

Quaderns de Filologia. Estudis Lingüístics. Vol. XII (2007) 175-191

CORTESÍA LINGÜÍSTICA EN ACTOS DIRECTIVOS

Josefa Contreras Fernández
Universidad Politécnica de Valencia

1. INTRODUCCIÓN

El presente artículo trata sobre el concepto de la cortesía lingüística y su relación con los actos de habla directivos en diferentes contextos situacionales y culturales. El concepto de la cortesía lingüística ha sido estudiado desde diferentes enfoques, creando una tensión entre perspectivas universalistas que defienden la posibilidad de abarcar conceptualmente los comportamientos de cortesía en todas las culturas y aquellos que tienen en cuenta los contextos socioculturales, como Matsumoto (1988), Kasper (1990), Ide (1992), Thomas (1995), Bravo (1999), Hernández-Flores (2002). Consideramos la cortesía lingüística una actividad social, es decir, una estrategia comunicativa dentro de las actividades de imagen tanto del que habla como del que escucha, y que, a su vez, queda regulada por las convenciones culturales, a partir de las cuales un comportamiento lingüístico se puede interpretar como cortés o descortés.

Como es sabido, los actos directivos constituyen uno de los cinco tipos de actos de habla que Searle (1969) diferencia. A través de un acto directivo el hablante trata de conseguir que se “hagan cosas”; una petición o una orden son ejemplos de actos directivos. Estos actos, según Brown y Levinson (1987), son *a priori* una amenaza para la imagen del interlocutor, por lo que suponen un buen campo para analizar y explicar la distinción entre cortesía codificada y cortesía interpretada, establecida por Briz & Grupo Val.Es.Co. (2004).

El propósito de este trabajo es hacer un estudio comparativo de la cortesía codificada y de la cortesía interpretada y, a su vez, contrastar la similitud y/o diferencia en dos contextos situacionales, transaccionales y coloquiales, así como en dos contextos culturales, el español y el alemán. La cortesía se estudiará en función de la unidad de la conversación en que se encuentre (acto o intercambio), puesto que las unidades de la conversación influyen directamente en la codificación y en la interpretación de la cortesía (Briz y

Grupo Val.Es.Co., 2004), como se verá en el análisis. Finalizaremos el trabajo con unas conclusiones que hacen referencia a los resultados de dicho análisis. Nuestros objetivos son, por una parte, mostrar la importancia de tener en cuenta al interlocutor y, en ese sentido, estudiar la cortesía en el contexto de las unidades dialógicas de la conversación, esto es, la cortesía interpretada; y, por otra parte, ver qué comportamientos comunicativos y qué mecanismos lingüísticos diferencian los dos contextos culturales en cuestión.

2. ACTOS DE HABLA

Los actos de habla requieren de una situación comunicativa en la que realizarse; por ejemplo una petición apela a un interlocutor. Los interlocutores han de tener una competencia conversacional, que significa poder interpretar determinados enunciados dentro de determinados contextos, tanto situacionales como culturales.

El concepto de acto de habla de la teoría de Austin (1962) y su desarrollo posterior de Searle (1969) en una aplicación pragmática proviene de una perspectiva filosófica y no comunicativa. Auer (1999), analizando los actos de habla de Searle (1969), comenta que el acto de habla aislado es una ilusión, ya que la actuación de habla '*sprachliches Handeln*' siempre debe estar integrada en un contexto secuencial (Auer, 1999: 89). Consideramos que la teoría de los actos de habla es útil como punto de partida por su tratamiento de la lengua en lo relativo a la función, pero para tratar la vertiente comunicativa de la lengua es necesario incorporar otros elementos comunicativos no considerados en esta teoría, como por ejemplo, el lenguaje no verbal o las reacciones del receptor. Por ello, para un análisis conversacional preferimos usar el concepto de acto comunicativo, propuesto por Allwood (1987) y retomado por Hernández-Flores (2002). Por acto comunicativo se entiende la acción por la cual un emisor tiene la intención de mostrar o señalar información a un receptor.

A communicative act is an action by which a sender intends to display or signal information to a receiver. Many communicative acts are effected through verbal behaviour. This has led some authors, e.g. Searle 1969, to propose that so-called speech acts be regarded as the fundamental units of human communication. However, if one considers the kind of activity that Searle regards as speech acts [...], one notices that many of them are not necessarily connected with speech. One can warn or admit non-verbally (Allwood, 1987: 179).

Lo que aporta este concepto es que el acto se define por el objetivo comunicativo, el cual puede coincidir o no con lo expresado por el acto en

palabras. El objetivo comunicativo se manifestará por las características lingüísticas y no lingüísticas y, sobre todo, por las reacciones de los interlocutores. En ese sentido, y como veremos en el análisis, es esencial para este estudio el concepto de acto comunicativo.

