



BIROn - Birkbeck Institutional Research Online

Enabling open access to Birkbeck's published research output

Los marcadores del discurso en la construcción de habla de contacto en un contexto de servicio en el español peninsular

Journal Article

<http://eprints.bbk.ac.uk/4686>

Version: Author's Revised (Refereed)

Citation:

Mancera Rueda, A.; Placencia, M.E. (2011)
Los marcadores del discurso en la construcción de habla de contacto en un contexto de servicio en el español peninsular
Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana (RILI) 6(18), pp.145-171

© 2011 Iberoamericana Editorial Vervuert

[Publisher version](#)

All articles available through Birkbeck ePrints are protected by intellectual property law, including copyright law. Any use made of the contents should comply with the relevant law.

[Deposit Guide](#)

Contact: lib-eprints@bbk.ac.uk

Citation for the publisher versión:

Mancera Rueda, Ana, & Placencia, María Elena (2011). Los marcadores del discurso en la construcción de habla de contacto en un contexto de servicio en el español peninsular. *RILI Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana*, IX, 2 (18), 145-171.

Los marcadores del discurso en la construcción de habla de contacto en un contexto de servicio en el español peninsular¹

Ana Mancera Rueda* / María Elena Placencia**

Resumen:

Basándonos en grabaciones de interacciones espontáneas, analizamos en este trabajo una serie de marcadores del discurso empleados en la construcción de habla de contacto, (*small talk*) –un tipo de habla relacional– (cfr. compilaciones de Coupland 2000a; Placencia/García 2008a) en interacciones de servicio en bares de Sevilla, durante el momento del desayuno. Mostramos la riqueza de formas en uso en la (re)creación de relaciones familiares entre camareros y clientes, que sin embargo, como ilustramos en este trabajo, parece estar supeditada a factores situacionales, entre otros.

Así pues, por un lado intentamos con este análisis hacer una aportación a los estudios de habla de contacto en contextos transaccionales, en los cuales los marcadores del discurso han recibido escasa atención; mientras que por otro lado pretendemos también contribuir al análisis de los marcadores del discurso en general. Estos, si bien es cierto que ya han sido extensamente estudiados en múltiples trabajos sobre la lengua española, no han recibido suficiente atención en contextos de servicio. El propósito de la presente investigación es también aportar nuevos datos sobre el modo del que los sevillanos conducen sus relaciones interpersonales en interacciones de servicio en bares pertenecientes a dos contextos diferentes: uno en el que camareros y clientes se conocen, ya que realizan el intercambio comercial de manera habitual, y otro en el que mantienen una relación esporádica.

¹ Agradecemos los valiosos comentarios de Luis Cortés Rodríguez y dos evaluadores anónimos sobre una versión anterior de este trabajo.

* Ana Mancera Rueda es Profesora Ayudante Doctora en el Departamento de Lengua Española, Lingüística y Teoría de la Literatura de la Universidad de Sevilla, donde desarrolla sus investigaciones acerca de la sintaxis descriptiva del español, con especial atención al discurso coloquial, las relaciones entre oralidad y escritura, la (des)cortesía y el lenguaje de los medios de comunicación. Es autora del libro *'Oralización' de la prensa española: la columna periodística* (Peter Lang, 2009). E-Mail: anamancera@us.es.

** María Elena Placencia es *Reader* in Spanish Linguistics en Birkbeck, Universidad de Londres. Sus áreas de interés incluyen sociopragmática, pragmática variacionista y comunicación intercultural. Ha publicado sobre cortesía y otros aspectos del estilo comunicativo de hablantes de diferentes variedades del español al igual que sobre racismo en la comunicación interétnica. Sus proyectos actuales incluyen el estudio de la sociabilidad en encuentros de servicio y en ciberespacio, y el estudio de variación pragmática regional en variedades del español. Entre sus publicaciones de libros están *Research on Politeness in the Spanish-speaking World* (co-editado), *Spanish Pragmatics* (en co-autoría), y *Current Trends in the Pragmatics of Spanish* (co-editado). E-Mail: m.placencia@bbk.ac.uk.

Palabras clave: marcadores del discurso, marcadores interactivos, enfocadores de la alteridad, habla de contacto, intercambio transaccional, español peninsular, interacciones de servicio

Abstract:

On the basis of recordings of spontaneous conversations in interactions between bartenders and customers in bars in Seville at breakfast time, in this paper we examine a range of discourse markers employed in the construction of small talk –one type of relational talk– (cf. collection of papers in Coupland 2000a; Placencia/García 2008a). We show the wealth of forms in use in the (re)creation of friendly relations in the context examined. However, through our analysis we highlight and attempt to illustrate that the use of such discourse markers is subject to situational variation, amongst other factors.

This way, our aim is to contribute to studies on small talk in transactional interactions where discourse markers have been largely overlooked; likewise, we also attempt to make a contribution to research on discourse markers; the latter have been extensively examined in Spanish; nonetheless, the context of service encounters has received scarce attention only. Additionally, the present study offers a window on how people manage their interpersonal relations in service encounters in bars in Seville in two different settings: one between bartenders and clients who are familiar with each other given that they carry out service transactions on a regular basis, and one where they are unknown to each other as their interaction is infrequent.

Key words: discourse markers, interactive markers, small talk, transactional talk, Peninsular Spanish, service encounters

1. Introducción y contexto

En este trabajo abordamos, desde una perspectiva sociopragmática, el análisis de una serie de marcadores del discurso² que se emplean en la construcción de habla relacional o de contacto (*small talk*) (cfr. Coupland 2000a; Placencia/García 2008a, entre otros) en interacciones de servicio en bares de Sevilla, durante el momento del desayuno.³ Ya en un estudio previo (Placencia/Mancera Rueda 2011a) examinamos cómo durante la realización de la transacción central en ciertos establecimientos de esta ciudad se dan una serie de actividades relacionales no solo rituales –por ejemplo intercambios de saludos y despedidas– sino también creativas o individualizadas –bromas, intercambio de cotilleos, relatos de anécdotas, consejos, etc.–, que contribuyen a

²Aunque existen numerosas definiciones de marcadores del discurso, seguimos aquí la de Martín Zorraquino/Portolés Lázaro (1999: 4057), para quienes los marcadores del discurso son unidades lingüísticas invariables que no ejercen ninguna función sintáctica en el marco de la predicación oracional –son, pues, elementos marginales–, sino que poseen un cometido coincidente en el discurso: “El de guiar, de acuerdo con sus distintas propiedades morfosintácticas, semánticas y pragmáticas, las inferencias que se realizan en la comunicación”.

³Véase en Placencia y García (2008b) una discusión sobre la noción de habla de contacto frente a otras nociones que se han empleado en español, como la de *comunicación fática*; esta última suele asociarse en el ámbito académico de origen hispánico con la función fática del lenguaje de Jakobson (1960), que se centra en mantener abierto el canal de comunicación, y no en el desarrollo de lazos interpersonales. Esta última función es muy relevante en la noción de *comuni3n fática* de Malinowski ([1923]1972), que ha servido de punto de partida para estudios de *small talk* en inglés y *habla de contacto* en español.

acortar la distancia interpersonal entre camareros y clientes creando, aunque quizás solo en apariencia, un ambiente amigable o incluso familiar, y tratando de reafirmar la buena relación entre ellos. Consideramos que, sin duda, a dicha finalidad contribuyen asimismo ciertos marcadores del discurso que aparecen de manera recurrente en los intercambios que se realizan en este contexto de servicio, objeto principal del presente trabajo. Dichos marcadores, sin embargo, han recibido escasa atención en los estudios de habla de contacto. Por otra parte, si bien los trabajos sobre marcadores del discurso son muy abundantes, hasta donde sabemos, no se ha considerado su ocurrencia y funciones en el contexto de interacciones de servicio como la del presente estudio. De ahí el interés de este trabajo, que intenta hacer una aportación tanto a estudios de habla de contacto en interacciones de servicio como a las investigaciones sobre los marcadores del discurso en español tomando como base el análisis de un corpus de interacciones de la vida cotidiana.

Con respecto al estudio del habla de contacto, la observación de Coupland (2000b: 5) de hace una década, en la que se ponía de manifiesto cómo en realidad queda aún mucho por descubrir sobre la dinámica del habla de contacto en contextos locales específicos, parece ser todavía vigente y, precisamente, eso es lo que nos proponemos hacer en este trabajo esta investigación. Hasta comienzos de este milenio eran escasos los trabajos empíricos en esta área; por otro lado, entre los estudios existentes, partiendo del trabajo de Malinowski ([1923]1972), el énfasis estaba en habla relacional que ocurre en fases críticas en la interacción, como son los comienzos y las terminaciones (cfr. Laver 1975; 1981). En estudios más recientes en este campo (cfr. por ejemplo las compilaciones de Coupland 2000a y Placencia/García 2008a, que se ocupan del estudio del habla de contacto en interacciones de servicio, entre otras) se examina la distinción entre habla relacional y habla transaccional resaltándose en algunos casos la dificultad que puede haber en distinguir estos dos tipos de habla (cfr. Holmes 2000; De los Heros/Montes 2008). Sin embargo, en estos trabajos escasa atención se ha dado a la función de los marcadores del discurso que aparecen en diferentes fases de la interacción y que pueden entremezclarse en el habla transaccional. McCarthy (2000, 2003) es uno de los pocos que se ha ocupado de estudiar marcadores del discurso en la construcción de habla de contacto (*small talk*), como aquellos que él denomina *respuestas no mínimas* (*nonminimal response tokens*) (ej. *lovely, fine, right*). Este autor resalta la función interpersonal de tales formas que, a su juicio, no solo marcan los límites de la transacción o del tema, sino que también señalan bienestar afectivo y social entre los interlocutores (2003: 48). En nuestra investigación se puede observar también el uso de este tipo de respuestas tal como *estupendo* (véase sección 3.1).

