

Diana Bravo*

Los contenidos socioculturales de los actos de habla: el contexto del usuario ideal en cuestionarios de hábitos sociales

Sociocultural Contexts in Speech Acts. The Context of the *Ideal User* in Questionnaires of Social Habits

<https://doi.org/10.1515/soprag-2019-0024>

Resumen: En este trabajo se aborda la problemática de la universalidad de los actos de habla (Searle, ([1969]1980. *Actos de habla*. Madrid: Cátedra Visor.) y de su relación con las amenazas a la imagen social (cf. Placencia y Bravo, 2002. *Actos de habla y cortesía en español*. London: LINCOM; ; Bravo y Briz, 2004. *Pragmática sociocultural: estudios del discurso de cortesía en español*. Barcelona: Ariel). Dentro de los estudios de orientación pragmática de mayor difusión entre los académicos, encontramos dos posiciones, por un lado la de autores como Leech (([1983] 1988). *Principles of Pragmatics*. London: Longman.) y Brown y Levinson (([1978] 1987. *Politeness. Some Universals in Language Use*. Cambridge: Cambridge University Press.), que asumen que determinados actos de habla serían inherentemente amenazantes para la mantención de la *imagen social (face)*; por otro, la de Thomas ((1983). Cross-cultural pragmatic failure. *Applied Linguistics*, 4 (2), pp. 91–112.), Wierzbicka ((1991). *Cross-cultural pragmatics. The Semantics of Human Interaction*. Berlin: Mouton de Gruyter.) y Blum-Kulka, S. y Olshtain, E. ((1984). Request and apologies: a cross-cultural study of speech act realization patterns (CCSARP). *Applied Linguistics*, (5), pp. 196–213.), entre otros, para quienes la percepción de los *mismos* actos en distintas culturas estaría influida por factores socioculturales, de manera que los actos de habla no serían *per se* amenazantes, sino que esta condición dependería de su interpretación en contexto. Creemos que los actos se describen de modo distinto dependiendo de cuál sea el *contexto del usuario ideal*, término que refiere al uso habitual de la lengua en su contexto situacional y sociocultural. Por ello sostenemos que no basta con interpretar los actos con la sola ayuda de la bibliografía y de las propias intuiciones, sino que es necesario *consultar* al usuario de la lengua. En este artículo nos

*Corresponding author: Diana Bravo, Romanska och Klassiska institutionen, Universidad de Estocolmo, Stockholms universitet, Stokholm 106 91, Sweden,
E-mail: diana_br2005@hotmail.com

enfocaremos en justificar una metodología de recogida de datos socio-pragmáticos que establece relaciones directas entre los actos y los hábitos sociales de sus usuarios. Nos basaremos en un método de consulta usado por varios autores, el cuestionario de hábitos sociales (cf. Hernández Flores, (2002). *La cortesía en la conversación española de familiares y amigos. La búsqueda de equilibrio entre la imagen del hablante y la imagen del destinatario*. Tesis doctoral. Aalborg: Aalborg Universitet. Recuperado de http://edice.asice.se/?page_id=305, y Bernal y Hernández Flores, (2016). Variación socio-pragmática en la enseñanza del español: aplicación didáctica de un cuestionario de hábitos sociales. *Journal of Spanish Language Teaching*, 3 (2), pp. 114–126.).

Palabras clave: actos de habla, imagen social, usuario ideal, contexto del analista, los cuestionarios de hábitos sociales

Abstract: This paper addresses the issue of the universality of speech acts (Searle, ([1969] 1980) and its relation to face threats (cf. Placencia & Bravo, 2002; Bravo & Briz, 2004). We find two approaches within the most widespread pragmatic studies among academics: on the one hand, authors such as Leech (1988) and Brown y Levinson ([1978] 1987) assume that certain speech acts would be inherently threatening for the maintenance of face; on the other, Thomas (1983), Wierzbicka (1991) and Blum-Kulka, S. y Olshtain, E. (1984), among others, assume that the perception of the same acts in different cultures would be influenced by sociocultural factors and, thus, speech acts would not be threatening *per se* but conditioned on contextual interpretations. We believe that speech acts are described differently, depending on the context of an *ideal user*, term that refers to the habitual use of the language in its situational and sociocultural context. Therefore, we maintain that it is not enough to interpret speech acts with the sole help of the bibliography and the intuitions themselves, but it is necessary to consult the user of the language. In this article, we will focus on justifying a methodology for collecting socio-pragmatic data that establishes direct relationships between speech acts and the social habits of its users. We will rely on a consultation method used by several authors and identified as the test of social habits (cf. Hernández Flores, 2002, and Bernal & Hernández Flores, 2016).

Keywords: speech acts, face, ideal user, contexts of the analyst, test of social habits

1 Introducción

En este trabajo, con apoyo en nuestras publicaciones (Bravo, 2017, 2019), partimos de la idea de que no en todas las culturas los actos de habla se realizan

de la misma manera ni tienen los mismos *efectos sociales consecuencia de la realización de actos de habla con respecto al estado de las relaciones interpersonales y del clima sociocultural en la interacción* (Bravo, 1996, p. 13). Por el contrario, su interpretación por parte de los/as analistas de un texto dependería no solo de las condiciones del evento comunicativo en cuestión, sino, en gran parte, de contextos socio-culturales presentes en la comunidad de pertenencia de los participantes. Por eso nos enfocaremos en una metodología de acceso al contexto del usuario: los cuestionarios de hábitos sociales.

En principio la problemática a abordar es la de la universalidad de los *actos de habla* (Austin, 1981 [1962]; Searle, 1980 [1969]) y su relación con las *amenazas a la imagen social*. (Goffman, 1967; Brown y Levinson, 1987 [1978]). Según los autores de esta última publicación, la realización de actos de habla como las directivas sin *estrategias de atenuación (politeness strategies)* constituye una *amenaza a la imagen (face threat)*. Los autores citados dedican numerosas páginas de su trabajo (Brown y Levinson, ([1978] 1987, pp. 129–211) a explicar los esfuerzos de los hablantes para evitar las amenazas a la *imagen negativa* de los interlocutores, entendida esta como la necesidad de considerar y de reclamar consideración por los deseos de que la libertad de acción de los individuos no sea impedida por otros individuos en la interacción. Estas estrategias no solo se describen en detalle, sino que se consideran de carácter prescriptivo y, en principio, trasladables a todas las culturas. En cuanto a las diferencias situacionales y/o culturales, se señalan las variables de *distancia social, poder y grado de la imposición* (Brown y Levinson, 1987 [1978], p. 244). Para Leech ([1983] 1988, actos de habla como los pedidos y las órdenes serían inherentemente descorteses, mientras que los ofrecimientos, corteses. Desde una perspectiva sociopragmática, sin embargo, los actos de habla no son formulados ni interpretados de la misma manera en todas las lenguas. Para Thomas (1983) se requiere tener conocimiento de las *creencias* y de la *visión del mundo* del usuario de la lengua en cuestión. Tanto para Blum Kulka et al. (1989) como para Wierzbicka (1985, 1991), la percepción de los mismos actos en distintas lenguas estaría influida por factores de orden cultural y, de ese modo, los actos de habla no serían *per se* amenazantes, sino que esta condición dependería de su interpretación en contexto. Mientras tanto, la importancia del *contexto del usuario* (Bravo, 2015, p. 54) en una comunidad de habla y en el marco de un evento de habla ha sido puesto en un lugar destacado por disciplinas como la Etnografía de la Comunicación (Hymes, 1967, [1964] 1972a, 1972b, 1977) y la Sociolingüística Interaccional (Gumperz, 1978, 1982 y 2001). En la Etnometodología Lingüística (Sacks et al., 1974) se aplican las propuestas de Garfinkel (1967) y se trata de observar el habla para deducir las reglas que la rigen en una determinada comunidad. En el análisis del encuentro conversacional se sigue la metodología del Análisis de la Conversación, donde el centro de atención lo constituye el propio intercambio de contribuciones comunicativas o de