3. CORTESÍA LINGÜÍSTICA

Una vez distinguidos los conceptos de acto de habla y acto comunicativo, nuestro objetivo es estudiar la relación de los actos directivos con la cortesía codificada, es decir, convencionalizada, y con la cortesía interpretada, esto es, dependiente del contexto de realización. Según Briz y Val.Es.Co. (2004), la cortesía codificada está sujeta a la convención y, por ello, a patrones de conducta y comportamientos socialmente apropiados, mientras que la cortesía interpretada es una estrategia lingüística interaccional, evaluable contexto a contexto, dependiendo de las expectativas de unos y otros, y, sobre todo, de las reacciones de los interlocutores que participan en la conversación. De acuerdo con los postulados de Briz y Val.Es.Co., las unidades conversacionales influyen en la codificación y, en consecuencia, en la interpretación de la cortesía. Asimismo, tanto el contexto situacional como el contexto cultural afectan a la interpretación de la cortesía.

La cortesía es un principio de regulación social de las interacciones. Como actividad social es una estrategia comunicativa dentro de las actividades de imagen del hablante y del oyente. Un concepto central en el estudio de la cortesía es el de *face* o imagen, establecido por Goffman (1971) y retomado por Bravo (1996, 1999), quien le confiere un lugar central al concepto de la imagen social en una teoría de la cortesía. Bravo (1999, 2000, 2003, 2004), al igual que Brown y Levinson (1987), también se basa en el concepto de imagen de Goffman, pero señala que “existen contextos socioculturales que dan cuenta de representaciones particulares de la realidad cognitiva, emotiva y social, los cuales se manifiestan en contenidos básicos de la imagen con la que un individuo o grupo se identifica” (Bravo, 1999: 157). Para esta autora esos contenidos básicos son universales, en el sentido de que son categorías vacías que deberán ser rellenadas para cada comunidad de habla. Por ello, para poder caracterizar esa imagen social, hay que relacionar los comportamientos comunicativos con los contextos socioculturales. La autora propone unas categorías relacionadas con la dimensión del *ego* y del *alter* y las denomina **autonomía** y **afiliación**. La autonomía es, según Bravo, “verse o ser visto diferente a los otros” y la afiliación: “verse o ser visto en su identificación con el grupo” (Bravo, 1999: 157). Hernández-Flores (2002, 2003), partiendo de los postulados de Bravo, define la autonomía española de autoafirmación

como “mostrarse original y consciente de las buenas cualidades propias”, y el concepto de afiliación con el ideal de confianza, “saber a qué atenerse con respecto al otro, y que se puede hablar sin temor a ofensas” (Hernández-Flores, 2002: 84).

En una investigación que realizamos en un estudio anterior (Contreras, 2004) aplicamos los conceptos de imagen positiva y negativa de Brown y Levinson (1987) y pudimos observar posteriormente, por un lado, que, aunque estos postulados se podrían adaptar a la comunidad de habla alemana, no se adecuan a la española y, por otro lado, que en lo que respecta a la cultura alemana, son, según nuestro análisis, insuficientes, ya que con estos postulados no se puede explicar la característica de la imagen social alemana de privacidad. Debido a ello y después de analizar los resultados de nuestra investigación en un corpus de conversaciones transaccionales y coloquiales, y contrastar los resultados de estas conversaciones con unas encuestas (Contreras, 2005), definimos la imagen social alemana de la siguiente forma:

CUADRO 1: Imagen social

Imagen Social Española	Imagen Social Alemana
Autonomía: “Verse o ser visto diferente a los otros” Bravo (1996) “Autoafirmación: ser consciente de las buenas cualidades propias” (Hernández-Flores, 2002).	Autonomía: “Verse o ser visto diferente a los otros” Bravo (1996) Autoafirmación: tener confianza en sí mismo y habilidad crítica (Contreras 2005).
Afiliación: “Verse o ser visto en identificación con el grupo” Bravo (1996) “Confianza: saber a qué atenerse con respecto al otro, hablar sin temor a ofensas” (Hernández-Flores, 2002).	Afiliación: “Verse o ser visto en identificación con el grupo” (Bravo 1996) Privacidad: delimitación de la esfera privada y la pública (Contreras 2005).

Como se desprende del cuadro anterior, aceptamos para la imagen social española los conceptos propuestos por Bravo (1996) y Hernández-Flores (2002), y los adoptamos para la cultura alemana. El valor cultural que caracteriza a la imagen social alemana tiene cabida en las categorías de autonomía y afiliación. La imagen social alemana se caracteriza por el concepto de autoafirmación, pero más bien en el sentido de mostrarse orgulloso por tener habilidad crítica y confianza en uno mismo. Respecto a la categoría de afiliación, defendemos que la imagen social alemana, se define por el concepto de privacidad, ya que se caracteriza por la delimitación de la esfera privada y la pública.