Por otro lado, con relación a los marcadores del discurso en español, hay un buen número de estudios que se centran en el habla oral basados en datos provenientes de encuestas sociolingüísticas (cfr. Garcés Gómez 1992; Cepeda/Poblete 1996; Cortés Rodríguez 1998; Álvarez 1999; Cortés Rodríguez 2006); también hay un porcentaje considerable de estudios que se han fundamentado en conversaciones informales (cfr. Martirena 1976; Briz Gómez 1998; Carranza 1998; Stenström 2008; Jørgensen 2008), y van en aumento los que examinan marcadores del discurso en otros géneros como el lenguaje publicitario (cfr. Fuentes Rodríguez 2009a) y el discurso parlamentario (cfr. Cortés Rodríguez 2007). Sin embargo, escasa atención se ha dado al análisis de marcadores del discurso en interacciones de servicio, lo que es objeto de estudio en este trabajo. Entre las pocas investigaciones en esta área están las de Chodorowska-Pilch (1999; 2001; 2008) en interacciones en agencias de viaje en Valencia, España. En dichos trabajos se ocupa de ciertos marcadores como *si quieres* y *verás*.

Como sabemos, los marcadores del discurso han sido examinados extensamente en español en los últimos veinte años bajo diferentes denominaciones. De hecho son tantas, que ha sido necesario inventariarlas (cfr. Cortés Rodríguez/Camacho Adarve 2005). Así por ejemplo Fuentes Rodríguez (1987) adopta la denominación *enlace supraoracional*; mientras que Alcina Franch/Blecua Perdices (1975) hacen referencia a los *ordenadores (léxicos) del discurso*; Martirena (1976) emplea el término de marcadores de interacción (*interaction markers*); Barrenechea (1979) alude a los *operadores pragmáticos*; Mederos Martín (1988) los denomina *conectivos*; Casado Velarde (1991) se refiere a estos elementos como *operadores discursivos*; Briz Gómez (1993; 1995, 1998) emplea la denominación *conectores pragmáticos*, mientras que Carranza (1998) se refiere a *expresiones pragmáticas*; y autores como Portolés Lázaro (1998a, 1998b; 1999) o Martín Zorraquino (1994; 1998), entre otros, prefieren identificarlos como *marcadores del discurso*. Precisamente la falta de acuerdo sobre la denominación de estas unidades revela la multiplicidad de perspectivas teóricas y metodológicas adoptadas para su análisis, por parte de distintos autores.

En el presente trabajo adoptamos como punto de partida la clasificación global de Cortés Rodríguez/Camacho Adarve (2005), quienes analizan los marcadores desde una doble perspectiva: la textual y la interactiva. Estos autores distinguen por una parte los *marcadores textuales*, considerados señales de articulación de las unidades que conforman el discurso oral –microactos, actos, macroactos, enunciados y secuencias–, e indicadores de los avatares del tema en su establecimiento, desarrollo, variación y cierre. Y por otra, los *marcadores interactivos*, cuyo papel no consiste tanto en relacionar unidades discursivas, como en mostrar las repercusiones de lo asertado en el ánimo de los interlocutores, orientando al oyente sobre las inferencias que debe realizar en virtud de las relaciones socioafectivas que mantiene con el hablante. En este trabajo nos concentramos en los marcadores del segundo tipo, dado nuestro interés en examinar cómo dichos marcadores contribuyen a la construcción de habla relacional en las interacciones bajo estudio. Sin embargo, queremos hacer notar también que en realidad ambas subcategorías no son excluyentes, ya que las operaciones temáticas que desarrollan los marcadores textuales son susceptibles de interpretarse simultáneamente como indicios del talante personal de los hablantes, y de su intento de facilitar la comprensión del discurso al oyente. A su vez, los marcadores interactivos pueden desempeñar funciones textuales. Por ejemplo en enunciados como este,

(1) A (cliente) / B (camarero) (ICE) ⁴
 B1: Tostada y café →/¿verdad↑?
 A1: Eso es↓/ como siempre→/

¿verdad?, además de actuar como marcador de carácter empático con el que el camarero solicita la confirmación del producto que el cliente desea, actúa como marcador de cierre inicial de la propia intervención, y como muestra de cooperación. Y algo parecido sucede con *bueno* en el siguiente ejemplo (A4):

(2) A (cliente) / B (camarero) (ICH)
 A1: ¿Tienes donuts↑/?
 B1: [niega con la cabeza]
 A2: ¿No te queda(n)?/ puesss→/ una palmera↑/ y un té↓/
 B2: El té→/ ¿de qué lo quieres↑/ niña?
 A3: Normal↓/¿no? [RISAS]// ¿de qué hay?

⁴ Véase el apartado 2 sobre las convenciones que hemos empleado en la transcripción y presentación de las interacciones en el corpus examinado.

B3: No↓/ lo hay normal→/ y lo hay verde/ lo hay rojo→// el verde↑/ está muy bueno
A4: *Bueno*↑/ pues el verdeee→/

Entre los múltiples usos de *bueno* cabe destacar aquí su empleo como marcador interactivo a propósito del tema de conversación. En este caso concreto es utilizado por el cliente para mostrar su preferencia de consumo, y ostenta un cierto carácter concluyente, pues se utiliza para introducir su preferencia entre las alternativas presentadas por el camarero. Al mismo tiempo, actúa también como marcador textual de apertura reactiva, condicionada por el ofrecimiento del camarero. Los ejemplos de este tipo podrían multiplicarse con facilidad, por eso en las páginas sucesivas nos ocuparemos solo del análisis del aspecto interactivo de determinados marcadores conversacionales que se encuentran en nuestro corpus, aquellos capaces de revelar la actitud del hablante por ejemplo hacia el referente de su enunciado, o hacia su interlocutor, es decir, aquellos que muestran la relación existente entre las emociones del hablante y alguno de los elementos del circuito de la comunicación discursiva. Estudiaremos especialmente los que sirven para acortar la distancia interpersonal entre camareros y clientes, y/o reafirmar la buena relación entre ellos, como *hombre, hijo, guapo, monstruo, claro, vale, estupendo, venga, vamos, anda, etc.*

Finalmente, en este estudio también hacemos referencia a algunos trabajos sobre cortesía, particularmente en español peninsular (cfr. Hickey 1991, Bravo 1999, Hernández Flores 1999) en cuanto algunos de nuestros resultados parecen dar apoyo a caracterizaciones que se han hecho sobre el estilo comunicativo de los españoles en la expresión de cortesía (véase apartado 3). Sin embargo, sugerimos cautela en el tipo de generalizaciones que se puedan hacer al respecto, ya que además de variación situacional en el empleo de marcadores discursivos que identificamos en nuestro estudio, puede darse también variación relacionada con otros factores como la proveniencia regional (cfr. Villemoes 2003); el estudio de la variación regional, sin embargo, va más allá de los objetivos del presente trabajo.

2. Datos empleados y algunas consideraciones metodológicas

El estudio se basa en observaciones y grabaciones de interacciones en cuatro establecimientos diferentes tal como describimos en Placencia/Mancera Rueda (2011a, 2011b) dos en un entorno universitario, en locales a los que acuden clientes habituales (ICH, de aquí en adelante), y dos en un entorno comercial y de servicio, situados en lo que podría calificarse como una zona “de paso”, con predominio de interacciones con clientes esporádicos (ICE). Se grabaron 70 episodios de interacciones en el primer entorno y 70, en el segundo. En los dos casos, las grabaciones se hicieron en la barra del bar, que es donde tienen lugar la mayoría de las transacciones.

Los datos se recogieron entre las 8 y 12 de la mañana, el horario en el que la mayor parte de los clientes acude diariamente a los bares para desayunar. Se pidió permiso a los encargados del establecimiento y se puso un anuncio a la entrada indicando que se realizarían grabaciones con fines de investigación. Somos conscientes de que los participantes pueden haber modificado su comportamiento al saber que se les estaba grabando, es decir, podría ponerse en cuestionamiento el grado de naturalidad de su participación. Sin embargo, no creemos que esto constituya un problema importante, dado que hay muchos clientes a la hora del desayuno y pensamos, tal como sugiere Malone (1997), que la actividad –la transacción en este caso– necesariamente absorbe la atención de los participantes, pues de lo contrario se entorpecería (cfr. también Durante 1997). Asimismo, los camareros y clientes en los bares están acostumbrados a que sus interacciones sean públicas –a veces incluso a gritos–, a diferencia de otros contextos

como los de las consultas médicas en los que la privacidad es muy importante, ya que se tratan temas delicados y confidenciales.

Las interacciones grabadas se transcribieron siguiendo el sistema del Grupo Val.Es.Co (cfr. Briz Gómez 1998; Briz Gómez/Universitat de València Grupo Val.Es.Co. 2002). Hacemos notar que las interacciones tienden a sucederse en segmentos, es decir, son pocas las que discurren desde la apertura hasta el cierre de la transacción en un solo episodio, pues muchos clientes, por ejemplo, pagan la cuenta cuando van a abandonar el local, y no al realizar su pedido.

Debido a la dificultad existente para acceder a información personal de los participantes y poder determinar así su pertenencia a un grupo social u otro, no se toma en cuenta aquí el factor clase social, aunque se espera relativa uniformidad en el contexto de ICH donde acuden estudiantes, profesores y personal administrativo de una universidad en Sevilla. Tampoco se toma en cuenta la edad o el sexo de los participantes, aunque consideramos que estos son factores que deberían ser examinados en un estudio sociodiferencial más amplio. Todos los participantes son adultos –con la excepción de una interacción donde interviene una niña de 5 años–. Los camareros son, en su mayoría, hombres de entre 35 y 60 años de edad: 5 en ICH y 8 en ICE, 3 camareras y 5 camareros. Entre los clientes, hay 63 hombres y 39 mujeres en ICH, y 40 hombres y 39 mujeres en ICE.

3. Análisis

Como hemos indicado, empleamos en nuestro análisis la tipología global de marcadores del discurso desarrollada por Cortés Rodríguez/Camacho Adarve (2005)⁵, según la cual los marcadores del discurso oral constituyen piezas de articulación pragmático-textual reveladoras de las relaciones socioafectivas entre los hablantes. Con respecto a los marcadores interactivos (objeto de nuestro estudio), de acuerdo con estos autores, se puede distinguir entre marcadores interactivos relacionados con el tema de la interacción comunicativa y marcadores centrados en el oyente. En las siguientes secciones consideramos estos dos tipos en los dos contextos indicados: ICH e ICE.