enunciados, los cuales, según Voloshinov (1992), combinan expresión y acción y son los que *transportan* los actos. Desde la pragmática más tradicional, se estudia la interacción en términos de la realización de los actos de habla (Análisis del Discurso), teniendo en mente a un hablante racional cuya intención se refleja en la fuerza ilocutiva de los enunciados, o sea, en *lo que se quiso decir con lo que se dijo*. Al oyente, mientras tanto, le corresponde el rol pasivo de *interpretar* las intenciones del hablante (Mey, 1993; Escandell Vidal, 1996; Calsamiglia y Tusón, 1999; Verschueren, 1999). En la introducción al volumen *Actos de Habla y Cortesía* (Placencia y Bravo, 2002), se actualiza el estado de la cuestión hasta la fecha de su publicación y se destaca que existen diferencias entre distintas comunidades de habla del español en cuanto a la realización de actos que, en principio, podrían considerarse, comunes a una única comunidad de lengua.¹ Tales diferencias suelen consistir en la variación en cuanto a las circunstancias contextuales necesarias para su ocurrencia, en cuanto a las funciones que se les atribuyen (incluida la posible presencia de amenazas) o en el modo en el cual son formulados. Esto es especialmente relevante en cuanto a que las categorías de actos de habla, aunque no sean las tradicionales listadas por Searle (1980 [1969]),² permiten establecer las pautas sociales aceptadas por una comunidad para el comportamiento interpersonal en situaciones comunicativas, ya sean estas monoculturales (Hernández Flores, 2002)³ o contrastivas Henning (2013).⁴

En este trabajo nos proponemos dar cuenta de la importancia que tiene para la interpretación de los actos de habla la consulta al usuario de la lengua en estudio sobre las *condiciones socioculturales* requeridas para su realización. Para ello nos basaremos, por un lado, en metodologías de acceso al contexto del usuario y, por el otro, en categorías analíticas que han surgido de la discusión científica en el seno del Programa EDICE (Estudios del Discurso de la (Des) cortesía en Español) desde el año 2002. Recurriremos como referencia a dos

1 No dejamos de observar en este mismo sentido que existen grupos sociales que, parcialmente, comparten/no comparten determinadas pautas comunicativas con otros grupos y/o con la sociedad en su conjunto. Este es el caso – para poner ejemplos un poco extremos- de las comunidades originarias en Latinoamérica, de los migrantes en Europa o de la comunidad sami en los países escandinavos. Aún es posible encontrar particularidades en cuanto a asunciones culturales que identifican a grupos etarios, étnicos, de género y/o que representan una ideología.

2 Declarativos, asertivos, directivos, compromisivos y expresivos.

3 Los consejos, ofrecimientos, invitaciones, narraciones y discusiones en interacciones entre familia y amigos en una región de España.

4 Realización de actos preferidos y despreferidos en un estudio contrastivo de interacciones entre familia y amigos en una región de Suecia y en una de España.

trabajos anteriores; (Bravo, 2017, 2019) en los cuales se pasó revista a los posicionamientos que, como analistas, tomamos frente al material de estudio.

2 La universalidad de los actos de habla

La universalidad de los actos de habla ha sido largamente asumida como *natural* por parte de investigadores/as en el marco de la perspectiva pragmática del estudio del lenguaje. Sin embargo, al igual que lo que ocurre en otras disciplinas, esta idea forma parte de la globalización de una concepción de la cultura occidental que la identifica con el liderazgo de Estados Unidos en el concierto mundial (Shi-Xu, 2015, pp. 1–9). La lengua de intercambio que se establece como la norma no marcada por las academias es el inglés de grupos intelectual y socialmente dominantes. Verschueren (1999, p. 116) nos llama la atención acerca de las consecuencias de elegir el inglés como lengua científica: *The consequences of this are not quite trivial: they may result, as has often been claimed, in patterns of intellectual dominance and hegemony.*⁵

Desde una toma de posición universalista, se propone que hay actos que, de un modo inherente, amenazan los deseos de imagen social de los participantes en un encuentro comunicativo. Esto sucede sobre todo con los que Searle (1980 [1969]) agrupa bajo la denominación de *actos directivos*, o sea, aquellos que se realizan cuando alguien *hace* que otra persona *haga* algo, y así los deseos de libertad de acción del individuo se ven afectados. Este deseo de no verse impedido/a por otras personas en las propias acciones parece ser particularmente importante para las culturas anglosajonas. En el trabajo de Brown y Levinson (1987 [1978]) se preestablecen estrategias especialmente diseñadas para evitar este tipo de amenazas, sin considerar que los deseos de imagen pueden variar de una cultura a otra (Bravo, 2017, 2019) y que la libertad personal quizás no se concibe de la misma manera en todos los grupos sociales. Watts et al. (1992) acuña la noción de *independencia* para reemplazar al término *imagen negativa* al referirse a los deseos de imagen propios de este aspecto de la imagen social. Sin embargo, tampoco se concibe de la misma manera la independencia individual en todas las culturas. En Suecia está evaluado positivamente verse como un miembro del grupo independiente que se hace responsable de las propias acciones y que no constituye una carga para otros, y ese es un contexto sociocultural central en la imagen social de sueca (Bravo, 2019, pp. 204–205) De

5 Ver a este respecto, Wierzbicka (2013).

ahí se deriva el respeto a la privacidad como el *territorio inviolable* al que hace referencia Fant (1989). Wierzbicka (1985), por su parte, sostiene que los hablantes de diferentes culturas adhieren a diferentes sistemas de actos de habla y que responde a una postura etnocentrista el considerar que la codificación de los mismos por parte de grupos sociales pertenecientes a la cultura anglosajona sea un *comportamiento humano*. Añade la autora que, aun al interior de esta cultura, hay variación dependiendo de la pertenencia regional o social de los hablantes de inglés de los que se trate (Wierzbicka, 1985, p. 146).

Para poner un ejemplo, en Buenos Aires, en consonancia con el contexto, una pregunta usada para formular una directiva puede tomarse literalmente: *¿Querés bajarte del árbol?* dirigida por un adulto a un menor no tiene el valor de una directiva atenuada y, por lo tanto, su efecto perlocutivo no sería el esperado, mientras que en Suecia es un modo adecuado de realizar la directiva en esa misma situación. Sin embargo, observaciones de este tipo son insuficientes para determinar que las directivas se formulen siempre del mismo modo en Argentina o que los suecos sean anglosajones. Es solo un dato, habitualmente local, que se justifica, ya en la pertenencia cultural del/de la analista, en el tipo de corpus utilizado, o en los parámetros teóricos y metodológicos empleados para la interpretación.

A pesar de lo dicho, se ha comprobado que, desde un punto de vista contrastivo, es válido suponer que en las lenguas en estudio se realizan actos que pueden agruparse en categorías abarcadoras como, para poner un ejemplo, los saludos, los pedidos o las disculpas. Así que es bastante tradicional que estas categorías de actos de habla sean usadas como parámetros contrastivos, sobre todo en relación a la enseñanza de segundas lenguas (Blum-Kulka, 1982; Blum-Kulka y Olshtain, 1984; Blum-Kulka, House y Kasper, 1989; Kasper y Roever, 2005), o para comparar estilos comunicativos en grupos de distinta procedencia sociocultural (Sifianou, 1992; Contreras Fernández, 2008; Hernández Flores, 2009a, 2009b; Henning, 2013).