4. ANÁLISIS

En lo que se refiere al análisis de la conversación, se analizan los actos directivos en unidades monologales y unidades dialogales. De acuerdo con Briz y Val.Es.Co. (2003), el acto y la intervención forman el nivel monológico, así como el intercambio y el diálogo el nivel dialógico. Según Briz y Val.Es.Co. “todas estas unidades de la conversación se obtienen por combinatoria, dentro de un contexto real” (2004: 69). Como bien dice este autor y como se verá en los resultados del análisis, las intervenciones corteses están parcialmente convencionalizadas en cada lengua. Por consiguiente, el estudio de la cortesía lingüística en unidades monologales sólo podría dar cuenta de atenuantes corteses en los enunciados y de formas ritualizadas de cortesía. Según Briz y Val.Es.Co. aunque “una forma lingüística pueda asociarse convencionalmente a una estrategia cortés, el efecto en la interacción puede variar hasta el punto de que lo codificado como cortés deje de serlo, incluso, pueda llegar a interpretarse como descortés.” (2004: 72) Así pues, un análisis basado en las unidades monológicas sólo puede explicar la cortesía codificada, pero no la cortesía interpretada. Se pretende averiguar los comportamientos comunicativos, sobre todo, en lo referente al interlocutor y los mecanismos lingüísticos según el contexto situacional y cultural con el fin de observar qué mecanismos lingüísticos se utilizan y cómo actúan los filtros de interpretación. Briz y Val.Es.Co. (2004: 79 ss.) proponen unos filtros evaluadores y de interpretación de la cortesía. Estos filtros están jerarquizados y permiten explicar la evaluación de la cortesía antes y durante el proceso interaccional mismo. Dichos autores destacan los siguientes filtros: “+/-solidaridad entre los interlocutores, +/-fin interpersonal de la interacción, +/-pertinencia de ideomas¹, +/-problematicidad temática, +/-aceptación lingüística y social” (Briz y Grupo Val.Es.Co.: 2004: 79). En este análisis se tendrán en cuenta los filtros evaluadores sólo durante el fragmento analizado. Además, únicamente se hará alusión a los filtros que más destacan en la secuencia en cuestión.

Se analizarán primero conversaciones transaccionales españolas y alemanas, y después conversaciones coloquiales también de ambas comunidades de habla.

¹ Los ideomas son filtros que nos permiten explicar las diferentes interpretaciones de lo cortés y de los mecanismos lingüísticos empleados. Son característicos de cada cultura y, en ese sentido, están relacionados con la imagen social de cada comunidad de habla. (Briz y Grupo Val.Es.Co., 2004: 82-83).

4.1. *Conversaciones transaccionales*

Las conversaciones que se analizan² a continuación son conversaciones transaccionales alemanas y españolas respectivamente, grabadas en agencias de viajes³, donde la relación de proximidad entre los interlocutores es menor, existe relación de desigualdad social, al menos funcional, entre los interlocutores, no se tratan temas cotidianos, y son conversaciones con un cierto grado de planificación (Albelda, 2004), puesto que los clientes saben, en principio, las preguntas que quieren formular al personal de la agencia. Sobre todo, son conversaciones con una finalidad transaccional, ya que los clientes van a informarse sobre un viaje que les interesa realizar, o directamente van a reservar un viaje⁴.

El primer ejemplo procede de la grabación Asturias (275). Una pareja quiere hacer un viaje a Asturias, la agente explica a los clientes las posibilidades que tienen.

- (1)
- A: una catedral→ **o te das una vuelta** (([]))
- B: [([]))
- C: [([])) y vienes aquí→
- A: y luego **te vas a buscar el sitio** es ahí →(([]))]
- C: [hombre] sales por la mañana→
y te vas viendo cosas→

En este primer fragmento se realizan dos actos comunicativos que serían para Brown y Levinson (1987) una amenaza para la imagen y, por consiguiente, un acto descortés, pero dentro de este contexto situacional estas órdenes no se interpretan como amenaza o descortesía, sino como sugerencia y, en ese sentido, una estrategia comunicativa de cortesía, ya que el objetivo comunicativo es mostrar a los clientes diversas opciones. Según observamos en la intervención reactivo-iniciativa del cliente C, éste también lo considera una sugerencia puesto que se adapta y continúa en la línea del agente y, sobre todo lo acepta. Consideramos la adaptación⁵ un mecanismo lingüístico que

² Los enunciados analizados están marcados en negrita en todos los fragmentos.

³ Las conversaciones alemanas fueron grabadas en Berlín y Lippstadt, respectivamente, y las conversaciones españolas, en Valencia.

⁴ En todas estas conversaciones transaccionales 'A' es el agente de la agencia de viajes y 'B' y 'C' son los clientes.