3.1 Marcadores interactivos a propósito del tema central del intercambio comunicativo

Determinados marcadores de impronta oral poseen la capacidad de actuar como índices que denotan la actitud del hablante ante el referente discursivo. Creemos que esto se hace especialmente patente en el tipo de intercambios que se desarrolla en los bares, fruto de una actividad comunicativa escasamente planificada. Y es que el proceso de exploración del producto lingüístico permite a veces rastrear en el propio discurso las huellas de su procesamiento. Así, ciertos marcadores revelan los nodos mentales que condicionan su emisión, es decir, algunos aspectos del proceso cognitivo y de la motivación que conlleva la formulación del enunciado, por ejemplo las ideas y emociones que la mente del hablante vincula con el tema o el subtema del intercambio comunicativo.

⁵ Los marcadores identificados en nuestro corpus en general coinciden con los analizados por esos autores, si bien hemos eliminado de nuestro cómputo algunos que nos ofrecían dudas sobre si deben considerarse o no marcadores discursivos, como por ejemplo *no sé*, que aunque es considerado por estos investigadores un marcador de “indecisión”, sus apariciones en nuestro corpus sugieren más bien que se trata de una mera respuesta a una pregunta previa.

La perspectiva textual-temática que mencionábamos antes se aúna aquí con la interactiva, pues la estructuración del discurso puede mostrar aspectos de las relaciones socioafectivas de los interlocutores, de ahí que Cortés Rodríguez/Camacho Adarve (2005) estudien una subcategoría especial de marcadores interactivos formulados en función del *contenido pragmalingüístico* de la conversación. Estos pueden formar parte de una intervención iniciativa o de una reactiva, aunque algunos de ellos resultan comunes a ambos tipos de intervención:

Tabla I	
Clasificación de los marcadores interactivos a propósito del tema de conversación	
a) Marcadores comunes a intervenciones iniciativas y reactivas	b) Marcadores incluidos en intervenciones reactivas

Fuente: Cortés Rodríguez/Camacho Adarve (2005: 178)

En primer lugar, vamos a analizar en nuestro corpus las unidades de este tipo que podemos encontrar indistintamente tanto en las intervenciones de iniciación, como en las de reacción a una enunciación previa por parte del camarero o del cliente. Algunas de ellas se encuentran subordinadas a la situación en la que tiene lugar el intercambio comunicativo. Por ejemplo, la unidad interjectiva *vaya* (A3 en el ejemplo 3), en turno autónomo, muestra la decepción del cliente ante una respuesta por parte del camarero que quiebra sus expectativas de adquirir un producto que necesita para curar su enfermedad. Precisamente la constatación de esta necesidad del cliente hace que el camarero reitere su consejo para que lo adquiriera en otro establecimiento adyacente:

(3) A (cliente) / B (camarero) (ICE)

A2: [...] una Coca-Cola y un Aquarius↓/

B2: Aquarius↑/ ya no me queda/ hija→/

A3: *Vaya...* →/

B3: Puedes comprarlo en la tienda↓/

A4: Es que estamos malos con gastroenteritis↓/

B4: Puedes comprarlo en la tienda de aquí al lado→/ que seguro que tienen Aquarius↓/

Pero sin duda las que mejor dejan traslucir las emociones de los hablantes son unidades interjectivas como las que encontramos en este otro ejemplo (A6, A7), que muestran con gran espontaneidad la sorpresa y la preocupación del cliente ante la caída del camarero:

(4) A (cliente) / B (camarero) / D (camarero) (ICE)

[...]

D2: ¡Toma/ sírvele↑!/ [de repente una de las losetas del suelo se rompe y el camarero se cae]

A6: ¡*Joder*↑!/

B7: ¡Cuidado↑!/

A7: ¡*Joder*↑!/ ¿Te has hecho→/? ¿Te has hecho daño↑/?

D3: Sí/ el pie→/

Hasta ahora hemos mostrado *marcadores interactivos* que dejan traslucir la actitud de los interlocutores respecto al modo en el que se lleva a cabo la realización de la transacción central –es decir, relacionados más o menos directamente con la petición de

servicio—. Sin embargo, no es extraño que el verdadero sentir de los hablantes se deje entrever mediante unidades de este tipo surgidas en virtud de actividades creativas o individualizadas de habla relacional. Así, en el siguiente ejemplo la repetición del miembro discursivo introducido por la proposición final actúa como marcador de reafirmación (D1):

- (5) A (cliente) / B (camarero) / C (cliente) / D (camarero) (ICH)
[...]
B2: El té→/ ¿de qué lo quieres↑/ niña?
A3: Normal↓/¿no? [RISAS]// ¿de qué hay?
B3: No↓/ lo hay normal→/ y lo hay verde/ lo hay rojo→// el verde↑/ está muy bueno
A4: Bueno↑/ pues el verdeee→/
C1: El verde es bueno (()) es antioxidante↓// eso dicen↑/ [se encoge de hombros]
A5: Por lo menos lo dicen↑/ ¿no?
B4: Es bueno
A6: Sí↓/ dice esta señora que dicen que es antioxidante↑/
B5: Sí
A7: Yo siempre tomo rojooo/ pero→/ el verde/ no lo he proba(d)o
C2: Es bueno para las mujeres/ y aparte está más bueno→/
D1: Sí/ °(para la menopausia)°// es bueno↑/ °(para la menopausia)°

Y es que, como ha puesto de manifiesto Camacho Adarve (2003: 119), las repeticiones pueden convertirse asimismo en marcadores discursivos y son capaces de funcionar como actos de habla, como en este caso, que muestra la reafirmación del hablante al ordenar el producto que desea.

Hablaremos ahora de aquellos marcadores interactivos que revelan la actitud del emisor respecto al tema de conversación, y que en nuestro corpus aparecen únicamente en intervenciones reactivas⁶. La mayoría de los enlaces extraoracionales de este tipo que encontramos en las interacciones en los bares de Sevilla –tanto en ICH como en ICE– son de carácter empático, pues muestran la aceptación del interlocutor hacia una aserción previa. Esto no es nada extraño, ya que marcadores de dicha categoría se utilizan de manera recurrente por parte de los camareros para mostrar que han comprendido la petición del cliente y que se disponen a tratar de satisfacer sus demandas:

- (6) A (cliente) / B (camarero) (ICE)
A1: ¡Hola→/! ¿Una Coca-cola Light↑/?
B1: Sí↓/ ahora mismo→/

Este uso predomina en ICE, mientras que en ICH encontramos una ligera diferencia, y es que es el cliente el que se sirve de ellas de forma más reiterada, para responder a la petición de confirmación del servicio ofrecido por el camarero, al tanto ya de sus gustos diarios:

- (7) A (cliente) / B (camarero) (ICH)
B1: Buenas↓/ Hugo→/ paté/ ¿no↑/?
A1: Sí/ sí/ paté→/ y uno de máquina cuando tú puedas→/

⁶ Algunos de estos marcadores han sido catalogados en la tipología de Cortés Rodríguez/Camacho Adarve (2005) entre aquellos que resultan comunes a intervenciones iniciativas y reactivas, pero nosotros preferimos englobarlos dentro de este segundo grupo, puesto que en las interacciones de servicio que analizamos se encuentran exclusivamente en intervenciones reactivas.

Algunas de estas unidades podrían calificarse de “respuestas mínimas” (Duncan 1974), puesto que carecen prácticamente de contenido semántico –por ejemplo *mmm*–, y otras poseen una enorme dependencia contextual –como sucede con *ya*–, lo que hace necesario tener en cuenta también las palabras adyacentes para interpretar el sentido cabal de lo que se pretende transmitir. Si bien, como señala Barrenechea (1979: 42), la interpretación de sus valores semánticos y del miembro discursivo al que afectan depende, en gran medida, de los rasgos suprasegmentales:

(8) A (cliente) / B (camarero) (ICH)
 [...]

B9: Toño↓/ tú no tendrás billetes de cinco↓/ ¿no↑/?

A11: No↓/ no↓/ esto que tengo es... →/

B10: *Ya*↓/ para ti→/

A12: *Claro*→/ no voy a ir al banco sólo para eso→/

B11: *Sí*↓/ ya me imagino↑/

Veamos ahora el papel que desempeña *claro* en los enunciados de nuestro corpus. Según Fuentes Rodríguez (1993: 100), en su origen se presupone la estructura *está claro*, que manifiesta la evidencia que para el hablante tiene lo que se pregunta. Sin embargo, actualmente parece haber derivado hacia un valor de respuesta intensificada sin más. Se trata de un elemento más tajante que *sí*, de mayor énfasis, y que revela una mayor insistencia, como podemos comprobar en (B3):

(9) A (cliente) / B (camarero) / C (cliente) (ICE)
 A1: Buenos días↓/

B1: Mu(y) buenas↓/

A2: Dos enteras→// Antonio↓/

B2: ¿Con aceite y tomate no↑/?

A3: Yo sí↓/

C1: Tomate→// ¿hay por ahí↑/?

B3: *Claro*→// hombre↓/

Esto es especialmente patente en las ICH, en las que *claro* puede considerarse una estrategia afiliativa, especialmente en los episodios de habla relacional, ya que es frecuente que el hablante utilice esta expresión por ejemplo, para manifestar su comprensión o incluso compasión en este caso ante la desagradable situación que ha vivido su interlocutor, al quedarse encerrado en un ascensor (B15):

(10) A (cliente) / B (camarero) (ICH)
 [...]

A10: ¡Qué bien↑!// ¿Sabes lo que me pasó el otro día→/ Jose↑/?

B10: No→/ ¿qué↑/?

A11: Pues que me quedé encerrado en el ascensor de la facultad↓/

[...]

B14: ¿Y tardó mucho el el bedel en sacarte↑/?

A15: Sí→/ bueno/ no↓/ diez minutos o así→/ pero se me hicieron como dos horas→/

B15: *Claro*↑/ pobre→/ con una tía buena se te hubiera hecho más corto↓/

o para demostrar que se hace cargo de lo agotador que ha debido de resultar su viaje (D3). Véase también cómo la repetición puede desempeñar una función, como en este ejemplo, en el que sirve para poner de manifiesto la ironía del camarero:

(11) A (cliente) / B (camarero) / D (camarero) (ICH)
 B2: Y el viaje→/ ¿qué tal el viaje↑/?