3 La pragmática sociocultural y las actividades comunicativas

Frente a las teorías universalistas del lenguaje como las mencionadas en el párrafo anterior, se propone una perspectiva de *relativismo moderado* a la hora de interpretar el texto de un discurso. Esta postura se ubica en la orientación pragmática del estudio del lenguaje que denominamos *Pragmática sociocultural* desde la que se propone hacer explícito el contexto del/de la

analista y considerarlo parte de su aparato analítico. Creemos que la interpretación del lenguaje, y sobre todo la de los fenómenos sociopragmáticos, tiene que basarse en *premisas socioculturales*, es decir, supuestos del/de la propio/a analista acerca de cuál es el contexto del usuario ideal que presumiblemente los participantes en la interacción y/o interlocución actual comparten. El usuario ideal no es el usuario real que interviene en un encuentro comunicativo determinado, sino que es quien *representa* los usos habituales de la lengua en la comunidad de pertenencia (Bravo, 2017, 2019). Consideramos la comunicación humana como una actividad social cuyo objetivo es la transmisión de mensajes entre agentes y cuyo propósito ontológico es gestionar la relación entre el *Ego* y el *Alter* (Bravo, 2019, p. 196). Desde esta toma de posición no haremos referencia a actos de habla en el sentido tradicional del término, sino a *actividades comunicativas*, lo que abarca desde los actos a los recursos comunicativos, incluidas las estrategias pragmáticas utilizadas.

Si disponemos del texto de un discurso podremos identificar los enunciados que lo conforman, interpretar los mensajes que se transmiten interaccional e interlocutivamente y clasificar los actos comunicativos que se realicen. Por otra parte, tendremos que considerar los contextos observables a partir de ese texto o *contexto interno*, como el conformado por los roles sociales⁶ y discursivos⁷ de los participantes; la situación comunicativa tal cual se nos presenta y la dinámica de la progresión de la interacción en cuanto a ir construyendo significados. Sin embargo, no será posible llevar adelante un proceso de interpretación, y menos justificarlo, sin suponer que los participantes en el evento comparten contextos socioculturales, y que gracias a esta circunstancia es posible que se establezca una comunicación entre ellos. No basta, sin embargo, con *enunciar* la existencia de tales conocimientos, sino que es necesario *usarlos* como un modo de validar nuestras interpretaciones. Es a estos supuestos de partida a los que –como dijimos más arriba– denominamos *premisas socioculturales* y consideramos que el/la analista debe hacerlos explícitos e integrarlos a su aparato analítico (Bravo, 2019, p. 205). Por ello, somos conscientes de que un enunciado ni siquiera constituye un tipo de acto X hasta tanto no hayamos interpretado –con base en nuestras premisas socioculturales– qué se hace con ese acto en ese aquí y en ese ahora, y qué efecto social tiene en la relación interpersonal y en el clima socioemocional de la interacción y/o interlocución en curso. Lo que se hizo, o sea, el cambio en el estado del mundo previo a que ese acto fuera enunciado, no puede determinarse a priori, sino que es el resultado de la interpretación situada de su sentido ilocutivo, o sea, que esos actos comunicativos son de modo no

6 Por ejemplo, los de médica y paciente.

7 En una discusión la realización de *acusaciones* requiere de un acusador y de un acusado.

marcado evaluados como propositivos.⁸ La realización de un acto comunicativo traerá no solo un cambio a nivel cognitivo sino también a nivel social. Es así que creemos que los actos se relacionan con los deseos de imagen social de los hablantes y sus auditorios presentes y/o virtuales⁹ en la medida que puede interpretarse que su realización implica algún tipo de *compromiso de imagen*. (Bravo, 2019, pp. 202–203). El efecto social no es inherente a un acto o a su formulación, sino que parcialmente depende del modo en que los participantes conciben la relación interpersonal en el evento comunicativo en estudio, y de otros factores contextuales como el grado de conflicto interaccional y/o interlocutivo evaluado (Bravo, 2019, pp. 203–204). Desde el momento en que estos participantes representan al usuario ideal (o sea, a aquel que responde por las expectativas de uso habitual de la lengua en la sociedad de pertenencia) comparten, al menos, el reconocimiento de los contextos socioculturales que subyacen a la producción e interpretación del sentido ilocutivo de un acto comunicativo (Bravo, 2019, pp. 197–200).

Para poder aplicar estas reflexiones al estudio del texto de un discurso, tendremos que tener en cuenta:

- La importancia de los niveles interpersonales y socioemocionales del discurso en el cual se plasma la gestión de las relaciones entre el *Ego* y el *Alter*, lo cual, a nuestro criterio, constituye el objetivo de la comunicación.
- El enfoque en los fenómenos sociopragmáticos del lenguaje, que son aquellos que idiosincráticamente requieren para su interpretación el tener en cuenta el contexto del usuario de una lengua en su comunidad sociocultural.
- Hacer suficientemente explícito de qué modo influye en la interpretación el contexto del usuario ideal, cómo hemos accedido al mismo, y cómo arribamos a las premisas socioculturales que permiten interpretar el material en estudio.
- Establecer categorías analíticas amplias que permitan lo más posible reflejar la complejidad del uso de la lengua en contexto.

En general, aceptamos que el/la analista puede elaborar premisas socioculturales partiendo de su propia experiencia como miembro de una comunidad de lengua o de los resultados de otras investigaciones. En ese caso hablamos de un análisis *introspectivo* del texto de un discurso, pero tenemos presente que de

8 Por ejemplo, pedir información sobre una dirección en la calle o pedir información en el aula. En el primer caso se requiere lo que se pide y en el segundo se desea saber lo que el/la estudiante conoce del tema tratado en clase.

9 Por ejemplo, en un discurso público televisado.

alguna manera debemos confirmar, discutir o reelaborar estas premisas accediendo al contexto del propio usuario mediante diferentes metodologías de consultación (Bravo, 2019, pp. 205–206).¹⁰

En este trabajo vamos a tratar de explicar los *cuestionarios de hábitos sociales* como un modo de obtener datos acerca de los contextos socioculturales que, desde la postura del usuario ideal, son consensuados y conocidos por la mayoría de los miembros de una comunidad de lengua, en un estatus mínimo de reconocimiento y que influyen en la realización e interpretación de los actos comunicativos en el marco de una comunidad de lengua.

3.1 Las amenazas inherentes a los actos de habla y la configuración de la imagen social

Si retomamos lo que teníamos que tener en cuenta a la hora de analizar el texto de un discurso (ver la enumeración al final del apartado 3), podemos decir que es en el nivel interpersonal y socioemocional del discurso donde se juega la evaluación de si lo que se dice puede o no ser interpretado como una amenaza a la imagen social en ese contexto. Creemos con Goffman (1967) que el solo hecho de interactuar con otros supone una presentación social de nosotros mismos y que, en esa medida, ambas imágenes se encuentran comprometidas (Hernández Flores, 2013). Sin embargo, es notorio que la relación entre amenazas y necesidades de imagen no puede interpretarse sin tener en cuenta el efecto social que una actividad comunicativa tiene para los interactuantes considerando tanto el contexto interno como externo de la situación comunicativa. Por de pronto no es posible explicar un *sistema de cortesía* (Scollon y Scollon, 1983, 1995) a partir de otro, sino que se impone conocer el que comparten los hablantes. Si epistemológicamente estamos de acuerdo con que la duda es el motor de la investigación (Descartes, 2019 [1637]), deberíamos preguntarnos cuál es el resultado de homologar al cien por cien las categorías analíticas de las cuales nos provee la bibliografía, forzando a nuestros materiales a ubicarse en modelos que no son totalmente asépticos, sino que, muy por el contrario, reproducen *esquemas ideológicos* (Shi-Xu, 2005) que no siempre pueden trasladarse a cualquier comunidad de habla. Este es el caso de la cortesía negativa, un modelo cultural de comportamiento que extendido a la investigación como norma mide el esfuerzo de cortesía en términos de evaluación de la persona como más o menos cortés o descortés según sean o no preservados los deseos de

¹⁰ Aquí encontramos una explicación de otro método de consultación: los *tests intersubjetivos* (Bravo, 1996).

libre albedrío,¹¹ atendiendo a parámetros válidos para un grupo social minoritario a nivel mundial. Wierzbicka (1985) dice, en referencia a la realización de los actos de habla, que socialmente las diferencias entre los países europeos son menores que la que estos tienen respecto del modelo anglosajón. Por eso, y para evitar que la investigación acerca de cuál es el sistema de (des)cortesía de un determinado grupo social se limite a normas estándares y pretendidamente universales, al elaborar las categorías analíticas hemos tenido en cuenta que sean lo suficientemente flexibles como para permitir darle el lugar que le corresponde a la diversidad.