⁵ Intento de aproximación al otro, de aumentar la relación interpersonal que determinan el uso coloquial y de más solidaridad y confianza.

aquí va unido al filtro evaluador de +aceptación. Este filtro permite que estos dos actos que se podrían codificar como descorteses no se interpreten de ese modo, más bien lo contrario. Según los filtros evaluadores y de interpretación de la cortesía propuestos por Briz y Val.Es.Co. “el fin último de toda interacción es lograr el acuerdo, la aceptación lingüística (y social) del otro” (2004: 84) y con tales acciones aquí se logra.

Las siguientes conversaciones alemanas presentan rasgos similares. En la secuencia de la conversación Dalmatien (101), un señor desea ir con su familia de vacaciones y está considerando posibilidades de alojamiento.

(2)

A: soll ich nachgucken in hotel oder ferienwohnung[↑]/ ferienwohnung da haben sie keine verpflegung→ da[bei[↓]

B: [(())]

A: **da müssen sie selbst kochen**[↓]§

B: §richtig[↓]

Si nos fijáramos sólo en la unidad monológica, este acto directivo se podría considerar una amenaza para la imagen del cliente por el contenido proposicional, pero analizado como unidad dialógica no se interpreta así. El objetivo comunicativo es una aclaración a lo anteriormente dicho, hecho que el cliente acepta y afirma (richtig). Nuevamente aparece el rasgo de +aceptación, esencial para la continuación de la conversación y también para la evaluación de la cortesía interpretada.

La secuencia dialógica que aparece en el ejemplo (3) procede de la grabación Sevilla (36), donde una señora entra en la agencia para informarse.

(3)

B: mira→ pues venía para que me informaras dee→/ de los viajes aa→ para Sevilla[↑]/ que queremos ir mi marido y yo este verano→ oye→/ ((en el mes)) de julio[↓]

A: [((aa))]

B: **[a ver] si me lo dices**→

A: vamos→ a veer→// mira→/ hay un viaje organizado→/ de cinco días→/ para no tener que coger el coche ni nadaa→

En este fragmento el acto directivo de la intervención de la cliente B se podría asociar convencionalmente a una actividad de descortesía, pero la interpretación de esta intervención, dentro de este contexto situacional y cultural, es diferente. La agente no lo interpreta como amenaza, sino como una estrategia comunicativa de proximidad, es decir, de +solidaridad, y sobre

todo, de confianza, característica de la imagen social española de afiliación. De hecho, la agente lo acepta y se adapta al interlocutor, ya que continúa en un tono coloquial, tuteando incluso a la clienta (señora mayor).

En el ejemplo (4) de la grabación Fiordos (457), una pareja pide información sobre un viaje a los Fiordos; la agente, además de la información requerida, les sugiere cosas que pueden hacer:

- (4)
 A: [claro] esa zona[↑] que ((es)) de bocata o sea/ con pan yy§
 B: §con pan[↓]
 A: **y si queréis llevaros tortiillas**[↑]// porque luego a lo mejor (()) hoy nos vamos a pues nos vamos algún lado[↓]// y ya pues sabes que ((())]

En esta secuencia se aprecia un predominio del filtro evaluador de la cortesía +ideoma, relacionado con los rasgos culturales. Esta intervención, en el mismo contexto situacional no aparecería en la cultura alemana, ya que se consideraría una amenaza para la imagen social del cliente. En una cultura como la alemana se separa entre la esfera privada y la pública, y esta intervención podría aparecer en una conversación coloquial, pero no en una conversación transaccional, donde predomina el rasgo de –solidaridad y perteneciente a la esfera pública, en la que los interlocutores mantienen cierta distancia (Contreras, 2005: 147). En cambio, dentro de este contexto situacional y cultural español, se interpreta como una estrategia comunicativa de cortesía, característica de la imagen social española de afiliación y confianza. El cliente, a través de la alorrepetición de la estructura “con pan”, apoya al agente en su relato, a la vez, que estimula la conversación. Entre las distintas funciones conversacionales que puede desempeñar la estrategia de la alorrepetición, Haverkate destaca “la de expresar conformidad total con un punto de vista formulado por el interlocutor. El efecto perlocutivo que se pretende suministrar consiste en transmitir una marcada señal de cortesía positiva” (Haverkate, 2004: 57).

En el siguiente fragmento de la grabación Vier Personen (125), un señor desea hacer un viaje con su familia. Los lugares, así como los hoteles que busca, ya están ocupados, por lo que quiere llevarse los folletos a casa:

- (5)
 A: jaa→ möchten sie nochmal (())
 B: ja/ ich guck mir des nochmal durch[↓](())
 A: **wenn sie die nicht mehr brauchen/ würde ich die gerne zuRÜCKnehmen**[↓]
 B: ja[↓]

En el ejemplo (5) observamos un acto directivo en el modo condicional. El condicional actúa de atenuante de este acto impositivo, puesto que se crea más distanciamiento y, en este sentido, si hay mayor distancia interpersonal se refleja una actitud más cortés del hablante. Además, en un contexto alemán este enunciado no se considera una amenaza para la imagen social del cliente o un acto de descortesía. Pero si lo trasladáramos a un contexto cultural español, debido a los diferentes hábitos culturales a los distintos ideomas, sí se interpretaría como descortesía. No es habitual que un agente de viajes pida a los clientes la devolución de los folletos. Por lo tanto, en este fragmento los filtros que predominan, para la interpretación de +cortés, son el de +ideoma y el de +aceptación, puesto que el cliente lo acepta (ja).

