

Zuzanna Bułat Silva*

Los vocativos de cariño en español peninsular. Un enfoque desde la Metalengua Semántica Natural

Terms of endearment in Peninsular Spanish. A Natural Semantic Metalanguage approach

<https://doi.org/10.1515/soprag-2019-0013>

Resumen: En el presente artículo adoptamos el punto de vista de la *Etnopragmática* como marco metodológico que nos permite interpretar estrategias lingüísticas a través de su relación con ciertos aspectos culturales que motivan el uso de tales estrategias. En concreto, nos proponemos abordar la relación que existe entre los *guiones culturales* españoles y las formas de tratamiento nominales de afecto (vocativos de cariño) usadas en el español peninsular. Los guiones culturales parecen una herramienta muy adecuada para explicitar las *premisas socioculturales* que subyacen a las interpretaciones que hacemos de las funciones que ejercen los vocativos en la cortesía española. Vamos a centrarnos sobre todo en la relación entre los guiones culturales típicamente españoles tales como “expresividad”, “halagar a otro”, “dirigirse a otros con cariño” y “ser amistoso”, así como en los vocativos de cariño *alma*, *vida*, *cielo* y *cariño*. Para la explicitación, por un lado, del contenido semántico de los vocativos, y, por el otro, de los valores culturales que subyacen a su uso, se aplicará el método de análisis semántico-pragmático desde la perspectiva de la *Metalengua Semántica Natural* (NSM).

Palabras clave: vocativos de cariño, guiones culturales, Metalengua Semántica Natural (NSM), Etnopragmática, español peninsular

Abstract: This article adopts an ethnopragmatic approach to the interpretation of linguistic strategies through their relation with cultural aspects which underlie their usage. The focus is on the relation between Spanish *cultural scripts* and nominal forms of address (terms of endearment) used in Peninsular Spanish. Cultural scripts would appear to be the perfect tool for explicating the *sociocultural premises* behind the interpretations we make of the function that terms of

*Corresponding author: Zuzanna Bułat Silva, Romance Languages, University of Wrocław, Nankiera 4, Wrocław 50-140, Poland, E-mail: zuzanna.bulat@gmail.com

endearment have in Spanish politeness. Of particular interest are typically Spanish scripts of “expressiveness”, “complimenting others”, “treating others with affection” and “being friendly”, and terms of endearment such as *alma*, ‘soul’, *vida*, ‘life’, *cielo*, ‘heaven’ and *cariño*, ‘love’. The explication of the semantic content of the terms of endearment on the one hand and the underlying sociocultural values on the other, applies the method of semantic and pragmatic analysis known as Natural Semantic Metalanguage (NSM).

Keywords: terms of endearment, cultural scripts, Natural Semantic Metalanguage (NSM), ethnopragmatics, Peninsular Spanish

1 Introducción

Es bien sabido que el fenómeno de la cortesía, aunque presente en cada lengua y cultura, tiene sus peculiaridades propias en cada una de ellas (Wierzbicka 1992, 2003; Haverkate 1998; Briz Gómez 2004, 2010; Bravo 2008b, 2010; Rodríguez Alfano y Jiménez Martín, 2010). Así, lo que se percibe como cortés en una *cultura de acercamiento*, puede considerarse amenazador y descortés en una *cultura de distanciamiento*.¹ Suele observarse, por ejemplo, que a los ingleses, que pertenecen a una cultura de distanciamiento, les importa mucho proteger su privacidad, parecen más *distantes* y *reservados* que los españoles (cultura de acercamiento), a los cuales en general les gusta sentirse cercanos a los demás. Al describir rasgos característicos de una cultura dada, podemos hablar, por ejemplo, de *distancia*, *reserva* o *confianza*, pero hay que recordar que la interpretación de cada uno de estos términos está cargada de etnocentrismo (Wierzbicka 2003; Goddard 2006). Por eso, en vez de usar términos específicos cuyo significado puede tener distintas interpretaciones, parece más eficaz usar términos más simples y con menor carga cultural, palabras que sean comprensibles para todos, cualquiera que sea la lengua materna. Estos son los elementos de la *Metalengua Semántica Natural* (NSM, del inglés Natural Semantic Metalanguage; cf. Goddard y Wierzbicka, 2014) que se presentará en la sección 3 y que, en nuestra opinión, constituye una metodología adecuada para hablar de las reglas conocidas y consensuadas por una comunidad cultural (Bravo 2008a, 2008b, 2010) que guían el comportamiento discursivo de sus miembros.