3.1.1 Autonomía y Afiliación

De acuerdo con los razonamientos expuestos hasta el momento, se propone utilizar dos categorías *humanas* para designar los aspectos de la imagen social: la de *afiliación* (verse y ser visto como un miembro del grupo) y la de *autonomía* (verse y ser visto/a como teniendo un contorno propio dentro del grupo). Estas categorías así descritas estarían –en principio– vacías de contenido sociocultural de modo que la *amenaza* implícita en un acto comunicativo no podría determinarse hasta que, con ayuda del contexto, tanto interno como externo, se interprete que este ha sido el *efecto social* del acto en cuestión.

3.1.2 Premisas socioculturales. El principio de autoridad en el aula universitaria

Las *premisas socioculturales*, a las cuales hemos hecho referencia con anterioridad, son categorías analíticas ya que forman parte del aparato metodológico del/de la analista. Frente a la interpretación de un texto, constituyen suposiciones acerca de cuáles son los contextos socioculturales que estarían en conocimiento del usuario ideal. Estas premisas permitirían dar cuenta de las intenciones sociales que progresivamente están siendo gestionadas por los interlocutores en cuanto a la relación interpersonal y el clima socioemocional de la interacción y/o interlocución (Bravo, 2017; Bravo, 2019, p. 205).

El siguiente es un ejemplo sobre la posición tomada por la analista para la interpretación de actividades comunicativas. Los comentarios se apoyan en el análisis de un texto proveniente de la filmación de una clase en ámbito universitario que se ha publicado en Bravo (2019, pp. 208–209).

¹¹ En inglés *free will*, que refiere a la voluntad del agente de una acción.

En el análisis de la interacción entre un profesor de edad mediana y sus estudiantes de Letras en nivel de grado, en Argentina, durante el dictado de una clase de Sociolingüística, se trabajó sobre la base de la premisa sociocultural de que el *principio de autoridad* imperaba en la enseñanza impartida por las universidades del sur de Europa y por las de los países de América Latina.¹² El profesor, ante las preguntas críticas de sus estudiantes acerca de las ideas de Vigotsky,¹³ propone realizar *un viaje a la mente del científico*.

Se llevaron a cabo dos análisis del texto: uno, el de la primera investigadora con base en sus experiencias como estudiante y profesora de esa universidad y facultad (método de introspección), y otro, el realizado, en el transcurso de un curso en el nivel de maestría en la misma universidad de Argentina, por los/as estudiantes que replicaron el primer análisis, siguiendo la misma metodología (consultación mediante un *test intersubjetivo*). Los resultados (el cotejo del primer análisis con el segundo) condujeron a interpretar que el profesor, mediante la combinación de señales verbales y no verbales,¹⁴ escenificó una *mediación* entre el deseo de los/as estudiantes de presentar una imagen de rol de estudiante de humanidades crítico/a e informado/a y la representación de quienes poseen el conocimiento, o sea, la autoridad (la sociedad y sus instituciones, incluyendo la de la familia). Esto se habría logrado generando niveles de afiliación, al reproducirse comunicativamente el tipo de relación afectiva entre iguales (compañeros/as y amigos/as). Mientras que los/as estudiantes confirmaron su *imagen de autonomía de grupo* autoafirmando como intelectuales informados y con ideas propias, el profesor hizo un llamado a la afiliación, construyendo un único grupo junto con sus estudiantes.

Con este extracto del corpus recogido se ilustra someramente el texto de este discurso de aula (Bravo, 2019, p. 210).¹⁵

12 Esta premisa tuvo como fuente la opinión informal y recurrente de colegas de la universidad de Estocolmo acerca de la enseñanza *poco crítica* típica de los países del sur de Europa y de América latina.

13 Una alumna se opone a lo postulado por Vigotsky y dice que el lenguaje no alcanza para designar la realidad.

14 En la discusión con los estudiantes de la maestría se destacaron los desplazamientos constantes del profesor, desde sus notas en el pizarrón hasta los aprendientes sentados en hileras separadas por un pasillo. Estos movimientos serían señales de proxemia, que fueron interpretadas como actividades comunicativas que manifestaban niveles de afectividad por parte del profesor hacia los estudiantes del curso de Sociolingüística.

15 Convenciones de la transcripción: //Pausa entre medio y un segundo. ///Pausa de más de un segundo. ® Entonación a igual nivel.

(1) Gesticulación y proxemia

(...) un desarrollo donde vamos a ir encontrando diferentes cosas → (retroceder al pizarrón), es decir, si yo quisiera hacer eeeh/algo ass (tomar un borrador del escritorio) como el significado // (borrar pizarra) de oso /// (mirar a los/as alumnos/as mientras escribe en el pizarrón) me voy a encontrar con algún sistema. → (*Mirar a la clase*) de/enlace (abrir palmas en paralelo y llevarlas de adentro a afuera), por ejemplo, a los dos a a, que quiere decir/(volver al pizarrón y escribir) duermo // que quiere decir calentito, qué se yo. /Y bueno, para dar el ejemplo (mirar **a la clase** y [mesarse la barba]).

Vemos las instancias de interpretación un poco más en detalle:

- Evento comunicativo: dictado de una clase de Sociolingüística de la carrera de Letras de la Universidad de Buenos Aires (UBA).
- Premisas socioculturales: de acuerdo con el principio de autoridad, los/as alumnos/as adquieren contenidos temáticos sin discutirlos.
- Contenidos socioculturales de la imagen de autonomía del rol de estudiante de una carrera humanística: *verse y ser visto como un intelectual informado y crítico*.
- Actividad de imagen de autonomía: discutir en clase y enfrentar al profesor a cuestionamientos científicos mostrando poseer información científica relevante.
- Estrategias del profesor:
 - Estrategia 1: proponer un simulacro: identificación con *la mente del teórico*.
 - Estrategia 2: escenificar su relación con los alumnos con respecto al tema de la clase (la teoría de Vigotsky) en términos de afectividad y proximidad interpersonal¹⁶:
- Efecto social: cambio en la relación interpersonal y en el estado socioemocional de la interacción: *de autonomía de grupo*¹⁷ (es decir, lo que hace que un grupo se diferencie de otro) a *afiliación de grupo* (lo que hace que los miembros de un grupo se perciban como tal).

¹⁶ Los/as informantes (los estudiantes del curso de Maestría destacaron que las funciones socioemocionales de la proxemia y la gesticulación contribuyeron a crear lazos afectivos entre el profesor y su auditorio durante la clase.

¹⁷ Entendido por todo aquello que hace que un grupo tenga características propias frente a otro.

4 Los contenidos socioculturales de los actos comunicativos

En este trabajo sostenemos que establecer diferencias y/o similitudes de etiología sociocultural entre actos comunicativos realizados por hablantes que pertenecen a distintas comunidades socioculturales de habla¹⁸ implica tomar como guía las siguientes preguntas:

1. ¿Qué expresiones se usan?
2. ¿Cuándo, dónde, con quién y por qué se usan?
3. ¿Cómo actuarían los usuarios al momento de realizar esos actos comunicativos?
4. ¿De qué modo conciben los usuarios el sentido social de esos actos comunicativos?
5. ¿Cuáles son los contextos socioculturales que subyacen a su realización?