En la siguiente secuencia (6) de la grabación Mallorca (40), una clienta desea información sobre un viaje de Berlín a Mallorca. Las respuestas del agente son un poco lacónicas, por lo que la clienta intenta forzar respuestas para obtener la información:

(6)

B: preislage ist driin/

A: aAa↓§

B: **§und wenn man damit nicht klar kommt/ mit dem katalog→**

A: ja↓ ja↓/ okay// **gut vielen dank** jaa↑

En la conversación transaccional alemana del ejemplo (6), observamos que la pregunta de la clienta en cuanto a la unidad monológica, no se interpreta como descortés o amenazante, ya que es una petición de información: simplemente desea saber qué hacer si no se aclara con el catálogo. El agente, sin embargo, sí lo interpreta como una descortesía. El efecto perlocutivo de este acto comunicativo se percibe en la intervención reactiva-iniciativa de A. La respuesta del agente, que es una forma lingüística de cortesía convencionalizada (bueno muchas gracias), se interpreta dentro de esta unidad dialógica, no obstante, como descortesía, ya que no contesta la pregunta de la clienta, sino que le dice indirectamente que se vaya. Aquí el objetivo comunicativo no coincide con lo expresado en palabras. El agente no desea continuar con la conversación, por lo que aquí el filtro evaluador predominante para la interpretación de la actividad cortés, sería el de –aceptación, ya que no hay acuerdo de continuar con la conversación.

4.2. *Conversaciones coloquiales*

Las conversaciones coloquiales⁶ que analizamos a continuación están grabadas en residencias familiares, donde se establecen relaciones más íntimas, de familias y/o de amistad. Debido a esto, la interacción se establece con una mayor relación de proximidad y con un mayor rasgo de cotidianidad. Las conversaciones coloquiales presentan un menor grado de planificación, una mayor finalidad interpersonal y, normalmente, un mayor saber compartido (Briz y Grupo Val.Es.Co., 2000).

La primera secuencia (7) procede de la conversación (PG.119.A.1): dos matrimonios amigos se juntan para verse y hablan sobre viajes, comidas, etc.

- (7)
 F: pimien[to colorao]
 M: [pimiento] colorao yy/ [lo hacen en salsita con]
 P: [mi madre los pulpos esos pe]queños los hace de una formaa/ que loos pulpos así estaban de maravilla↓ estoy seguro
 M: **PUES OYE/ VAS A TU MADRE Y QUE TE LOS HAGA** (3'')
 F: o que te explique cómo se hacen (()) (RISAS)
 P: sii/ te dice que te lo explique y dice quee ¡oy! ¡yo qué sé!

El acto directivo en el ejemplo (7) podría interpretarse como amenazante para la imagen social del interlocutor; de hecho, el objetivo comunicativo de M es mostrar su enfado. Sin embargo, vemos que P no lo interpreta como amenaza en este contexto situacional, puesto que el rasgo de relación vivencial de familiaridad y la relación de proximidad permiten interpretarlo como no descortés. Esto se puede apreciar en las reacciones de los demás interlocutores, así como en la risa generalizada que se produce. La risa actúa en ocasiones como mecanismo lingüístico de solidaridad y confianza (Bravo, 1996).

El fragmento siguiente también procede de la conversación (PG.119.A.1).

- (8)
 M: he dicho que quién no ha comido tocinete// ¿(ha)béis comido vosotros?
 F: yo sí§
 M: **§pues ese te lo partes**
 J: § yoo no quiero (3'')

⁶ El corpus de las conversaciones coloquiales alemanas procede del Institut für Deutsche Sprache y el de las españolas pertenece al corpus de las conversaciones coloquiales del grupo Val.Es.Co. (Briz y Grupo Va.Es.Co., 2002).

P: está ahí pa(ra) comer sí [()]

M: [yo no digo NADA/ YO NO DIGO NADA]

TETEE//7 te he dicho que te lo partieras con mi primo≠ nada más

F: ¿ese o la punta?

M: ¡uy!/ ahí queda/ teta

En el ejemplo (8), la intervención de M, que es un mandato, tampoco se interpreta como un acto descortés: El objetivo comunicativo es ofrecer comida. Según Hernández-Flores (2002), que ha investigado el rol de anfitrión español en relación con la imagen social española, el ofrecimiento de comida o bebida es una estrategia de cortesía y una característica de la imagen social española de afiliación y confianza. Como se observa también en el comportamiento comunicativo, es decir, en las reacciones de los interlocutores, predominan los filtros evaluadores de +solidaridad, +ideoma (confianza) y +aceptación, lo que nos permite interpretar también la intervención de M como una estrategia comunicativa de cortesía. Además M, en su intervención posterior, atenúa el mandato con un apelativo cariñoso (tete).