A4: Bien↓/ pero muy cansado ↓/

D3: *Claro*↓/ *claro*↓/ la vida del turista es muy dura→/

Podríamos decir que dicho marcador ostenta un cierto carácter empático, pues se utiliza para mostrar acercamiento afectivo hacia el interlocutor. Esto se hace más patente con unidades como *vale*⁷ o *estupendo*⁸, con las que el hablante manifiesta su conformidad hacia lo asertado previamente por la persona a la que se dirige, como en el ejemplo (1).

(12) A (cliente) / F (camarero) (ICH)
[...]
F3: Vaya →/
A5: Niño↑/ dame un cortaíto→/
F4: Marchando→/ / ¿tú vas a querer hoy un bollito ↑/?
A6: Sí↓/ ya lo he pedido→/
F5: Ah↓/ *vale*→/ *estupendo*↑/

En este caso el camarero se sirve de *vale* para mostrar su asentimiento, en respuesta a la aclaración hecha por el cliente, y a continuación con *estupendo*, manifiesta su satisfacción por el hecho de que la petición de bebida del mismo se vea complementada con algo para comer, lo que, lógicamente, aumenta sus expectativas de negocio.

Tal vez podríamos organizar estos marcadores interactivos de aceptación en función de una escala gradual donde *sí*, *bien*, *bueno*, *vale*, *es verdad* o *de acuerdo* se situarían en puntos más próximos a la expresión “neutra” de conformidad. Con frecuencia basta el mero uso de un pronombre demostrativo:

(13) A (cliente) / B (camarero) (ICH)
B1: Manolooo↑/
A1: Buenas↓/
B2: Lo de siempree→/¿no?
A2: *Eso*↓/

En cambio, entre las unidades que revelan con mayores dosis de expresividad la anuencia del enunciador se encuentran, además de *estupendo* –citado ya más arriba–, *muy bien*, marcador utilizado con frecuencia por el camarero para demostrar que ha comprendido la petición del cliente:

(14) A (cliente) / B (camarero) (ICH)
A1: Muy buenas↓/
B1: hola→/
A2: Me pone... →/ ¿un menta-poleo ↑/? Y una tostada de bollo↓/ ¿vale ↑/?
B2: *Muy bien*↓/

Un valor semántico similar adquiere en los bares sevillanos –ignoramos si se trata de un uso extendido también a otras partes de España– el gerundio del verbo *marchar*, ya que esta forma no personal de sentido durativo es empleada por el proveedor del servicio para mostrar su disposición a atender con prontitud los requerimientos del cliente:

(15) A (cliente) / B (camarero) (ICH)
A1: Hola↑/ ¿qué hay ↑/?
B1: Buenas↓/
A2: Una tostada con jamón ↑/

⁷ Definido por Fuentes Rodríguez (2009b: 346) como un “[...] elemento de respuesta que indica acuerdo con el otro interlocutor, sea con una información, sugerencia, ofrecimiento... Constituye una intervención propia, como respuesta, o como pregunta de petición de asentimiento”.

⁸ Cfr. McCarthy (2003) sobre formas similares que se emplean en inglés.

B2: ¡Marchando!

Por otra parte, entre los marcadores empáticos de este tipo se encuentran también *¡qué bueno!*, o *¡qué bien!*, utilizados de forma exclusiva en ICH y, más específicamente, en episodios de habla de contacto, como indicios del estilo cooperativo que invita a situarse en el lugar del otro:

(16) A (cliente) / B (camarero) (ICH)

[...]

A8: Hoy te vas pronto a casa→/ ¿no Jose↑/?

B8: Sí↓/ sí↓/ hoy todo es más tranquilo↓/ hoy me iré pronto a casa→/ como ya es casi fin de semana→/

A9: ¿Por la tarde no vienes no↑/?

B9: No↓/yo ya después hoy a descansar↓/

A10: ¡Qué bien↑!! [...]

No todos los marcadores interactivos manifiestan aceptación. Cortés Rodríguez/Camacho Adarve (2005: 179) mencionan también una serie de marcadores “apáticos” como *en fin*, *pss*, *aaah*, etc., empleados por ejemplo para mostrar displicencia hacia lo dicho por el interlocutor. Pero en el corpus analizado no hemos localizado ninguna muestra de este uso, tal vez porque en la mayor parte de las interacciones –especialmente en las que se desarrollan en contextos de cierta familiaridad, es decir, con clientes habituales– lo que se pretende es acortar la distancia interpersonal y reafirmar las buenas relaciones, con el fin de que el cliente acuda con mayor asiduidad al establecimiento. En la clasificación de estos dos autores se habla también de los marcadores utilizados para rebatir la tesis del interlocutor. Se trata de lo que ellos denominan marcadores “antipáticos”. Sin embargo, nosotros creemos más bien que en las interacciones analizadas en los bares el uso de expresiones como *¡qué va!* (D7),

(17) A (cliente) / B (camarero) / C (cliente) / D (camarero) (ICH)

D6: ¿Tú crees/ que Gregorio es un hombre que se ríe mucho↑/?

A7: ¿Tú te ríes mucho↑/?

B3: ¿Yo?/ No↓/

A8: Y como jefe↑/ ¿ríes mucho↑/?

B4: No↓/

D7: ¡No/ qué va↑!!

o *¡anda ya!* no implica necesariamente un alejamiento socioafectivo del interlocutor, su función es más bien la de manifestar un ligero rechazo hacia lo aseverado en el enunciado precedente, pero sin que ello perjudique la buena relación con el destinatario. Es más, en ejemplos como el siguiente, en el que precede a un cumplido sobre la delgadez del cliente, sirve para rechazar la aseveración previa, pero de manera empática (B2):

(18) A (cliente) / B (camarero) (ICH)

B1: Qué quieress- ¿con colorá o con jamón de york↑/?

A1: No↓/ no↓/ colorá hoy no↓/ que engorda↑/

B2: ¡Anda ya!↑/ ¡¿tú qué vas a engordar!?

La siguiente tabla muestra la incidencia en nuestro corpus del tipo de marcadores interactivos examinados en esta sección:

CÓMPUTO TOTAL DE LOS MARCADORES INTERACTIVOS MÁS FRECUENTES EN LOS DOS
--

CONTEXTOS ANALIZADOS		
	ICH	ICE
A propósito del tema de conversación Total: 431	342 (79,35%)	89 (20,64%)

Como se puede ver aquí, su uso está considerablemente más extendido en las ICH que en las ICE. En las primeras representan el 79,35%, y en las segundas, el 20,64%. Estos resultados parecen deberse al hecho de que las actividades de habla de contacto se encuentren casi exclusivamente en las ICH ya que, como hemos dicho, en las formuladas en el otro entorno la interacción se limita a la realización de la transacción principal.

3.2 Marcadores interactivos centrados en el oyente

El segundo gran grupo que conforma la categoría de los marcadores interactivos es el de aquellas unidades con las que el hablante apela directamente a los otros participantes en la conversación, tratando de incitarles a que colaboren con él en la elaboración del discurso enunciativo, o simplemente a que presten atención a sus aseveraciones. Según Fuentes Rodríguez (1987: 149) se trata de “elementos intradiscursivos” pertenecientes al ámbito de la enunciación, puesto que se encuentran directamente vinculados al acto comunicativo, y contribuyen además a mantener la coherencia básica del discurso, al favorecer el contacto entre los interlocutores. Son los denominados por Martín Zorraquino/Portolés Lázaro (1999: 4171) como *enfocadores de la alteridad*. Estos comparten propiedades pragmáticas con algunos de los que analizábamos más arriba – por ejemplo con *claro, bueno o bien*– puesto que, en cierto modo, dejan entrever también la actitud del hablante hacia el fragmento discursivo al que remiten. Sin embargo, llaman nuestra atención aquí porque constituyen un indicio de las relaciones interpersonales existentes entre los interlocutores.

Al contrario de lo que sucedía con los interactivos surgidos a propósito del tema de conversación, susceptibles de aparecer tanto en intervenciones iniciativas como reactivas, los centrados en el oyente únicamente pueden encontrarse en las primeras, puesto que solo estas pueden contener una novedad pragmadiscursiva destinada a desencadenar una reacción en el interlocutor. Y es que, según Cortés Rodríguez/Camacho Adarve (2005: 171),

[e]l tema que se esté tocando queda en un segundo plano –función textual secundaria–; lo que prevalece es la manera como el emisor se vincula al receptor, dirigiendo su atención hacia él con el propio marcador, ya retomando su discurso, captando su interés, comprobando si este existe, etc.

Teniendo en cuenta esto, la tipología de los marcadores interactivos podría representarse de la siguiente forma:

Tabla II		
Clasificación general de los marcadores interactivos		
1) A PROPÓSITO DEL TEMA DE CONVERSACIÓN		2) CENTRADOS EN EL OYENTE
Comunes a intervenciones iniciativas y reactivas	Incluidos en intervenciones reactivas	Incluidos en intervenciones iniciativas

Nos encargaremos en primer lugar de aquellos utilizados para captar el interés del interlocutor. Se trata fundamentalmente de verbos de percepción sensorial como *mira*, *escucha* u *oye*⁹, de gran rentabilidad en el coloquio. Y es que, como ya ha advertido Hernando Cuadrado (1988), comportan un estímulo tanto para el oyente como para el hablante. En las interacciones analizadas en los bares de Sevilla este tipo de unidades desarrolla también una función fática en el sentido de Jakobson (1960), puesto que se utilizan por parte del cliente para, por ejemplo, llamar la atención del camarero, e instarle a que atienda a su requerimiento (A1),

(19) A (cliente) / B (camarero) (ICH)

B1: Buenos días↑/

A1: Buenos días↓/ Andrés↑/ *escucha*↓/ un zumo de melocotón y entera con tomate↓/

o a modo de refuerzo argumentativo¹⁰, como sucede en esta interacción en la que el cliente le pregunta a uno de los camareros si su jefe –allí presente también– tiene o no buen carácter (D10):

(20) A (cliente) / B (camarero) / D (camarero) (ICH)

D6: ¿Tú crees/ que Gregorio es un hombre que se ríe mucho↑/?