4.1 Los cuestionarios de hábitos sociales

En Hernández Flores (2002) se utiliza el cuestionario de hábitos sociales para, como analista del texto de un discurso, acceder al contexto de un usuario representativo en términos de los objetivos de la investigación, una metodología de consultación que ha sido seguida por otros autores dentro del marco del Programa EDICE: Boretti (2003) para la comunidad de habla de Rosario, Argentina; Contreras Fernández (2005) en un estudio contrastivo entre el alemán y el español peninsular; Murillo Medrano (2005, 2008) en Costa Rica; Bernal (2008) para el español peninsular; Hernández Flores (2009a) sobre percepciones de cortesía en México y España; Rodríguez Alfano y Jiménez (2014) sobre los halagos en la comunidad de Monterrey, México; Julián (2013) para el español bonaerense; Bernal y Hernández Flores (2016) entre aprendices de español suecos y daneses, con una aplicación didáctica.

Una observación que parece lógica a la hora de evaluar la necesidad de acceder al contexto del usuario ideal para recabar información sociocultural puede ser la de considerar que solo es procedente el esfuerzo cuando realizamos un estudio contrastivo, intercultural o de aprendizaje de una L2. Sin embargo,

¹⁸ No es necesario hacer referencia a toda una sociedad, sino que también podemos pensar en grupos de personas que adhieren a parámetros culturales compartidos (por ejemplo, la comunidad hippie).

Hernández Flores (2002), aunque parte de una investigación contrastiva (Sifianou, 1992), realiza una investigación monocultural con hablantes procedentes de una única comunidad de habla (la constituida por los hablantes de la región española de Castilla y León), apoyando nuestra idea de que, aun no habiendo una finalidad contrastiva, la perspectiva sociocultural hace significativos aportes a la interpretación en contexto, sobre todo, de los fenómenos sociopragmáticos presentes en la comunicación lingüística. En efecto, en este estudio se acude a la consultación para validar o discutir los resultados provenientes del análisis introspectivo de un corpus monocultural en español que recoge encuentros durante visitas de familia y amigos. En este caso la autora registra una serie de actos de habla en su corpus (ofrecimientos, aceptaciones y rechazos entre huéspedes y anfitriones, y otros prototípicos para este tipo de interacción, como los consejos, las narraciones y las discusiones), teniendo como punto de partida para la interpretación las premisas socioculturales que aporta su propia pertenencia al grupo de participantes en el encuentro.¹⁹ A continuación, en una muestra de población con mayoría dentro de la misma región, a la que se suman informantes provenientes de otras regiones en España, por un lado, se registran percepciones acerca del comportamiento social y específicamente, del cortés, y, por el otro, mediante una serie de preguntas acerca de cómo se actuaría en determinadas situaciones, se elicitó la realización de los actos que con mayor frecuencia aparecen en el corpus (Kasper y Roever, 2005). Una de las hipótesis de partida relacionada con esta consultación es la de responder a la pregunta de si existe o no un sistema de cortesía propio para este tipo de situación comunicativa, dado que, en general, se acepta que la proximidad interpersonal anula la necesidad de esforzarse para no amenazar la imagen social.

Los cuestionarios de hábitos sociales tienen como objetivo corroborar o desmentir los resultados obtenidos del análisis de los textos, pero, además, se plantean como un modo de echar luz sobre los contextos socioculturales que subyacen a los comportamientos comunicativos de estos participantes en términos de cortesía-descortesía.

Otro de los logros del trabajo de Hernández Flores (2002) es el de servir de estímulo a otros investigadores de lenguas no anglosajonas para tomar distancia de la *cortesía negativa*, para ser capaces de ver lo que sucede en casa propia y para aceptar que no es necesario centrar los esfuerzos en interminables disertaciones acerca de por qué no se evitan las amenazas a la imagen negativa, ya

¹⁹ Los anfitriones y sus invitados, salvo la investigadora, no saben que están siendo grabados. Las grabaciones en audio no fueron utilizadas con fines de estudio hasta tanto los implicados no brindaron su consentimiento.

que esta última no es el paradigma de la cortesía, siendo los aspectos *negativo* y *positivo* de la imagen social constructos etnocéntricos.²⁰

5 Diseño de un cuestionario de hábitos sociales

Lo que se presentará a continuación es una descripción resumida del diseño de un cuestionario de hábitos sociales llevado a cabo durante un intercambio entre dos grupos de investigadores, en la universidad de Estocolmo (Suecia) y en la del Atlántico en Barranquilla (Colombia).²¹ Esta presentación, si bien tiene como punto de partida la discusión dentro del grupo y, sobre todo, las apreciaciones socioculturales de los investigadores (pertenecientes a la comunidad de habla barranquillera), es el producto de una reelaboración de la autora de este artículo.²²

5.1 El cuestionario

El objetivo principal fue el de dar unas pautas generales para la recogida de datos sociopragmáticos que sirviera para adaptar los contenidos del cuestionario a investigaciones propias de los miembros del proyecto. Por este motivo, el diseño del cuestionario tenía un carácter experimental y se planteaba discutir su validez como instrumento metodológico de consultación en términos de los datos que pudiera aportar.

La encuesta constaba de dos secciones. La primera de ellas, de hábitos sociales se conformaba de preguntas relacionadas con las percepciones de los usuarios de la lengua acerca de un determinado acto comunicativo en términos de su adecuación a la situación comunicativa y al tipo de relación interpersonal con el /la interlocutor/a. La guía para formular estas preguntas refería al punto 2 de la enumeración que hicimos en el apartado 4: *¿cuándo, dónde, con quién y por qué se usan?* La segunda sección del cuestionario se dedicó a la actuación, es decir *cómo formularía el/la informante los actos en cuestión*, lo cual remite al punto 3 de la enumeración citada: *¿cómo actuarían los usuarios al momento de realizar esos actos comunicativos?*

20 En el trabajo se recaba información sociocultural acerca de ambos aspectos de la imagen social, siendo central en los resultados la clara contraposición de los mismos respecto de los contenidos que la teoría de la cortesía atribuye a la cortesía negativa., e incluso a la positiva.

21 Se trata del proyecto COSOPRAG (Corpus sociopragmático) que se desarrolla en varias regiones de habla hispana en el marco del Programa EDICE (Estudios de la (des) cortesía en Español).

22 Agradecemos al grupo CADIS y a su director, el profesor PhD Julio Escamilla Morales de la universidad del Atlántico en Barranquilla, Colombia, sus valiosos aportes a esta investigación.

Con los Cuadros 1 y 2 graficamos la relación entre la primera parte y la segunda parte del cuestionario.

Cuadro 1: *Primera parte: hábitos sociales.*

Acto	Pregunta de investigación	Pregunta al/a la informante
Acto X: PEDIR INFORMACIÓN A UNA PERSONA DESCONOCIDA	¿Cómo, cuándo y por qué se realiza el acto X y a quién se dirige?	¿En qué situación le pedirías información a una persona desconocida?

Cuadro 2: *Segunda parte: actuación.*

Acto	Pregunta de investigación	Pregunta al/a la informante
Acto X: PEDIR INFORMACIÓN A UNA PERSONA DESCONOCIDA	¿Cómo se realiza comunicativamente el acto X?	Si no supieras cómo llegar a un lugar, ¿cómo se lo preguntarías a una persona que no conoces?

En este trabajo solo tendremos en cuenta la explicación y la discusión alrededor de cuál es el tipo de resultado que se obtiene de las preguntas referidas a hábitos sociales, o sea, la primera parte del cuestionario.

5.2 Criterios para la lectura y la sistematización de los resultados

A partir de los resultados obtenidos fue posible sacar conclusiones acerca de las condiciones socioculturales que según los informantes debían cumplirse para la realización del acto en cuestión (contextos socioculturales). Uno de los objetivos de la discusión de los resultados fue la posibilidad de discutir la vigencia de las premisas socioculturales de partida.

5.3 Interpretación de las respuestas al cuestionario

El cuestionario respondido por 80 personas de la región barranquillera constaba de 55 preguntas ordenadas como se expone en los Cuadros 1 y 2. Con el propósito de realizar una primera discusión sobre las posibilidades de interpretación que

brindaban los resultados, se seleccionó una muestra compuesta por 41 cuestionarios. Las respuestas correspondieron a 18 informantes mujeres y 23 hombres. 19 de los/as informantes se incluían en el grupo etario entre los 18 y los 30 años, 12 entre los 31 y los 50 años, y 10 entre los 51 y los 80. Se trabajó, en principio, solo con estos datos dejando abierta la posibilidad de ir incorporando otras variables en la medida de su necesidad.

