

HIPÓTESE DO CONHECIMENTO MÚTUO

Segundo essa hipótese, a comunicação exigiria um repertório comum entre emissor e receptor, o qual garantiria a fruição não-ambígua da mensagem.

Quarta-feira pela manhã, Ana e Roberto leram a primeira edição de um jornal e conversaram sobre a notícia de que o filme *Um dia nas corridas* estava sendo exibido no cinema Roxy. Quando a segunda edição do jornal saiu, Roberto leu o programa de cinema e descobriu que o filme em exibição no Roxy tinha sido corrigido para *Negócio de macaco* e circulou o registro com um lápis vermelho. Mais tarde, Ana pegou a segunda edição, notou a correção e reconheceu o círculo vermelho como sendo obra de Roberto. Também concluiu que Roberto não tinha meios de saber que ela tinha lido a segunda edição. Mais tarde, então, perguntou a Roberto: “Você já viu o filme que está sendo exibido no Roxy esta noite?” (Clark e Marshall, “Referência definida e conhecimento mútuo”, 1981).

Paradoxos da hipótese:

1. Desde que a presunção de conhecimento mútuo pode sempre estar errada, ao hipótese do conhecimento mútuo não pode garantir a fruição não-ambígua da mensagem.
2. Os falantes, via de regra, podem apenas presumir, sem certeza, que têm certo nível de conhecimento partilhado com os ouvintes. Isso implica que a presunção de conhecimento mútuo seja, na verdade, uma presunção probabilística.
3. Havendo um elenco indeterminado de contextos prováveis, não há como determinar o contexto real a que se aplica uma sentença tal como “a porta está aberta”. A teoria do conhecimento mutuamente partilhado não dá conta de qual “a estratégia específica que o ouvinte usa para identificar um intento comunicativo do falante” nem dá indicação “do quanto certas crenças mútuas são ativadas ou tomadas como relevantes, muito menos de como a identificação correta é feita” (Bach e Haqrnish, *Comunicação lingüística e atos da fala*, 1979).

ABORDAGEM DE GRICE PARA SIGNIFICADO E COMUNICAÇÃO

“ S quer dizer alguma coisa com x equívale grosseiramente a “ S pretende que o enunciado de x produza algum efeito r na audiência A por meio do reconhecimento de sua intenção?”. (Grice, “Meaning”, 1957),

o que é o mesmo que:

- (a) A produção, pelo enunciado de x por S , de uma resposta determinada r em certa audiência A (intenção informativa);
- (b) O reconhecimento por A da intenção de S (intenção comunicativa).
- (c) A função do reconhecimento por A da intenção de S como parte, pelo menos, da razão de A para dar a resposta r ao enunciado x . (Strawson, “Intenção e convenção em atos de fala”, 1964)