D10: Si lo conoceré yo→/ *mira*↑/ yo estoy casado con él↑/ yo sé cómo es// todas las horas del día con él↑/

Mira ejerce aquí una función catafórica, y además sirve como anuncio de un turno y para llamar la atención, ya que introduce un nuevo argumento coorientado respecto a los demás, pero de mayor fuerza, puesto que en esta discusión sobre el carácter del jefe, el subordinado presenta su punto de vista como el más relevante, al ser la persona que pasa más tiempo junto a él.

Con frecuencia, este tipo de marcadores interactivos señala el inicio de un episodio de habla relacional, como se aprecia en (21), donde el camarero se interesa por uno de los conocidos del cliente (C1),

(21) A (cliente) / B (camarero) / C (camarero) (ICH)

B4: Le estás pegando una paliza al jamón↑/ vamos→/

A4: Es sano→/ es sano para el cuerpo↑//

C1: *Oye*↑/ ¿qué le ha pasado hoy a tu amigo?/

convirtiéndose por tanto en claras señales demarcativas de inicio de estructura¹¹. A continuación recogemos otro fragmento de parte de la conversación ya transcrita en (2), en la que el proveedor del servicio recomienda al cliente el consumo de té verde:

(22) A (cliente) / B (camarero) / C (cliente) / D (camarero) (ICH)

[...]

A11: ¿Me pones media de mantequilla?/ ¡que se me ha antoja(d)o! [señalando el plato de la cliente C, a la que acaban de servir la tostada]

⁹ Tales unidades interjectivas han perdido su capacidad para coordinarse, o para combinarse con otros términos adyacentes distintos del sujeto (o del vocativo), pero admiten variaciones de número y de tratamiento formal o informal, lo que explica que encontremos también en nuestro corpus la forma *oiga*, aunque curiosamente no aparecen ni *mire* ni *escuche*, tal vez porque en el contexto que analizamos son percibidas por los interlocutores como reveladoras de una excesiva distancia social.

¹⁰ Un uso conversacional analizado ya por Briz Gómez (1998: 99).

¹¹ Cfr. Narbona Jiménez (1986).

D3: Al final→/ vas a querer/ ¿no?
 C3: Sí↑/ [RISAS] se le ha antoja(d)o lo mío↑/
 A12: Oye↑/ está mejor el té verde↓/ está buenísimo↑/
 B8: Si↓/ es verdad↓/
 A13: Mañana te lo pido verdeee→/
 B9: Pero además es mejor→/ es más sano↓/ sobre todo para las mujeres↓/ °(para la regla y todo eso)°
 A14: Estupendo↑/ bueno↓/ mañana te lo pido otra vez↑/ hasta mañana↓/

Oye (A12) introduce aquí un miembro discursivo con el que se retoma el tema inicial ya recogido en (2) –los beneficios para la salud que conlleva el consumo de té verde–, para ponderar el consejo del camarero. Esto coincide además con el final de dicha interacción, lo que invita a pensar que el cliente ha escogido tal marcador para abandonar la digresión previa y poder despedirse con un cumplido hacia su interlocutor, mediante el cual se insiste una vez más en lo acertado de su recomendación.

Entre los marcadores interactivos centrados en el oyente se encuentran también *vamos*, *venga*¹² o *anda*, unidades interjectivas con las que el hablante trata de modificar la actitud de su interlocutor, o de instarle a que ejecute una acción, como en (23), donde *venga* introduce la exhortación de una madre que va aleccionando a su hija de tres años sobre cómo debe comportarse en el bar:

(23) A (cliente) / B (camarero) / C (cliente) (ICH)
 [...]
 B15: Oye→/ tú→/ ¿cuántos años tienes↑/?
 A13: *Venga*¹³→/ habla bien↓/
 C9: Tres↓/

Curiosamente *vamos* aparece en una única ocasión en nuestro corpus, en una interacción en la que el camarero reacciona airadamente ante la queja del cliente por la tardanza en servirle su pedido,

(24) B (camarero) / C (cliente) (ICH)
 [...]
 C4: Mi tostada↓/ Julián→/
 B9: *Vamos*↓/ *vamos*↓/ está puesta→/ Paco↓/ eso es que se tiene que hacer→/ ¿eh↑/?

un uso coincidente por tanto con el que ya recoge Moliner ([1966-67]1984: 1439), que lo identifica como “expresión de enfado o de protesta”, empleada también para “incitar a hacer cierta cosa” –en este caso, instar al cliente a que deje de protestar–. La prosodia resulta clave para interpretar el sentido cabal que el hablante quiere conferirle a este tipo de marcadores. Por ejemplo, en el enunciado arriba citado *vamos* termina en ambos casos en su sílaba final con una entonación descendente, en un intento por apaciguar los ánimos, tratando de calmar al cliente.

Mucho más recurrente resulta el imperativo del verbo *andar* que, como ya estudiamos en Placencia/Mancera Rueda (2011b), suele formar parte de estructuras de modificación interna del acto central de solicitud del servicio, en la transacción central:

¹² No podemos consignar en este grupo aquellos casos en los que *venga* actúa como partícula de modalidad confirmativa, un uso cada vez más frecuente en el español conversacional: “A (cliente) / B (camarero) / C (cliente) (ICH): [...] B7: Vale, no me digas más C4: Que te digo yo que es más barato uno nuevo que arreglar el otro A5: No te preocupes yo lo miro y veo si se puede hacer algo, si no te miro otro baratito en la tienda B8: *Venga*, pues, ¿hablamos, no?”.

¹³ Según la definición de este marcador recogida en Briz Gómez/Portolés Lázaro/Pons Bordería (2008), *venga* “[...] llama la atención del destinatario y le anima a actuar según lo que se va a decir o solicitar a continuación o lo que se ha dicho o solicitado anteriormente”.

(25) D (camarero) / E (cliente) (ICH)
[...]
E2: *Anda*↑/ *Pepeee*→/ dame un vasito de agua→/

Anda, pronunciado con entonación ascendente en la sílaba final, ostenta aquí un valor atenuante, pues parece utilizarse para aminorar la fuerza ilocutiva de la petición. Y lo mismo sucede con otras fórmulas de cortesía como *por favor*, *haced el favor* o *cuando puedas*, cuya presencia resulta recurrente tanto en las ICH como en las ICE:

(26) A (cliente) (ICE)
A1: Un descafeinado de máquina/ *por favor*→/

(27) A (cliente) (ICE)
A1: Buenas→// ¡ponme una tostada/ *haced el favor*↑/!

(28) A (cliente) (ICH)
[...]
A1: Buenos días→// *Cuando puedas*→/ dame un chupito↑/ Dani→/

A este grupo de marcadores interactivos centrados en el oyente pertenecen también los denominados *apéndices comprobativos* (cfr. Martín Zorraquino/Portolés Lázaro 1999), operadores como *¿verdad?*, *¿sabes?*, *¿vale?*, *¿eh?*, *¿no?*, con los que el hablante pretende obtener del interlocutor cierta corroboración respecto a lo afirmado en el fragmento discursivo precedente. En las ICH es frecuente encontrarlos tras la petición de confirmación del servicio formulada por el camarero, algo motivado por lo habitual de la transacción en este tipo de establecimientos:

(29) D (camarero) (ICH)
[...]
D14: Mantequilla era→/ *¿verdad* cariño↑/?

En las ICE por otro lado, el camarero se sirve de estos apéndices para, pasado un cierto tiempo tras la petición, poder verificar si lo que se dispone a servirle al cliente es realmente el producto solicitado por él:

(30) A (cliente) / B (camarero) (ICE)
B1: Buenos días↓/ *¿qué* quiere señorita↑/?
A1: Hola↓/ un descafeinado de sobre y un medio de aceite por favor↓/
B2: [se dirige al otro camarero] ¡Dame medio con aceite y leche para un sobre↑/!
(5´´)
B3: Era media de aceite↓/ *¿verdad*↑/?
A2: Gracias↓/

o para especificar mejor algunas de las condiciones de la transacción comercial, como en este ejemplo, en el que el cliente es advertido de que la tostada con jamón que ha ordenado llevará jamón cocino –no serrano, del que parecen no disponer en ese momento en el local–:

(31) A (cliente) / B (camarero) / C (cliente) (ICE)
B1: Hola↓// *¿qué* falta por aquí↑/?
A1: Dos batidos de chocolate↓/ y/ *¿tostada*↑/?
C1: Eso es↓// media con jamón/ y media más con mantequilla↓/
B2: Es york/ el jamón es de york *¿vale*↑/?
C2: Vale↓/

Tales marcadores pueden encontrarse también en boca del cliente, especialmente cuando su propósito es el de asegurarse de que el interlocutor ha comprendido la orden,

(32) A (cliente) / B (camarero) (ICE)

A1: ¿Me pone un cortado→/ por favor↑/?

B1: ¿Un cortado↑/?

A2: Pero con más leche que café ¿eh↑/?¹⁴ Café muy poquito→// o nescafé→/

de ahí que Ortega Olivares (1985) los incluya en la categoría de los *apéndices comprobativos*, destinados a confirmar que el oyente acepta el contenido del segmento discursivo al que van pospuestos. Y abundan asimismo en los episodios de habla relacional, como en este fragmento, en el que el camarero le relata a un cliente cómo consiguió librarse de un atasco (B4):

(33) A (cliente) / B (camarero) (ICH)

[...]

A4: ¿y no te cogió la caravana↑/?

B4: No Es que→/ / yo me fui el miércoles por la tarde↑/ y me cogió algo / pues menos mal que acerté→/ ¿sabes↑/? [...]

En este caso el hablante no persigue una respuesta por parte del oyente, sino más bien su complicidad, una muestra de que comprende su decisión de viajar un día antes para evitar los atascos que suelen formarse en la carretera los días festivos.