Seguidamente daremos algunos ejemplos que consideramos representativos del proceso encaminado al diseño de estos cuestionarios. Se trata de lo registrado en la primera sección del cuestionario: *los hábitos sociales*. Los actos, tanto en el caso del ejemplo (1) como en el de (2), han sido formulados desde la perspectiva de la recepción. En el ejemplo (1) desarrollamos con mayor detalle una propuesta de sistematización de los resultados, mientras que en el (2) destacamos la importancia de las premisas socioculturales de partida para la elección de las preguntas del cuestionario y la interpretación de los resultados.

5.3.1 Ejemplo 1: En privado y con condiciones

Acto X: Aceptar un comentario negativo dirigido a tu persona o comportamiento.

Pregunta en el cuestionario: *¿De quién aceptarías un comentario negativo sobre tu persona o comportamiento? Explica en qué situación y si lo aceptarías en público o en privado.*

Para formular esta pregunta se consideró la expresión de críticas como virtualmente amenazante y se seleccionaron situaciones en las cuales se suponía que la imagen social de los barranquilleros se vería afectada. Es decir que nos basamos en las premisas socioculturales de los/as analistas (método de introspección).

En el Cuadro 3, abajo, se detallan las respuestas obtenidas en cuanto al interrogante *de quién*. Se han descontado del total de 41 respuestas, las que quedaron sin contestar, o sea, que nos manejamos con solo 39. En cada ítem registramos el número de veces que ocurre *un tipo de respuesta* en particular y esta división puede ocasionar que tengamos varios ítems en una misma respuesta.

El rubro *Amigo/a o familiar* agrupa cuando el/la informante lo dice de esta manera o sea como una generalidad, luego se especifica en, por ejemplo, *padres* o *pareja* siguiendo lo que figura en la respuesta; también en el caso de *padres* registramos cuando se trata de la madre o del padre. En la categoría *cercano* confluyen la de *amigo* y *familiar* a la hora de interpretar de un modo más abarcador (ver abajo en la enumeración que corresponde a condiciones o requisitos socioculturales para realizar el acto). Con *cualquiera* los/as informantes acotan su alcance en 7 del total de 8 respuestas con condiciones: *cualquiera: con quien tenga confianza/siempre que lo haga con respeto/si no es destructivo.*

Cuadro 3: *¿De quién aceptarías un comentario negativo sobre tu persona?*

¿De quién?	Frecuencia
[1] De cualquiera De un amigo o familiar	8/39
[2] De mi esposa	5/39
[3] De alguien cercano De mis padres	3/39
[4] De mi madre	4/39
[5] De una autoridad	2/39
[6] De mi padre De mis hermanos (genérico) De mis hermanas (mujeres) De mis hermanos (varones) De un vecino De mis jefes	1/39

Los *ítems* los hemos ordenado y agrupado por frecuencia de aparición de mayor a menor. Para este cuadro hemos seguido la formulación de las respuestas tal como figura en los cuestionarios. Los cuadros 4 y 5 muestran los ítems correspondientes a la situación y a la distinción entre privado y público.

Para el siguiente cuadro también ordenamos según frecuencia de mayor a menor.

Cuadro 4: *¿En qué situación?*

Situación	Frecuencia
[1] En mi beneficio	8/39
[2] Cuando (mi acción) perjudique a otros	5/39
[3] Conocimiento de mi persona Que tenga la razón y la fundamente (él/ella) Cuando (yo) cometa un error	4/39

(continued)

Cuadro 4: (continued)

Situación	Frecuencia
[4] Si es constructiva Con respeto	3/39
[5] Proximidad interpersonal Amor	2/39
[6] <i>Cuando haya</i> : Idoneidad Amabilidad Credibilidad Confianza	1/39

Cuadro 5: ¿En privado o en público?

Privado	Privado y público
27/39	6/39

Las respuestas nos sirvieron para interpretar los resultados en función del objetivo de describir las condiciones que los/as usuarios representados/as en esta muestra requerían para la realización del acto en estudio.

Las condiciones socioculturales desde el punto de vista del/de la interlocutor/a para la realización del acto *Comentario negativo sobre tu persona (público/privado)* son las siguientes:

1. Preferentemente de una persona cercana.
2. Preferentemente de una persona cuya relación interpersonal con el informante legitime el comentario negativo (esposa/madre/padre/hijos mayores/jefes).
3. Preferentemente de una persona idónea en el sentido de conocer bien al informante.
4. Preferentemente con fundamento (tener razón).
5. Preferentemente en privado.
6. Preferentemente cuando se realice en beneficio del informante (evitar errores/perjuicio para otros/as).
7. Preferentemente cuando se formule con respeto y amabilidad.

8. Preferentemente cuando se den relaciones de proximidad interpersonal/ confianza y credibilidad.

Comentarios y prospectivas en forma de premisas socioculturales:

un dato importante que debiera tenerse en cuenta para relativizar los resultados es el del género y el de la franja etaria. Esta reflexión daría lugar a preguntas de investigación como las siguientes:

¿En qué medida influye la edad y el género del/a informante y el rol de la persona que realiza la crítica en la mayor-menor aceptación de este acto?

¿En qué medida influye el género del/a informante para aceptar con mayor frecuencia un comentario negativo sobre la propia persona de la madre que de otro/as integrantes de la familia?

Premisas socioculturales:

1. *Los jóvenes de ambos sexos estarían más dispuestos/as a aceptar la crítica por parte de sus amigos/as; los mayores masculinos de sus esposas.*
2. *Las mujeres aceptarían con mayor frecuencia las críticas por parte de sus madres.*

Comentarios:

Es curioso que los roles masculinos que se suponen jerárquicos dentro del núcleo familiar como los de padre y/ o esposo se encuentren en la escala más baja de la aceptación de críticas (ver el Cuadro 2).

El interrogante que nos queda pendiente en este caso, es qué entienden nuestros/as informantes por modos de comportamiento que se suponen variables entre culturas como el respeto, la amabilidad o cómo se ve una persona que inspira confianza o merece credibilidad.

Para ello pueden ser útiles, por ejemplo, las entrevistas de profundización²³

5.3.2 Ejemplo 2: Premisas socioculturales de partida

Con este ejemplo queremos mostrar el modo de proceder a partir de establecer premisas socioculturales de partida (Bravo, 2019, pp. 206–209) y qué sucede cuando esas premisas no cumplen las expectativas de los/as analistas.

Acto X: Hablar bien de sí mismo/a

Pregunta del cuestionario: *¿Te parece adecuado que una persona hable bien de sí misma? Explica por qué.*

²³ Entrevista personal no estructurada.

Las siguientes son las premisas socioculturales que motivaron que se formulara esta pregunta:

El grupo de investigación supone que:

1. En el entorno barranquillero está mal visto *hablar bien de sí mismo*. Un usuario ideal no podría hablar bien de sí mismo porque podría atacar su propia imagen de autonomía, presentándose como una persona soberbia y desconsiderada con respecto a su pertenencia al grupo. Los usuarios pueden hablar bien de otras personas, pero no de sí mismos. Se considera una actividad de autoimagen lesiva para la propia imagen social y para la del/a interlocutor/a.
2. Dependiendo del contexto puede tener un efecto social de descortesía. Ataca su propia imagen de autonomía, la de autonomía de su/s interlocutores y la de afiliación de ambos. Puede ser la expresión de un acto amenazador de la imagen social.

Se consideró que la mejor manera de visualizar la percepción de los informantes respecto de este acto era registrar en las respuestas la presencia de actitudes positivas como *que tiene buena autoestima* o de actitudes negativas como *que carece de humildad*.

