termina aquí: se extiende al hecho de que no somos capaces de seleccionar la información. Desde luego, es imposible recuperar todo el mensaje recibido, así que se deben emplear estrategias de comprensión. De acuerdo con las llamadas de atención del hablante hemos de recuperar sólo la información relevante. Las estrategias consisten en observar los cambios de entonación para detectar los niveles más altos, identificar los valores semánticos enfáticos de la comunicación y atender a las expresiones gestuales del hablante.

Asimismo, el oyente debe restringirse a interpretar la información dentro del marco de referencia proporcionado por la situación comunicativa, los participantes, etcétera, y evitar interpretar únicamente a partir de sus propias expectativas —es decir, de sus propias creencias y actitudes—, ya que esto lo llevará a una mala interpretación y a un conflicto comunicativo.

El oyente, al igual que el hablante, debe poseer una competencia lingüística apropiada para descodificar el mensaje, esto es, atenerse a las reglas de construcción y de significación, poseer un léxico amplio y considerar la polisemia. Esto garantizará su éxito o fracaso.

LA LENGUA ESCRITA

El éxito comunicativo no se limita a la interacción cara a cara, también comprende la otra manifestación de la lengua, es decir, su representación gráfica. El discurso escrito se caracteriza por ser más formal, en la medida en que está más planeado. La escritura tiende a la permanencia en el tiempo y es mucho más conservadora que la lengua oral, debido a que esta última no tiene la posibilidad de corregirse durante su emisión, mientras que la escrita sí. El texto escrito es más autónomo en virtud de que se integra como una unidad y tiene un contexto especificado en cierta medida por el autor; el texto oral cambia de acuerdo con la marcha de la interacción. El texto escrito se ve afectado por la sintaxis, la ortografía y la puntuación, de tal suerte que si la puntuación se altera, el significado del texto cambia. En el discurso escrito, todo efecto que se desee plasmar sólo se logra mediante el uso de recursos lingüísticos.

Así, la comunicación escrita exige mucho más esfuerzo tanto de parte del emisor como del receptor. Por un lado, el emisor debe ser capaz de utilizar un esquema de presentación apropiado para el mensaje que desea transmitir, así como un modo discursivo adecuado (descripción, narración, argumentación). Debe construir un texto íntegro, es decir, incluir la información necesaria para ser comprendido; acorde con su intención comunicativa y coherente, esto es, que todos sus componentes

se vinculen estrechamente entre sí. Asimismo, la sintaxis y el léxico deben armonizar con la intención y situación comunicativas. Por otro lado, el receptor ha de ser capaz de interpretar, a partir de los recursos lingüísticos que presenta el texto, la intención del emisor. Para que el emisor y el receptor tengan una adecuada actitud frente al discurso escrito es necesario que posean además un buen manejo de la lengua.

PROBLEMAS EN TORNO A LA LENGUA ESCRITA

Es bien sabido que la mayoría de los hablantes presentan problemas de expresión escrita, debido a que no emplean adecuadamente las estructuras textuales. A pesar de que los hablantes podrían reconocer estructuras gramaticales en una oración —tales como sujeto, predicado, objeto directo, entre otras—, muchos de ellos no son capaces de construir unidades mayores, debido a la falta de manejo de oraciones subordinadas y, principalmente, de macronexos o conectores de grandes bloques de información. Tampoco les es fácil colocar la puntuación de manera apropiada en un texto, lo cual trae consigo una alteración en el significado.

Son tales los problemas de comunicación en el nivel de la escritura que muchas universidades han imple-

mentado programas orientados a mejorar el desempeño en tareas de escritura.

El problema principal, de acuerdo con mi perspectiva, radica en que los estudiantes, e incluso los profesores, no le dan la importancia que posee a la expresión —tanto escrita como oral—; sólo se interesan en el conocimiento del área bajo la cual se forman. No obstante, es importante evidenciar la importancia de la lengua en todos los ámbitos de la vida. Los estudiantes logran una formación determinada sólo a partir del conocimiento de su área de estudios y dicho conocimiento, necesariamente, se codifica a través de la lengua; esto es, todo lo que aprendemos a nivel académico es mediante la lengua. Tan es así, que los altos índices de reprobación en matemáticas, por ejemplo, no se deben a que los estudiantes no sepan cómo resolver ecuaciones, sino a que son incapaces de comprender lo leído en los libros de texto de matemáticas y otras asignaturas.

ESCRITURA Y ÉXITO PROFESIONAL

El hecho de que un estudiante no domine la escritura se refleja en su desempeño profesional, puesto que a muchos se les dificulta el llenar una solicitud de empleo o elaborar adecuadamente un *currículum vitae*. Así también, al desempeñar una actividad dentro de una empresa o institución, el profesionista puede tener problemas

de trabajo con sus compañeros debido a un error de comunicación, ya sea porque el documento que debía redactar no respetó el protocolo o las normas sociales para construir dicho documento, o porque no seleccionó los enunciados o el léxico apropiado para el tipo de intención que pretendía.