Por último, analizaremos a continuación el uso de unidades interjectivas como *hombre*, *hijo*, *niña* o *tío*¹⁵, con las que el hablante apela directamente a su interlocutor¹⁶. Y es que marcadores del discurso como *hombre* o *mujer* tienen su origen en el empleo como vocativo del sustantivo homónimo, que, al experimentar un proceso de gramaticalización, abandonó tanto su capacidad de moción de número como su posibilidad de ser determinado por un adyacente. Según Fuentes Rodríguez (1995), el hablante puede recurrir a estas expresiones para manifestar con vehemencia su propia subjetividad. Esto podría traducirse como “autoafirmación”, uno de los componentes de imagen (*face*) de los españoles, de acuerdo con Bravo (1999) y Hernández Flores (1999)¹⁷. Algo apreciable en otro fragmento de esta interacción, en la que el cliente relata al camarero una anécdota sobre cómo se ha quedado encerrado en el ascensor del edificio en el que trabaja,

¹⁴ De acuerdo con Briz Gómez/Portolés Lázaro/Pons Bordería (2008), se trata de una partícula discursiva utilizada para apelar “[...] al oyente, solicitando de manera reforzada que confirme, ratifique o acepte lo dicho o lo que el hablante le pide, con frecuencia un cambio de actitud, de forma expresa o sobreentendida”.

¹⁵ Sobre la rentabilidad de los vocativos como procedimiento expresivo de cortesía verbal cfr. por ejemplo Haverkate (1994).

¹⁶ El estudio comparativo de las selecciones léxicas empleadas en los saludos y despedidas en las ICH y en las ICE es algo a lo que no podemos dedicarnos aquí, por lo que nos hemos limitado a constatar que tanto en unas como en otras aparecen de manera recurrente formas nominales como *caballero*, *señora* o *señorita*.

¹⁷ Bravo (1999) y Hernández Flores (1999), apoyándose en el trabajo de Thurén (1988), emplean la noción de auto-afirmación, para referirse por ejemplo a la expresión libre de opiniones entre españoles que no resulta en amenazas a la imagen del interlocutor. De acuerdo con Thurén (1988: 217) y en base a su estudio en un barrio en Valencia, para los españoles, “[...] it is important to express [their] opinions forcefully and persuasively; one should be able to persuade through showing the invincible structure and logic of one's opinions and also through demonstrating their emotional charge.”

(34) A (cliente) / B (camarero) (ICH)

[...]

B12: Pero→/ ¿lo pasaste muy mal↑/?

A13: *Hombre*↑/ yo claustrofóbico no soy↓// que si no→/... Mal un poco sí↓// Pero el bedel vino pronto// Menos mal que vino el bedel→// Yo es que no lo entiendo/ porque en la otra parte hay otros dos ascensores y no se quedan↓// Y no se quedan nunca paraos/ y este sí→/

B13: Pero *hombre*→/ ¿y entonces por qué no te montas en los otros↑/?

o en esta otra interacción, en la que el hablante manifiesta en B13 su clara preferencia por el sexo contrario:

(35) A (cliente) / B (camarero) (ICH)

[...]

B12: § Y yo pensé↑/ ¡vaya tela este maricón!/ pero me gustó el piropo↓/
el piropo me gustó/ pero ojo↑/ sólo el piropo↓/

A18: Puesss→/ tú empieza a pensar↑/

B13: *Hombreee*↑/ a mí me gustan más las mujeres↓/

En ocasiones hasta se duplica el marcador, especialmente en intervenciones reactivas (B1):

(36) A (cliente) / B (camarero) (ICH)

A1: Mira↑/ mira↑/ Jose→/ mira lo que viene en el periódico↓/

B1: *Hombre*↓/ *hombre*↓/ ¡el paso de palio de la Macarena!

Los distintos valores semánticos de *hombre* –o de su equivalente femenino– varían en función de la posición que ocupa en el miembro discursivo en el que se inserta. Así, cuando aparece al comienzo de un fragmento discursivo puede revelar la sorpresa del hablante ante una situación inesperada, por ejemplo, ante la llegada de un cliente conocido en D1:

(37) A (cliente) / B (camarero) / C (cliente) / D (camarero) (ICH)

D1: *Hombre*→/ aquí tenemos a Granada e Inma↓/

o muestra su discrepancia respecto a lo enunciado por su interlocutor, como en esta conversación (A6), en la que camarero y cliente demuestran poseer una distinta “filosofía de vida”:

(38) A (cliente) / D (camarero) (ICH)

[...]

D4: Hay momentos para todo↑/ algunos para reír y otros para llorar↓// nos toca reír// y nos reímos↓/ nos toca llorarr/ y lloramos↓// así somos↓/

A5: Sí↑/ Luis↓/

D5: Tampoco te puedes llevar todo el día riendo/ porqueee/ ¡no podemos estar todo el día de guasa!

A6: No// *hombreee*→/ siempre es mejor reír que llorar→/ pero no demasiado↓/

El enfocador de la alteridad *hombre* puede utilizarse para aludir a interlocutores de ambos sexos, mientras que *mujer* remite siempre a una interlocutora. Y algo similar sucede con los apelativos *niño/a*, *chicos* o *tío*, presentes exclusivamente en ICH,

(39) A (cliente) (ICH)

[...]

A5: *Niño*→/ dame un cortaíto↓/

(40) A (cliente) / B (camarero) (ICH)

A1: ¡Hola→/ chicos↑!

B1: Buenas↑// niña↓/ [...]

(41) A (cliente) / B (camarero) (ICH)

A1: Anda↑/ Jose↑/ dame uno de los ciegos→/

B1: ¿Qué número quieres→/ tío↑/?

tal vez porque se utilizan para imprimir un tono amistoso a la conversación, algo que en las ICE no parece necesario, debido a la brevedad de los intercambios, restringidos en la mayor parte al acto de realización de la transacción comercial.

Todas las expresiones de este tipo que encontramos en los bares sevillanos son marcadores de carácter empático, puesto que implican un gran acercamiento socioafectivo hacia el interlocutor, especialmente algunas como *cariño* –cfr. el ejemplo transcrito en 29 (D14)– o la locución interjectiva *mi alma* (B3):

(42) A (cliente) / B (camarero) (ICH)

B3: Porque mira↓// *mi alma*↓// hay (que) relajarse// porque/ tú no sabes lo aburrido que es estar todo/ todo el día↑/ con los vasos/ y los platos→/ limpiando↓§

Aunque en muchos casos se utilizan a modo de muletillas despojadas de su sentido originario, como puede apreciarse en algunas ICE, en las que el significado del marcador connota una relación de familiaridad inexistente entre los interlocutores, que apenas se conocen. Por ejemplo, el empleo de los marcadores *hijo* o *hija*, lógicamente, no implica relación de parentesco alguna (B3):

(43) A (cliente) / B (camarero) (ICE)

A1: Me falta la entera redonda↓/

B1: ¿Qué te falta↑/?

A2: La entera/ redonda→/

B2: De mollete↓// ¿no↑/?

A3: Sí↓/

B3: ¿Con qué era/ *hija*↑/?

En ciertas ICH, sustantivos de significación peyorativa como *monstruo* adquieren sentido ponderativo. Esto se aprecia en (44), donde el camarero manifiesta su satisfacción por volver a ver a uno de sus clientes habituales, que parece llevar mucho tiempo sin aparecer por el establecimiento (B1):

(44) A (cliente) / B (camarero) (ICH)

A1: Buenos días↑/

B1: Hombre→/ Luis↑/¿dónde estabas/ *monstruo*↑/ que estás perdido↑/?

Algo similar sucede con insultos como *hijo de puta* o *maricón*, utilizados aquí como una muestra de la amistad y la confianza que une a camarero y cliente¹⁸:

(45) A (cliente) / B (camarero) (ICH)

[...]

¹⁸ Un estudio clásico sobre insultos (rituales) que cumplen una función afiliativa es el de Labov (1972). En cuanto al español, cfr. por ejemplo, los trabajos de Zimmermann (2005) y Stenström (2008) sobre el habla juvenil en México, Uruguay y España en el primer caso, y España en el segundo, entre otros, y el de Placencia (2010) con respecto al uso de apodos en Quito, Ecuador entre usuarios de sexo masculino de diversas edades.

B7: Pues vaya que estás tú bien estos días sin la parienta↑/
A8: No lo sabes tú bien→/ *hijo de puta* [RISAS] ↑/ ahora me como lo que yo quiero↓/
B8: Ya será menos→/ ya será menos→/ *maricón*↓/

En cambio, otros enfocadores de la alteridad de este tipo eran originariamente cumplidos. En algunas ocasiones parecen conservar parte de su significado primigenio, como sucede en la interacción de (46), en la que el camarero se dirige a una niña con los apelativos *campeona* (B19) y *guapa* (B21, B22):

(46) A (cliente) / B (camarero) (ICH)
[...]
B19: A ver→/ a ver que te vea→/ *campeona*/ vas a ganar el premio→/
[...]
A15: Venga↓/ vamos↓/ dale un beso para Andrés↓/
B21: Un beso/ *guapa*→/
A16: Venga↓/ di adiós con la manita→/
B22: Adiós↓/ Lali↓/ *guapa* adiós→/

Sin embargo, en la mayor parte de los casos estos marcadores parecen haber ido despojándose de su contenido semántico,

(47) A (cliente) / B (camarero) (ICH)
[...]
A3: ¿qué te debo↑/?/ te pago ya↓/
B3: Uno diez→/
A4: Toma→/ gracias↓///
B4: A ti/ *guapa*↓///

(48) C (cliente) (ICH)
[...]
C4: [entra por la puerta] ¿Qué pasa→/ *chaval*↑?

utilizadas a veces incluso para atenuar la fuerza ilocutiva de un acto de habla, como sucede en el siguiente ejemplo, en el que el camarero se ve obligado a aclarar a una clienta que se ha equivocado en una cuestión “delicada” como es el dinero, pues esta última parece haber calculado mal la cantidad que le debe (B7),

(49) A (cliente) / B (camarero) (ICH)
[...]
A5: Sí↓/ aquí también→/ ¿te cobras↑/?
B6: Cinco setenta→/
A6: ¿Cinco setenta y eso↑/?
B7: Claro→/ dos setenta una y luego tres de lo del otro día→/ que era con jamón↓/ En total cinco setenta↓/ *guapetona*→/
A7: Ah↑/ sí↑/ claro↓/ perdona/ claro→/

o en este otro, en el que gracias al apelativo *macho* (D1) parece atenuarse en cierto grado la magnitud del reproche dirigido al interlocutor:

(50) C (cliente) / D (camarero) (ICH)
[...]
C2: ¡La entera es para mí↑!/
D1: Vaya lío que estás montando→/ *macho*↓/

La siguiente tabla muestra la incidencia en nuestro corpus del tipo de marcadores examinados en esta sección:

CÓMPUTO TOTAL DE LOS MARCADORES INTERACTIVOS MÁS FRECUENTES EN LOS DOS CONTEXTOS ANALIZADOS		
	ICH	ICE
Centrados en el oyente Total: 362(45,64%)	279 (77,07%)	83 (22,92%)

Como se puede ver, al igual que con el primer tipo (sección anterior), su empleo es mucho más frecuente en ICH que en ICE.