(9)

F: y nosotros casi por un punto/8 casi también nos volvemos a marchar a Mallorca// nos volvían a regalar el viaje a Mallorca si comprábamos otra cosa distinta/ yo estabaa/ decidida a comprarla (RISAS)

J: no/ no/ porque no puedo ir/ voy a ir a la fábrica↑ y voy a decir↑ oye dame otra semana§

M: §¡coño!/ **pues haberla comprao** y vamos nosotros// MIRA ESTE/ **TÚ NO PIENSAS EN LOS DEMÁS/ EGOISTA**

P: yo ahora puedo coger una semana/ si es preciso/ y recuperarla luego

M: (RISAS)/ oye/ si el aparato os hacía falta≠

La intervención de M en el ejemplo (9) de la conversación (PG.119.A.1) tampoco se interpreta como un acto descortés, ni como una amenaza para la imagen del interlocutor, dada la relación vivencial de proximidad entre los interlocutores, que pertenecen a un mismo grupo y a la misma comunidad de habla. Además, en su intervención posterior, M hace uso del mecanismo lingüístico de la risa para atenuar el contenido proposicional de su intervención anterior. Asimismo, como antes hemos comentado, la risa, a su vez, actúa como mecanismo lingüístico de solidaridad y confianza.

⁷ Apelativo familiar cariñoso.

⁸ Se refiere a los puntos obtenidos por compras y canjeables por un viaje.

En las conversaciones coloquiales alemanas⁹, también hemos encontrado intervenciones, en las que considerando sólo la unidad monológica y no la dialógica, los actos comunicativos se podrían interpretar como actos descortesés. Los fragmentos analizados proceden de la conversación alemana (BR001B) ‘Auf Nietzsches Spuren’ (677). DM va a casa de unos amigos para verlos y contarles su viaje.

La intervención de GM en el ejemplo (10) como la intervención en el siguiente ejemplo (11) son actos directivos, cuyo efecto perlocutivo no es el que cabría de esperar:

- (10)
 DM: Röcken↓
 GM: RÖCKEN↑/ da→/ was ist da? **und was hat denn das mit Nietzsche zu tun?** ich bin da [nich so→
 DM: [ja→

La pregunta del ejemplo (10) se considera, dentro de este contexto situacional, una estrategia comunicativa de cortesía, puesto que GM muestra su interés en el relato del interlocutor, y con el imperativo en el ejemplo (11), su impaciencia por seguir escuchando el relato de GM. Además, como se puede observar, predominan los filtros evaluadores de +aceptación, +solidaridad, puesto que los demás interlocutores aceptan estas intervenciones.

- (11)
 DM: [ich hab dann→] trotzdem→ in Anbetracht der WÄRme→
 darin→§
 MM: §(()) das find ich so HERRlich→/ wenn so ein junger Mann sagt→/
 das gehört zu meinem BeHAgen→ dazu↓/ das sagt heut kein Mensch
 mehr→/ aber nur der ((Thomas)) sagt das→/ ((Dirk)) sagt das→/ als→/ mit
 einer so→/ mit der Sprache der→ der Literatur des vorigen Jahrhunderts↓§
 GM: §(([ne→))
 DM: ne→/ ich les nicht so GERne→
 GM: **stör ihn [hier nich↓**
 MM: [von Be[hagen→
 GM: [ho[ho

⁹ Se trata de una grabación transcrita transliterada ortográficamente a la que he aplicado posteriormente los signos de transcripción del sistema Val.Es.Co. (2002), pero la ortografía (por ejemplo sustantivos en mayúsculas) no la he modificado por su uso posterior en el *Institut für Deutsche Sprache*. En ese sentido no es homogénea con las transcripciones de mi propio corpus.

MM: [das Wort] Behagen hat auch→/ das Wort Behagen
 das kommt auch als→/ auf jeder dritten SEIte bei Arnold Zweig vor↓/
 warum?
 DM: den kann ich überhaupt nicht leiden→
 ?: (allgemeines lautes Lachen)

Estas intervenciones, dentro de este contexto situacional y cultural, con una relación vivencial de proximidad, o sea, de +solidaridad, son una muestra de la confianza existente dentro de este grupo y una característica de la imagen social alemana de +/-privacidad, debido a la clara distinción entre la esfera privada y la pública. En un contexto situacional de mayor proximidad se observa el rasgo de +afiliación y confianza. En la última línea del fragmento (11) también encontramos el mecanismo lingüístico de la risa (allgemeines lautes Lachen) antes mencionado.