El éxito comunicativo en el ámbito de la lengua escrita exige que el profesionista conozca: los diversos textos de interacción social —los que usamos cotidianamente para comunicarnos—; las normas bajo las cuales se redactan; el tipo de receptor a quien comunicará; los propósitos del texto; los efectos que desea producir en el otro; así como un dominio apropiado de la gramática de su lengua⁵.

CONCLUSIONES

Como observamos, el éxito profesional depende no sólo del conocimiento en un área específica, sino también de una clara conciencia de nuestra relación con los demás, así como el reflejar dicha conciencia en la manera en que nos comunicamos. El éxito profesional deriva de la impresión que se deje en los otros a partir de la codificación de un mensaje; por ello es necesario tener, primero, éxito comunicativo. Para lograr esto hay que tomar en cuenta

5 Por «gramática de la lengua» entendemos no sólo el nivel morfológico y sintáctico de un sistema lingüístico, sino también el nivel semántico y pragmático.

todos los factores que intervienen en el acto comunicativo: autodefinirse, definir al otro, ubicarse en la situación y estar dispuesto a cooperar con el interlocutor. Sin embargo, eso no es suficiente. Además, debemos producir mensajes claros para el otro y adecuados a su perspectiva, jerarquía dentro de la empresa y nivel sociocultural. Por supuesto, dicha claridad debe manifestarse en la elección adecuada de las estructuras gramaticales y la asignación apropiada de valor semántico al mensaje que transmitimos, lo cual exige un conocimiento sólido de la gramática, del léxico y del valor connotativo de palabras y frases.

Desde la perspectiva del oyente, éste requiere igualmente de una sólida competencia lingüística —conocimiento gramatical y semántico—, así como el desarrollar estrategias de comprensión. El profesionista también necesita saber escuchar, estar dispuesto a recibir información, colocándose siempre en el papel del otro; es decir, considerando tanto su jerarquía en el trabajo como su nivel sociocultural. Debe evitar que sus propias creencias predominen en la interpretación para garantizar una adecuada comprensión del discurso. Es necesario que implemente estrategias de selección de la información, considerando tanto los elementos lingüísticos como los extralingüísticos.

En cuanto a la lengua escrita, los problemas son de índole semejante ya que, al igual que en el discurso oral, el emisor debe tener presente siempre a su receptor y definir los objetivos que persigue su escrito, así como los

efectos que desea producir; debe tener un dominio apropiado de la gramática de su lengua, a fin de seleccionar los marcadores discursivos que le permitan construir, en el texto, la intención que desea comunicar al otro. Por su parte, el receptor debe ser capaz de descodificar la información de acuerdo con las marcas textuales del discurso, evitando la sobreinterpretación del mismo.

BIBLIOGRAFÍA

- Brown, G. (1995). *Speakers, listeners and communication. Explorations in discourse analysis*. Cambridge University Press.
- Chomsky, N. (1992). *El lenguaje y el entendimiento*. México: Planeta.
- Connolly, John H. *et. al.* (eds.) (1997). *Discourse and Pragmatics in Functional Grammar*. Berlín: Mouton de Gruyter.
- Ehlich, Konrad & Johannes Wagner (eds.) (1995). *The discourse of Business Negotiation*. Berlín: Mouton de Gruyter.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and Social Change*. Polity Press.
- Halliday, M.A.K. (1982). *El lenguaje como semiótica social. La interpretación social del lenguaje y del significado*. México: FCE.

- Kemmer, Suzanne. (1995). *Emphatic and reflexiveself: expectations, viewpoint, and subjectivity*, *Subjectivity and subjectivisation*, ed. by Dieter Stein & Susan Wright. Cambridge University Press, pp.55-82.
- Lyons, J. (1983). *Lenguaje, significado y contexto*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Marmaridoy, S. (2000). On deixis, *Pragmatic Meaning and Cognition*. Amsterdam: John Benjamins, pp. 65-116.
- Ricci Bitti P. y Bruna Zani. (1983). *La comunicación como proceso social*. México: Grijalbo.
- Sapir, E. (1954). *El lenguaje*. México: FCE, Breviarios, núm. 96.
- Stubbs, M. (1983). *Discourse Analysis. The Sociolinguistic Analysis of Natural Language*. Basil: Blackwell Publisher Ltd.
- Taylor, J. and Mac Laury, R. (eds.) (1995). *Vantage theory. Language and cognitive construal of the world*. Berlin: Mouton de Gruyter, pp. 231-276.
- Thomas, J. (1995). *Meaning in interaction. An introduction to pragmatics*. New York: Logman.
- Van Dijk, T. A. (1998). *Texto y contexto*. Madrid: Cátedra.
- Yule, G. (1996). *Pragmatics*. Cambridge University Press.

Copyright of Hospitalidad ESDAI is the property of Universidad Panamericana and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.