4. Resumen y consideraciones finales

En este trabajo nos hemos centrado en el análisis de los marcadores interactivos más frecuentes en los intercambios que tienen lugar entre camareros y clientes en bares en Sevilla; el corpus examinado incluyó dos tipos de interacciones: ICH e ICE. Nuestro objetivo ha sido mostrar el papel que cumplen estos marcadores en la construcción de relaciones familiares que se encuentran en ICH, pero cuya importancia se hace más evidente al examinar su uso en ICH en contraste con ICE.

Para nuestro estudio, hemos adoptado la clasificación global propuesta por Cortés Rodríguez/Camacho Adarve (2005), según la cual los marcadores del discurso oral constituyen piezas de articulación pragmático-textual reveladoras de las relaciones socioafectivas entre los hablantes. Esto puede advertirse tanto en el análisis de los marcadores interactivos surgidos a propósito del tema principal de la interacción comunicativa, como de aquellos centrados en el oyente.

Los marcadores a propósito del tema de conversación, como hemos visto, son los más recurrentes tanto en las ICH como en las ICE, pero especialmente en las primeras (79,35% en ICH vs. 20,64% en ICE). La mayoría de las expresiones de este tipo que aparecen en nuestro corpus como hemos hecho notar son de carácter empático, algo que no debe resultar extraño en interacciones como las que analizamos aquí, eminentemente encaminadas a la prestación de un servicio; sin embargo, como hemos mostrado, en las ICH es frecuente localizar tales marcadores también entre las palabras de los clientes. Esto no es sorprendente dada la familiaridad existente entre camareros y clientes en este contexto.

Por lo que respecta al empleo de los marcadores centrados en el oyente encontramos también un uso mucho más frecuente en ICH (77,07%) que en ICE (22,92%). Según hemos ilustrado, entre estos marcadores están ciertas fórmulas de cortesía como *por favor*, o *cuando puedas*, utilizadas por el cliente para atenuar la fuerza ilocutiva de su mandato (cfr. también Placencia/Mancera Rueda 2011b) al igual que apéndices comprobativos como *¿eh?*, *¿no?* o *¿verdad?* que pueden ser de gran utilidad para que el camarero confirme el pedido o verifique ciertas condiciones de la transacción. Dichos apéndices suelen ser utilizados también por el cliente para asegurarse de que su interlocutor ha comprendido bien lo que desea.

Con frecuencia los camareros, al formular su ofrecimiento o inquirir por el pedido, apelan al cliente haciendo uso de formas nominales como *caballero*, *señor*, *señora* o *señores* –también presentes en las despedidas–. Este tipo de marcadores pueden hallarse en ambos entornos, aunque en las ICH, como hemos indicado, encontramos una mayor variedad de unidades interjectivas de carácter informal, por ejemplo *hijo*, *hombre*, *mujer*, o *mi alma*. Algunas de ellas, como *hijo de puta* o *maricón*, podrían considerarse verdaderos insultos, pero en este entorno adquieren sentido ponderativo y constituyen un indicio de la relación de familiaridad que une a camareros

y clientes en dicha clase de bares, similar a la anticortesía entre jóvenes ya analizada en Zimmermann (2005).

Otros marcadores centrados en el oyente que identificamos incluyen formas como *escucha*, *mira*, o *anda*, formas que no sólo suelen aparecer junto a los actos directivos que acompañan a la transacción central, sino que proliferan en las actividades relacionales individualizadas como cotilleo, comentarios sobre fútbol o sobre la actualidad noticiosa que se encuentran en ICH (cfr. Placencia/Mancera Rueda 2011a). Y lo mismo puede decirse de apelativos como *tío*, *macho*, *chaval*, *jefe* o *guapa*, reveladores de la confianza existente entre camarero y cliente¹⁹.

Finalmente, en las interacciones en ICH observamos adicionalmente la presencia de marcadores reactivos que ocurren también con habla relacional individualizada. Incluyen exclamaciones como *¡qué bueno!* o *¡qué bien!*, con las que la persona muestra su entusiasmo hacia el referente, manifestaciones de sorpresa como *¡anda!* y *¡uy!*, e incluso expresiones con las que se contradice lo asertado por el otro en una enunciación previa, como *¡qué va!* o *¡anda ya!* –aunque siempre en tono amistoso, haciendo gala de una gran familiaridad–. Como hacemos notar en Placencia/Mancera Rueda (2011a), la asiduidad de la relación entre camareros y clientes en ICH da lugar a un gran conocimiento compartido entre los participantes, lo que a su vez propicia y es propiciado mediante la formulación de secuencias relacionales individualizadas de diverso tipo y el empleo de un mayor número y una gama más amplia de marcadores interactivos.

Sugerimos que las diferencias encontradas en el empleo de marcadores interactivos en ICH e ICE, al igual que en el uso de otros tipos de habla relacional (cfr. Placencia/Mancera Rueda 2011a) se pueden explicar en buena medida con referencia a la expectativa de continuidad de la relación (Kong 1998), menor en establecimientos en zonas comerciales donde los clientes se encuentran accidentalmente, o de paso. Así, los resultados de nuestro estudio de acuerdo al contexto de ICH apoyan los de trabajos anteriores, que resaltan una orientación de los españoles al uso de marcas afiliativas (cfr. por ejemplo Hickey 1991, 2005; Vázquez Orta 1995; Lorenzo-Dus 2001, entre otros), pero constituyen también un indicio de la existencia de variación situacional, ya que no es posible observar la misma orientación en el contexto de ICE. Igualmente los resultados de este trabajo destacan el interés del análisis de marcadores interactivos en la descripción de habla de contacto (*small talk*). Para un estudio futuro, consideramos que será útil realizar un análisis más amplio en el que se tomen en cuenta variables como el género, la edad o la clase social de los interlocutores. Consideramos también de interés explorar la variación regional en el empleo de marcadores interactivos en contextos de servicio, entre otros, utilizando corpus comparables.

Bibliografía

- Alcina Franch, Juan/Blecua Perdices, José Manuel (1975): *Gramática española*. Barcelona: Ariel.
- Álvarez, Alexandra (1999): "La hipótesis criolla sobre el español de Venezuela: La simplificación en el nivel discursivo", en: Zimmermann, Klaus (ed.): *Lenguas criollas de base lexical española y portuguesa*. Madrid/Frankfurt: Iberoamericana/Vervuert, 389-410.

¹⁹ En contextos de servicio, cfr. usos de apelativos con función similar en Rigatuso (2008a; 2008b) y Placencia (2004, 2007).

- Barrenechea, Ana María (1979): *Estudios lingüísticos y dialectológicos. Temas hispánicos*. Buenos Aires: Hachette.
- Bravo, Diana (1999): "¿Imagen 'positiva' vs. imagen 'negativa'?": Pragmática sociocultural y componentes de face", en: *Oralia* 2, 155-184.
- Briz Gómez, Antonio (1993): "Los conectores pragmáticos en español coloquial (I): su papel argumentativo", en: *Contextos* IX, 21/22, 145-188.
- (ed.) (1995): *La conversación coloquial (Materiales para su estudio)*. Valencia: Universidad de Valencia. [Anejo XVI de la revista Cuadernos de Filología]
- (1998): *El español coloquial en la conversación. Esbozo de pragmatogramática* Barcelona: Ariel.
- Briz Gómez, Antonio/Portolés Lázaro, José/Pons Bordería, Salvador (2008): *Diccionario de partículas discursivas del español*. <<http://www.dpde.es/>> (12 marzo 2010).
- Briz Gómez, Antonio/Universitat de València Grupo Val.Es.Co. (2002): *Corpus de conversaciones coloquiales*. Madrid: Arco Libros.
- Camacho Adarve, María Matilde (2003): "Algunos oficios interactivos de la repetición en el discurso oral: funciones eulógicas y dislógicas", en: *Oralia* 6, 119-146.
- Carranza, Isolda (1998): *Conversación y deixis de discurso*. Córdoba, Argentina: Universidad Nacional de Córdoba.
- Casado Velarde, Manuel (1991): "Los operadores discursivos *es decir, esto es, o sea y a saber* en español actual: valores de lengua y funciones textuales", en: *Lingüística Española Actual* 13, 87-116.
- Cepeda, Gladys/Poblete, María Teresa (1996): "Marcadores conversacionales: función pragmática y expresiva", en: *Estudios Filológicos* 31, 105-117.
- Chodorowska-Pilch, Marianna (1999): "On the polite use of *vamos* in Peninsular Spanish", en: *Pragmatics* 9, 343-355.
- (2001): "*Si quieres* como marcador gramaticalizado de cortesía", en: Ferrer, Hang/Pons, Salvador (eds.): *Quaderns de Filologia. Estudis Lingüístics VI: La pragmática de los conectores y las partículas modales*. Valencia: Universitat de València, 81-92.
- (2008): "*Verás* in Peninsular Spanish as a grammaticalized discourse marker invoking positive and negative politeness", en: *Journal of Pragmatics* 40, 1357-1372.
- Cortés Rodríguez, Luis (1998): "Marcadores del discurso y análisis cuantitativo", en: Martín Zorraquino, María Antonia/Montolío Durán, Estrella (eds.): *Los marcadores del discurso. Teoría y análisis*. Madrid: Arco Libros, 143-160.
- (2006): "Los elementos de final de serie enumerativa del tipo y todo eso, o cosas así, y tal, etcétera en el discurso oral en español. Perspectiva textual", en: *Birkbeck Studies in Applied Linguistics* 1, 82-106.
- (2007): "Las series enumerativas en el debate político tras el atentado de Barajas: Rodríguez Zapatero y Rajoy frente a frente", en: *Oralia* 10, 47-102.
- Cortés Rodríguez, Luis/Camacho Adarve, María Matilde (2005): *Unidades de segmentación y marcadores del discurso: elementos esenciales en el procesamiento discursivo oral*. Madrid: Arco Libros.
- Coupland, Justine (ed.) (2000a): *Small Talk*. Harlow: Longman.
- (2000b): "Introduction: sociolinguistic perspectives on small talk", en: Coupland, Justine (ed.): *Small Talk*. Harlow: Longman, 1-25.
- De los Heros, Susana/Montes, Cecilia (2008): "Una primera aproximación al habla de contacto en dos peluquerías limeñas ", en: *Oralia* 11, 169-190.