(12)
 DM: hab ich etwas femiNIne→ Empfindungen→/ (lachend) und→/
 GM: **was für WELche? femiNIne?**
 DM: jaa→
 TK: also DArüber→ läßt sich→ [((streiten))]
 GM: [also DAS find ich→ ja [nu (())]
 TK: [schnULzig→
 [(())
 GM, TK, DM: [(lachen laut) [hoho ho
 DM: [das→/ das sollte→] kein→/ keine
 Minderschätzung des weiblichen Geschlechts→ ((...))sein→§
 GM: §na [na→

En la secuencia del ejemplo (12), el acto directivo de la intervención de GM no es un acto comunicativo que pueda tener un efecto perlocutivo de amenaza por su contenido proposicional, pero los interlocutores sí lo interpretan como amenazante, por lo que se aprecia en sus intervenciones en esta secuencia dialógica, aunque después, a través de una risa generalizada (lachen laut), se atenúa la amenaza que pueda haber tenido esta intervención para la imagen social de DM.

5. CONCLUSIÓN

Para finalizar exponemos en el siguiente cuadro los mecanismos lingüísticos y los comportamientos comunicativos de los interlocutores, es

decir, sus reacciones a los actos directivos de las intervenciones analizadas en los doce fragmentos de las conversaciones transaccionales y coloquiales:

CUADRO 2: Filtros de interpretación

Conversaciones transaccionales			
Españolas		Alemanas	
Mecanis. Lingüístic.	Comportamiento Comunic.	Mecanis. Lingüístic.	Comportamiento Comunic.
adaptación	+aceptación	afirmación	+aceptación
adaptación	+aceptación	condicional	+aceptación
alorrepetición	+aceptación	no acuerdo	-aceptación

Conversaciones coloquiales			
Españolas		Alemanas	
Mecanis. Lingüístic.	Compor-tamiento Comunic.	Mecanis. Lingüístic.	Comportamiento Comunic.
risa	+aceptación	afirmación	+aceptación
apelativo cariñoso	+aceptación	risa	+aceptación
risa	+aceptación	risa	+aceptación

Del cuadro se desprende qué mecanismos lingüísticos y qué comportamientos comunicativos se han utilizado en las diferentes conversaciones como filtros para la interpretación de la cortesía. Cabe decir que en un análisis contrastivo entre dos comunidades de habla diferentes, el filtro evaluador y de interpretación más importante es el de +ideoma. Nos permite explicar, como se ha podido ver en el análisis, las diferentes interpretaciones de la cortesía y los mecanismos lingüísticos utilizados en cada caso, así como las reacciones de los interlocutores. Asimismo, de acuerdo con lo postulado por Briz y Val.Es.Co. (2004: 82), referente a estos ideomas corteses, se ha podido confirmar que marcan las diferencias culturales tanto en estrategias o mecanismos lingüísticos utilizados como en la relación de estos con la imagen social de cada comunidad de habla, a saber, el concepto de confianza para la imagen social española y el de privacidad para la imagen social alemana.

También se ha podido confirmar la importancia de tener en cuenta los comportamientos comunicativos de los interlocutores no sólo para evaluar la (des)cortesía, sino para resaltar la diferencia entre la cortesía codificada y la interpretada. Como se ha podido apreciar en el análisis, formas lingüísticas codificadas convencionalmente como actividades de cortesía se han interpretado como actividades de descortesía o *viceversa*. En este sentido, hemos analizado algunos actos directivos que para Brown y Levinson (1987)

serían *face threatening acts* y, por consiguiente, actos descorteses, pero los interlocutores de las conversaciones en cuestión no lo han interpretado así, sino como sugerencia o aclaraciones y, como tal, como estrategia comunicativa de proximidad y confianza, característica de la imagen social española de afiliación y confianza.

En lo referente a la propuesta para la imagen social alemana de +/-privacidad, o sea, de delimitación de la esfera privada y pública, como se ha visto a lo largo del análisis y como se aprecia en el cuadro 2, es importante la diferenciación entre los contextos situacionales. Así, los contenidos culturales de +/-privacidad de la cultura alemana y de confianza de la cultura española respectivamente permiten explicar los diferentes usos y, sobre todo, las diferentes interpretaciones de la cortesía.