De 41 encuestas –completadas por 21 mujeres y 20 hombres– 20 mostraron actitudes negativas de los informantes (48,78%); 12 respondieron manifestando actitudes que oscilaban entre lo negativo y lo positivo (29,26%) y 10, actitudes positivas (24,39%). A continuación se dividió en dos el porcentaje correspondiente a la combinación de positivo-negativo y se obtuvo: 63,41% negativo y 39,02% positivo.

Estos resultados, si bien se orientan a la permanencia de las premisas socioculturales del grupo de investigación (un 63,41% negativo), reflejan una tendencia al cambio (un 39,02 % positivo) sobre todo considerando que la mayor frecuencia de actitudes positivas la produce los informantes del grupo etario comprendido entre los 18 y los 30 años. Por eso se considera que se debe ampliar el número de cuestionarios, reunirlos con los que se tienen ya recogidos y, si el resultado se confirma, se impone la elaboración de nuevas premisas socioculturales y el diseño de preguntas para un cuestionario más extenso que provea una mayor cantidad de datos sobre el tema.

Los siguientes son los comentarios que fueron evaluados como negativos.²⁴

²⁴ Recuérdese que en la misma respuesta (en 12 del total) confluyeron comentarios negativos y positivos y/o más de uno negativo o positivo.

Cuadro 6: *La presentación de la imagen social de quien habla bien de sí mismo/a.*

Cómo se ve (presentación de la imagen) al/a que habla bien de sí mismo/a

1. Inseguridad
 2. Falta de humildad
 3. Hablar más de la cuenta
 4. Falencias en el carácter
 5. Mentirosos (*carreteros*)
 6. Vanidosos
 7. Presumidos
 8. Inmaduro
 9. Falta de personalidad
 10. Tener debilidades
 11. Poco creíble
 12. Engreída
 13. Prepotente
 14. Orgullosa
 15. Nadie habla bien de sí mismo/a, sino que deja que los demás lo hagan
-

En el caso de las actitudes positivas que no coinciden con el punto 15 del Cuadro 6 que enuncia la regla aceptada por la comunidad: *no se habla bien de uno/a mismo/a, se deja que los demás lo hagan* estaríamos frente a algo que pudiéramos llamar *configuración de anti-imagen*. Ese tipo de configuraciones están generalmente sometidas a un proceso de consolidación hasta establecerse como normas en la habitualidad comunicativa del usuario ideal,²⁵ reemplazando a la establecida con anterioridad. En esa circunstancia ya dejan de ser percibidas como de anti-imagen.²⁶ En algunos casos tienden a permanecer solo parcial y/o temporalmente en el acervo colectivo (por ejemplo, expresiones propias de un sociolecto, como el lenguaje de los adolescentes) pero en otras se extienden y popularizan. La premisa que se discutió fue la influencia de las redes sociales entre los más jóvenes y la cultura globalizada del mercado de trabajo de las grandes empresas. La propuesta, como se comenta más arriba, es continuar investigando.

En cuanto a la anti-imagen para la presentación de la imagen social de quien habla bien de sí mismo/a, queda configurada como: *Ser visto/a como alguien que tiene buena autoestima, conocimiento de sus propias cualidades, confianza y seguridad en sí mismo/a.*

²⁵ Lo que no significa que todos los miembros de un grupo la acaten, sino que, al menos, la reconozcan.

²⁶ Como aquello que se opone a lo establecido socialmente en un nivel de *consensuado*.

6 Conclusión

Hemos reflexionado acerca de los entretelones del contexto del/ de la analista y de los modos de acceso al contexto del usuario ideal, en especial de la formulación de premisas socioculturales como base para la interpretación de las actividades comunicativas que podemos encontrar en el texto de un discurso. Hemos abogado también por la necesidad de evitar las conclusiones supuestamente universales y de darnos los instrumentos metodológicos adecuados para poder poner en evidencia la riqueza de la diversidad. Nos hemos centrado en los actos comunicativos y en sus funciones como actividades de imagen desde la perspectiva, tanto de los/as investigadores/as como del propio usuario de la lengua. Para ello hemos expuesto las ventajas de contar con categorías analíticas flexibles (los aspectos de *autonomía* y *afiliación* de la imagen social, el *efecto social* y las *premisas socioculturales*) que den prioridad a los objetivos de la propia investigación y que permitan acomodar su capacidad explicativa a los contextos tanto internos (los propios del evento comunicativo del que se trate) como externos (aquellos que sean de carácter extralingüístico), de forma que nos provean de la información necesaria para develar el complejo entramado de la gestión de las relaciones entre el *Ego* y el *Alter* al interior de los discursos humanos.

Referencias

- Austin, J. L. (1981 [1962]). *Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona: Paidós.
- Bernal, M. (2008). El test de hábitos sociales aplicado al estudio de la descortesía. En Briz Gómez, A., Hidalgo Navarro, A., Albelda Marco, M., Contreras Fernández, J., & Hernández Flores, N. (Eds.), *Actas del III Coloquio internacional del Programa EDICE: Cortesía y conversación: de lo escrito a lo oral* (pp. 623–641). Valencia/Estocolmo: Universidad de Valencia y Programa EDICE. Recuperado de http://edice.asice.se/?page_id=305
- Bernal, M. & Hernández Flores, N. (2016). Variación socio-pragmática en la enseñanza del español: aplicación didáctica de un cuestionario de hábitos sociales. *Journal of Spanish Language Teaching*, 3 (2), pp. 114–126.
- Blum-Kulka, S. (1982). Learning to say what you mean in a second language: A study of Hebrew as a second language. *Applied Linguistics*, (3), pp. 29–59.
- Blum-Kulka, S. & Olshtain, E. (1984). Request and apologies: a cross-cultural study of speech act realization patterns (CCSARP). *Applied Linguistics*, (5), pp. 196–213.
- Blum-Kulka, S., House, J. & Kasper, G. (1989). *Cross-cultural pragmatics: Requests and Apologies*. Norwood, NJ: Ablex Pub.
- Boretti, S. (2003). Tests de hábitos sociales y la investigación de la cortesía. En Bravo, D. (Ed.), *Actas del Primer coloquio del programa EDICE “La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes”* (pp. 198–202). Estocolmo: Universidad de Estocolmo. Recuperado de http://edice.asice.se/?page_id=305