- Duncan, Starkey (1974): "On the structure of speaker–auditor interaction during speaking turns", en: *Language in Society* 2, 161-180.
- Duranti, Alessandro (1997): *Linguistic Anthropology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fuentes Rodríguez, Catalina (1987): *Enlaces extraoracionales*. Sevilla: Alfar.
- (1993): "Conectores pragmáticos", en: Alcaide Lara, Esperanza/Ramos Márquez, María Del Mar/Salguero Lamillar, Francisco José (eds.): *Estudios lingüísticos en torno a la palabra*. Sevilla: Universidad de Sevilla, 71-104.
- (1995): "Modalidad y conexión en el lenguaje coloquial", en: *Español Actual* 63, 175-190.
- (2009a): "Significado, discurso y contexto: *el total es lo que cuenta*", en: Camacho Taboada, María Victoria/Rodríguez Toro, José Javier/Santana Marrero, Juana (eds.): *Estudios de lengua española: descripción, variación y uso. Homenaje al Prof. Humberto López Morales*. Madrid/Frankfurt: Iberoamericana/Vervuert, 285-315.
- (2009b): *Diccionario de conectores y operadores del español*. Madrid: Arco Libros.
- Garcés Gómez, María Pilar (1992): "El operador discursivo *pues* en el español hablado", en: *Romanistisches Jahrbuch* 43, 261-276.
- Haverkate, Henk (1994): *La cortesía verbal: estudio pragmlingüístico*. Madrid: Gredos.
- Hernández Flores, Nieves (1999): "Politeness ideology in Spanish colloquial conversation: The case of advice", en: *Pragmatics* 9, 37-49.
- Hernando Cuadrado, Luis Alberto (1988): *El español coloquial en El Jarama*. Madrid: Playor.
- Hickey, Leo (1991): "Comparatively polite people in Spain and Britain", en: *Association for Contemporary Iberian Studies* 4, 2-6.
- (2005): "Politeness in Spain: Thanks but no thanks", en: Hickey, Leo/Stewart, Miranda (eds.): *Politeness in Europe*. Clevedon: Multilingual Matters, 317-330.
- Holmes, Janet (2000): "Doing collegiality and keeping control at work: Small talk in government departments", en: Coupland, Justine (ed.): *Small Talk*. Harlow: Longman, 32-61.
- Jakobson, Roman (1960): "Linguistics and poetics", en: Sebeok, Thomas Albert (ed.): *Style in Language*. Cambridge, Mass.: M.I.T. Press, 350-377.
- Jørgensen, Annette Myre (2008): "Diferencias y similitudes en el uso de los vocativos en el lenguaje juvenil de Madrid y Santiago de Chile", comunicación presentada en el XV Congreso de ALFAL, agosto de 2008, Montevideo, Uruguay.
- Kong, Kenneth C. C. (1998): "Politeness of service encounters in Hong Kong", en: *Pragmatics* 8, 555-575.
- Labov, William (1972): "Rules for ritual insults", en: Sudnow, David (ed.): *Studies in Social Interaction*. New York: The Free Press, 120-169.
- Laver, John (1975): "Communicative functions of phatic communion", en: Kendon, Adam/Harris, Richard/Key, Mary Ritchie (eds.): *Organization and Behavior in Face-to-Face Interaction*. The Hague: Mouton, 215-238.
- (1981): "Linguistic routines and politeness in greeting and parting ", en: Coulmas, Florian (ed.): *Conversational Routine: Explorations in Standard Communication Situations and Prepatterned Speech*. The Hague: Mouton, 289-304.
- Lorenzo-Dus, Nuria (2001): "Compliment responses among British and Spanish university students: A contrastive study", en: *Journal of Pragmatics* 33, 107-127.

- Malinowski, Bronislaw ([1923]1972): "Phatic communion", en: Laver, John/Hutcheson, Sandy (eds.): *Communication in Face-to-Face Interaction*. Harmondsworth, Middlesex: Penguin, 146-152.
- Malone, Martin (1997): *Worlds of talk: the presentation of self in everyday conversation*. Oxford: Polity.
- Martín Zorraquino, María Antonia (1994): "Gramática del discurso. Los llamados marcadores del discurso", en: *Actas del Congreso de Lengua Española (Sevilla, 1992)*. Madrid: Instituto Cervantes, 709-720.
- (1998): "Los marcadores del discurso desde el punto de vista gramatical", en: Martín Zorraquino, María Antonia/Montolío Durán, Estrella (eds.): *Los marcadores del discurso. Teoría y análisis*. Madrid: Arco Libros, 19-53.
- /Portolés Lázaro, José (1999): "Los marcadores del discurso", en: Bosque, Ignacio/Demonte, Violeta (eds.): *Gramática descriptiva de la lengua española*. Madrid: Espasa, 4051-4213.
- Martirena, Ana María (1976): "A study of interaction markers in conversational Spanish", en: McCormack, William Charles/Wurm, Stephen Adolphe (eds.): *Language and Man: Anthropological Issues*. The Hague: Mouton de Gruyter, 269-286.
- McCarthy, Michael (2000): "Mutually captive audiences: Small talk and the genre of close-contact service encounters", en: Coupland, Justine (ed.): *Small Talk*. Harlow: Longman, 84-109.
- (2003): "Talking back: 'Small' interactional response tokens in everyday conversation", en: *Research on Language and Social Interaction* 36, 33-63.
- Mederos Martín, Humberto (1988): *Procedimientos de cohesión en el español actual*. Santa Cruz de Tenerife: Excmo. Cabildo Insular de Tenerife.
- Moliner, María ([1966-67]1984): *Diccionario de uso del español*. Madrid: Gredos.
- Narbona Jiménez, Antonio (1986): "Problemas de sintaxis coloquial andaluza", en: *RSEL* 16, 229-276.
- Ortega Olivares, Jenaro (1985): "Apéndices modalizadores en español: Los 'comprobativos'", en: *Estudios románicos dedicados al prof. Andrés Soria Ortega, Vol. 1*. Granada: Universidad de Granada, 239-255.
- Placencia, María Elena (2004): "Rapport-building activities in corner shop interactions", en: *Journal of Sociolinguistics* 8, 215-245.
- (2007): "Entre lo institucional y lo sociable: conversación de contacto, identidades y metas múltiples en interacciones en la peluquería", en: *Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana (RILI)* V, 1(9), 139-161.
- (2010): "¿Qué dice flaco? Algunos aspectos de la práctica social de apodar en Quito", en: Hummel, Martin/Kluge, Bettina/Vázquez Laslop, María Eugenia (eds.): *Formas y fórmulas de tratamiento en el mundo hispánico*. México, D.F./Graz: El Colegio de México/Karl Franzens Universität, 965-992.
- /García, Carmen (eds.) (2008a): *Sección temática: Formas, usos y funciones del habla de contacto en español, Oralía 11*.
- /García, Carmen (2008b): "Formas, usos y funciones del habla de contacto en español. Introducción", en: *Oralía* 11, 9-28.
- /Mancera Rueda, Ana (2011a): "Vaya, ¡qué chungo! Rapport-building talk in service encounters in Seville: The case of bars at breakfast time", en: Lorenzo-Dus, Nuria (ed.): *Spanish at Work: Analysing Institutional Discourse across the Spanish Speaking World*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 192-207.
- /Mancera Rueda, Ana (2011b): "Dame un cortado de máquina, cuando puedas: estrategias de cortesía en la realización de la transacción central en bares de

- Sevilla", en: Fuentes Rodríguez, Catalina/Alcaide Lara, Esperanza/Brenes Peña, Ester (eds.): *Aproximaciones a la (des)cortesía verbal en español*. Bern: Peter Lang.
- Portolés Lázaro, José (1998a): *Marcadores del discurso*. Barcelona: Ariel Practicum.
- (1998b): "Teoría de la Argumentación en la Lengua y los marcadores del discurso", en: Martín Zorraquino, María Antonia/Montolío Durán, Estrella (eds.): *Los marcadores del discurso. Teoría y análisis*. Madrid: Arco Libros, 71-91.
- (1999): "Los ordenadores del discurso y el lenguaje periodístico", en: Garrido Medina, Joaquín (ed.): *La lengua y los medios de comunicación: Actas del Congreso Internacional*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 161-169.
- Rigatuso, Elizabeth (2008a): "¡Qué! ¿Tienen calor? Conversación de contacto en español bonaerense: de interacciones institucionales, de servicio y sociales", en: *Oralia* 11, 133-168.
- (2008b): "Conversación de contacto y variación situacional: la construcción de identidad en dos dominios interaccionales del español bonaerense actual", comunicación presentada en el XV Congreso de ALFAL, agosto de 2008, Montevideo, Uruguay.
- Stenström, Anna-Brita (2008): "Algunos rasgos característicos del habla de contacto en el lenguaje de adolescentes en Madrid", en: *Oralia* 11, 207-226.
- Thurén, Britt-Marie (1988): *Left Hand Left Behind: The Changing Gender System of a Barrio in Valencia, Spain*. Stockholm: University of Stockholm.
- Vázquez Orta, Ignacio (1995): *A contrastive study of politeness phenomena in England and Spain. Applied and Interdisciplinary Papers, Paper no. 267*. Duisburg: L.A.U.D.
- Villemoes, Annette (2003): "How do southern Spaniards create the conditions necessary to initiate negotiations with strangers", en: *Hermes Journal of Linguistics* 31, 119-134.
- Zimmermann, Klaus (2005) "Construcción de la identidad y anticortesía verbal entre jóvenes", en: Bravo, Diana (ed.): *Estudios de la (des)cortesía en español. Categorías conceptuales y aplicaciones a corpus orales y escritos*. Buenos Aires: Programa EDICE-Editorial Dunken, 245-271.