BIBLIOGRAFÍA

- Albelda, M. (2004). "Cortesía en diferentes situaciones comunicativas. La conversación coloquial y la entrevista sociológica semiformal". In: D. Bravo & A. Briz (eds.) (2004): 109-134.
- Allwood, J. (1987). *Linguistic Communication as an Action and Cooperation*. Göteborg: University of Göteborg.
- Auer, P. (1999). *Sprachliche Interaktion: eine Einführung anhand von 22 Klassikern*. Tübingen: Niemeyer.
- Austin, W. P. (1962). *How to do Things with Words*. Cambridge: Harvard University Press.
- Bravo, D. (1996). *La risa en el regateo: Estudios sobre el estilo comunicativo de negociadores españoles y suecos*. Estocolmo: Stockholms Universitet, Edsbruk Akademi-Tryck AB.
- Bravo, D. (1999). "¿Imagen 'positiva' vs. imagen 'negativa'? Pragmática socio-cultural y componentes de face", *Oralia* 2: 155-184.
- Bravo, D. (2000). "Hacia una semiótica de la identidad social: Gestos en la manifestación de ideales de la personalidad socio-cultural en discursos académicos", *Oralia* 3: 21-51.
- Bravo, D. (2003). "Actividades de cortesía, imagen social y contextos socioculturales: una introducción". *Actas del Primer Coloquio del programa EDICE. La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes*. Universidad de Estocolmo: <www.edice.org.>, 98-108.
- Bravo, D. (2004). "Tensión entre universalidad y relatividad en las teorías de la cortesía". In: D. Bravo & A. Briz (eds.) (2004): 15-37.
- Bravo, C. & A. Briz (eds.) (2004). *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*. Barcelona: Ariel.

- Briz, A & Grupo Val.Es.Co. (2000). *¿Cómo se comenta un texto coloquial?* Barcelona: Ariel.
- Briz, A & Grupo Val.Es.Co. (2002). *Corpus de conversaciones coloquiales*. Madrid: Arco Libros.
- Briz, A & Grupo Val.Es.Co. (2003). "Un sistema de unidades para el estudio del lenguaje coloquial", *Oralia* 6: 7-61.
- Briz, A & Grupo Val.Es.Co. (2004). "Cortesía verbal codificada y cortesía verbal interpretada en la conversación". In: D. Bravo & A. Briz (eds.) (2004): 67-93.
- Brown, P & S. Levinson (1987). *Politeness. Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press
- Contreras, J. (2004). "Alternancia de turnos y cortesía. Un análisis contrastivo español/alemán". *Estudios Filológicos Alemanes. Revista del Grupo de Investigación Filología Alemana*, vol. 5. Sevilla. Universidad de Sevilla: 371-382.
- Contreras, J. (2005). *El uso de la cortesía y las sobreposiciones en las conversaciones. Un análisis contrastivo alemán-español*. Valencia: Universidad de Valencia
- Goffman, E. (1971). *Presentación de la persona en la vida pública*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Haverkate, H. (2004). "El análisis de la cortesía comunicativa: categorización pragmalingüística de la cultura española". In: D. Bravo & A. Briz (eds.) (2004): 55-65.
- Hernández Flores, N. (2002). "La cortesía en la conversación española de familiares y amigos; la búsqueda del equilibrio entre la imagen del hablante y la imagen del destinatario". Aalborg: Institut for Sprog Internationale Kulturstudier, Aalborg Universitet, vol. 37.
- Hernández Flores, N. (2003). "Cortesía y contextos socioculturales en la conversación española de familiares y amigos". *Actas del Primer Coloquio del programa EDICE. La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes*. Universidad de Estocolmo: <www.edice.org.>, 121-127.
- Ide, S. *et alii*. (1992). "The concept of politeness: An empirical study of American English and Japanese". In: E. Watts *et alii* (eds.) (1992): 281-297.
- Kasper, G. (1990). "Linguistic politeness: Current research issues", *Journal of Pragmatics* 14: 193-219.
- Matsumoto, Y. (1988). "Reexamination of the universality of face: Politeness phenomena in Japanese", *Journal of Pragmatics* 12 (4): 403-426.
- Searle, J. R. (1969). *Speech acts*. Cambridge: Cambridge University Press.

Thomas, J. (1995). "Theories of politeness", *Meaning in interaction: An introduction to pragmatics*. London: Longman: 149-182.

Watts, E. et alii (eds.) (1992): *Politeness in Language. Studies in its History, Theory and Practice*. Berlin: Mouton de Gruyter.

SISTEMA DE TRANSCRIPCIÓN¹⁰

A:	Intervención de un interlocutor identificado como A.
?:	Interlocutor no reconocido.
↑	Entonación ascendente.
↓	Entonación descendente.
→	Entonación sostenida o suspendida.
§	Sucesión inmediata, sin pausa apreciable, entre dos emisiones de distintos interlocutores.
[Lugar donde se inicia un solapamiento o sobreposición.
]	Final del habla simultánea.
/	Pausa corta, inferior al medio segundo.
//	Pausa entre medio segundo y un segundo.
///	Pausa larga, de un segundo o más.
(5»)	Silencio (lapso o intervalo) de más de cinco segundos.
(())	Fragmento indescifrable.
((si))	Transcripción dudosa.
(tippt)	Sonidos no lingüísticos.
(se ríe)	Reproducción de emisiones no lingüísticas.
PESAdo	Pronunciación marcada o enfática.
Aa	Alargamiento vocálico.

¹⁰ Tomado parcialmente de Briz & Grupo Val.Es.Co. (2002).