- Bravo, D. (1996). *La risa en el regateo: Estudio sobre el estilo comunicativo de negociadores*. Tesis doctoral. Estocolmo: Universidad de Estocolmo. Recuperado de http://edice.asice.se/?page_id=305
- Bravo, D. (2015). Pragmática sociocultural para el análisis social del discurso. Actividades de imagen como estrategias argumentativo-discursivas en situación de testimonio judicial. En Bravo, D. & Bernal, M. (Eds.), *Perspectivas sociopragmáticas y socioculturales del análisis del discurso* (pp. 49–90). Buenos Aires: Programa EDICE-Dunken. Recuperado de http://edice.asice.se/?page_id=305
- Bravo, D. (2017). Cortesía en español: negociación de *face* e identidad en discursos académicos. *Textos en Proceso*, 3 (1), pp. 49–127.
- Bravo, D. (2019). Enfoque sociopragmático y sociocultural: estudios de los aspectos interpersonales y socioemocionales del discurso hablado. En Londoño Zapata, O. I. & Olave Arias, G. (Eds.), *Métodos de Análisis del Discurso. Perspectivas argentinas* (pp. 195–217). Bogotá: Ediciones de la U.
- Bravo y Briz, 2004. *Pragmática sociocultural: estudios del discurso de cortesía en español*. Barcelona: Ariel.
- Brown, P. & Levinson, S. C. (1987 [1978]). *Politeness. Some Universals in Language Use*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Calsamiglia, H. & Tusón, A. (1999). *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Barcelona: Ariel.
- Contreras Fernández, J. (2005). *El uso de la cortesía y las sobreposiciones en las conversaciones. Un análisis contrastivo alemán-español*. Valencia: Universidad de Valencia. Recuperado de http://edice.asice.se/?page_id=305
- Contreras Fernández, J. (2008). Test de hábitos sociales en un análisis contrastivo sobre el uso y la interpretación de la cortesía lingüística. En Briz Gómez, A., Hidalgo Navarro, A., Albelda Marco, M., Contreras Fernández, J. & Hernández Flores, N. (Eds.), *Actas del III Coloquio internacional del Programa EDICE: Cortesía y conversación: de lo escrito a lo oral* (pp. 642–656). Valencia/Estocolmo: Universidad de Valencia y Programa EDICE. Recuperado de http://edice.asice.se/?page_id=305
- Descartes, R. (2019 [1637]). *Discurso del Método*. Barcelona: Penguin Books, España.
- Escandell Vidal, M. V. (1996). *Introducción a la pragmática*. Barcelona: Ariel.
- Fant, L. (1989). Cultural mismatch in conversation: Spanish and Scandinavian behaviour in negotiation settings. *Hermes Journal of Linguistics*, (3), pp. 247–265.
- Garfinkel, H. (1967). *Studies in ethnomethodology*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Goffman, E. (1967). *Interaction ritual. Essays on face-to-face behavior*. New York: Doubleday Anchor Books.
- Gumperz, J. J. (1978). The conversational analysis of interethnic communication. En Lamar Ross, E. (Ed.), *Interethnic communication* (pp. 13–31). Athens: University of Georgia Press.
- Gumperz, J. J. (1982). *Discourse Strategies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gumperz, J. J. (2001). Interactional Sociolinguistics: A Personal Perspective. En Schiffrin, D., Tannen, D. & Hamilton H. E. (Eds.), *The Handbook of Discourse Analysis* (pp. 215–228). Oxford: Blackwell.
- Henning, S. (2013). *La construcción de la imagen social en dos pares adyacentes: Opinión-acuerdo/desacuerdo y ofrecimiento-aceptación/rechazo: Un estudio de la conversación familiar sueca y española*. Tesis doctoral. Estocolmo: Departamento de Lenguas Románicas y Clásicas. Universidad de Estocolmo.

- Hernández Flores, N. (2002). *La cortesía en la conversación española de familiares y amigos. La búsqueda de equilibrio entre la imagen del hablante y la imagen del destinatario*. Tesis doctoral. Aalborg: Aalborg Universitet. Recuperado de http://edice.asice.se/?page_id=305
- Hernández Flores, N. (2009a). Percepciones de cortesía en México y España: una comparación a través del test de hábitos sociales. *La (des) cortesía y La Imagen Social En México* (pp. 171–206). Monterrey: Programa EDICE. Recuperado de http://edice.asice.se/?page_id=305
- Hernández Flores, N. (2009b). El test de hábitos sociales: una aportación metodológica al estudio de la (des) cortesía. En Fuentes Rodríguez, C. & Alcaide Lara, E. (Eds.), *Manifestaciones textuales de la (des) cortesía y agresividad verbal en diversos ámbitos comunicativos* (pp. 55–77). Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía.
- Hernández Flores, N. (2013). Actividad de imagen: caracterización y tipología en la interacción comunicativa. *Pragmática Sociocultural/Sociocultural Pragmatics*, 1 (2), pp. 175–198.
- Hymes, D. (1967). Models of Interaction of Language and Social Setting. *Journal of Social Issues*, 33 (2), pp. 8–28.
- Hymes, D. (1972a [1964]). Toward ethnographies of communication: The analysis of communicative events. En Giglioli, P. P. (Ed.), *Language and Social Context* (pp. 21–43). Harmondsworth, Middlesex: Penguin.
- Hymes, D. (1972b). Models of the interaction of language and social life. En Gumperz, J. & Hymes, D. (Eds.), *Directions in Sociolinguistics: The Ethnography of Communication* (pp. 35–71). New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Hymes, D. (1977). *Foundations in Sociolinguistics: An Ethnographic Approach*. London: Routledge.
- Julián, G. (2013). Elaboración de un test de hábitos sociales para el estudio de la (des)cortesía en puestos de atención al público en Bahía Blanca. En Gambon, L. (Ed.), *Actas de la IV Jornada de Investigación en Humanidades* (pp. 295–305). Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur.
- Kasper, G. & Roever, C. (2005). “Pragmatics in Second Language Learning”. En Hinkel, E. (Ed.), *The Handbook of Research in Second Language Teaching and Learning* (pp.317–334). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Leech, G.N. ([1983] 1988). *Principles of Pragmatics*. London: Longman.
- Mey, J. L. (1993). *Pragmatics: an introduction*. Oxford: Blackwell.
- Murillo Medrano, J. (2005). Significados de la cortesía lingüística a partir de la aplicación de un test de hábitos sociales en Costa Rica. En Murillo Medrano, J. (Ed.), *Actas del II Coloquio del Programa EDICE* (pp. 116–136). San José/Estocolmo: Programa EDICE. Recuperado de http://edice.asice.se/?page_id=305
- Murillo Medrano, J. (2008). Sobre la metodología de investigación en estudios sobre el discurso de la cortesía: a propósito del empleo de cuestionarios de hábitos sociales. En: Briz, A., Hidalgo, A., Albelda, M.; Contreras, J. y Hernández Flores, N. (Eds.), *Actas del III Coloquio Internacional del Programa EDICE. Cortesía y conversación: de lo escrito a lo oral* (pp. 53–70). Valencia: Universidad de Valencia. Recuperado de http://edice.asice.se/?page_id=305
- Placencia, M. E. & Bravo, D. (Eds.) (2002). *Actos de habla y cortesía en español*. London: LINCOM.
- Rodríguez Alfano, L. & Jiménez, E. (2014). La variable social en el halago. Aplicación de un test de hábitos sociales en la comunidad de Monterrey. *La (des) cortesía en el discurso: perspectivas interdisciplinarias (imagen, actos de habla y atenuación)* (pp. 297–324). Recuperado de http://edice.asice.se/?page_id=305

- Sacks, H., Schegloff, E. & Jefferson, G. (1974). A Simplest Systematics for the Organization of Turn Taking for Conversation. *Language*, (4), pp. 696–735.
- Scollon, R. & Scollon, S. (1983). Face in Interethnic Communication. *Language and Communication*. En Richards, J. C. & Schmidt, R. W. (Eds.), *Language and Communication* (pp. 156–190). New York: Longman.
- Scollon, R. & Scollon, S. (1995). *Intercultural Communication. A Discourse Approach*. Oxford: Blackwell.
- Searle, J.R. (1980 [1969]). *Actos de habla*. Madrid: Cátedra Visor.
- Shi-Xu. (2005). *A Cultural Approach to Discourse*. New York: Palgrave.
- Shi-Xu. (2015). Cultural Discourse Studies. En Karen, T., Illie, C. & Sandel, T. (Eds.), *The international Encyclopedia of Language and Social Interaction. A Cultural Approach to Discourse*. Hoboken, NJ: John Willey & Sons, Inc. Recuperado de <https://doi.org/10.1002/9781118611463.wbielsi012>
- Sifianou, M. (1992). *Politeness phenomena in England and Greece, A cross-cultural perspective*. Oxford: Clarendon Press.
- Thomas, J. (1983). Cross-cultural pragmatic failure. *Applied Linguistics*, 4 (2), pp. 91–112.
- Verschueren, J. (1999). *Understanding Pragmatics*. London: Edward Arnold.
- Voloshinov, V. N. (1992). *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Madrid: Alianza.
- Watts, R. J., Ide, S. & Ehlich, K. (Eds.) (1992). *Politeness in Language. Studies in its History, Theory and Practice*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Wierzbicka, A. (1985). Different Languages, different speech acts. Polish vs. English. *Journal of Pragmatics*, (9), pp. 145–178.
- Wierzbicka, A. (1991). *Cross-cultural pragmatics. The Semantics of Human Interaction*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Wierzbicka, A. (2013). *Imprisoned in English. The hazards of English as a default language*. Oxford: Oxford University Press.