El objetivo principal del presente artículo es abordar la relación que existe entre los modelos comunicativos, y de comportamiento, llamados *guiones*

¹ Para la distinción entre *culturas de distanciamiento* y *culturas de acercamiento*, cf. por ejemplo, Briz Gómez (2010) o Kaul de Marlangeon (2017).

culturales (*cultural scripts*, cf. Wierzbicka 2003; Goddard 2006) y algunas formas de tratamiento nominales de afecto usadas en el español peninsular. Vamos a centrarnos sobre todo en la relación entre ciertas normas comunicativas que se consideran típicamente españolas tales como “expresividad”, “halagar a otro”, “dirigirse a otros con cariño” y “ser amistoso” (Thurén 1988; Bravo 2008a; Briz Gómez 2010; Goddard 2018; Fernández y Goddard, en este volumen), y cuatro vocativos de cariño abstractos: *alma*, *vida*, *cielo* y *cariño*.² Para la explicitación de, por un lado, el contenido semántico de los vocativos, y, por el otro, de los valores culturales que subyacen a su uso, adoptaremos el ya mencionado método de análisis semántico-pragmático conocido como *Metalengua Semántica Natural* o NSM (Wierzbicka 2003; Goddard 2006; Goddard y Wierzbicka 2014). Vale aclarar que el presente análisis es un primer acercamiento al tema (aunque véase Buñat Silva 2002) que no pretende ser exhaustivo, sino abrir la discusión sobre el papel que cumplen los vocativos cariñosos en la conversación española, tema que merece ser aprofundizado en el futuro, tal vez con una consulta a informantes.

Nuestro estudio tiene carácter etnopragmático y uno de sus objetivos es demostrar que la *Etnopragmática* (Goddard 2006), rama de lingüística que se ocupa de los hábitos comunicativos de distintas comunidades desde una perspectiva interna (*emic perspective*), y que es conocida también como *Pragmática Intercultural* (Wierzbicka 2003), proporciona herramientas eficientes que nos permiten hablar sin prejuicios y sin estereotipos sobre los aspectos sociopragmáticos de la lengua, entre otros sobre la cortesía verbal.

El artículo se organizará de la siguiente manera. En el segundo apartado describiremos el marco teórico, el de la *Etnopragmática*, a nuestro juicio, un buen encuadramiento para la interpretación de estrategias lingüísticas (aquí, vocativos de cariño) a través de su relación con ciertas normas culturales que motivan el uso de tales estrategias. El apartado tercero será dedicado al marco metodológico, la *Metalengua Semántica Natural*, o la NSM. En el apartado siguiente (4), dedicado al fenómeno de la cortesía, nos vamos a referir brevemente al concepto de *premisas socioculturales* y a su relación con los *ideomas* y los *guiones culturales*. En el apartado 5, explicaremos en detalle tres guiones culturales considerados importantes para los hablantes del español peninsular: el guion de “expresividad”, el guion de “dirigirse a otros con cariño” y el guion de “amistad”. El

² Para analizar el contenido semántico de estos cuatro vocativos se han estudiado, aproximadamente y para cada uno de ellos, 50 contextos extraídos del Corpus de Referencia del Español Actual (CREA). Además, se han consultado varios diccionarios y gramáticas de la lengua española (e. g. Bosque and Demonte 1999; Moliner 2007; REAL ACADEMIA ESPAÑOLA [1973] 1983).

apartado 6 será dedicado a los vocativos de cariño como estrategia de cortesía verbal en español. En los subapartados 6.1 y 6.2 señalaremos la alta frecuencia de los vocativos en la conversación española y describiremos el vocativo, indicando qué funciones puede cumplir. Seguiremos (apartado 6.3) con la explicación del contenido semántico de cuatro vocativos de cariño abstractos: *alma*, *vida*, *cielo* y *cariño*. Tanto en el apartado 5 como en el 6 usaremos la NSM, que nos ayudará a ver claramente cómo se relacionan entre sí los valores socioculturales que subyacen al uso de vocativos cariñosos típicos del español peninsular. En la parte final se presentarán las conclusiones y futuras líneas de investigación.

2 Etnopragmática

El rasgo más importante de la Etnopragmática (Goddard 2006; Goddard y Ye, 2015), o Pragmática Intercultural (Wierzbicka 2003), frente a la pragmática de orientación universalista (Grice 1975; Brown y Levinson, 1987), es su atención a la modelación cultural de las prácticas discursivas (Goddard y Ye 2015, p. 66). Tal como la psicología intercultural (e. g. Russell 1991; Boski 2009), la Etnopragmática reclama que *people in different cultures speak differently because they think differently, feel differently, and relate differently to other people* (Goddard 2006, p. 2). Lo que distingue a la Etnopragmática de otros enfoques centrados en las diferencias interculturales (e. g. Hymes 1968; véase también Haverkate 1998; Bravo 2008b; Briz Gómez 2010) es el uso de palabras simples y universales que se emplean para articular las reglas – a menudo tácitas – que guían el comportamiento de las personas de una cultura dada. A la hora de describir las diferencias existentes entre distintas comunidades de habla, la Etnopragmática no recurre a conceptos tales como *distanciamento*, *reserva* o *sinceridad*, ya que todos ellos pueden entenderse diferentemente dependiendo de la cultura de origen del hablante. Decir que los españoles y los rusos son *apasionados* y los japoneses, tanto como los ingleses, *reservados*, son opiniones que, aparte de estereotipadas, no nos dicen nada sobre la diferencia (profunda) entre los rusos y los españoles, por un lado, y entre los ingleses y los japoneses, por otro. En cambio, si usamos conceptos simples y traducibles para todos los idiomas del mundo (véase la Tabla 1), nuestra descripción de la *reserva* japonesa será mucho más detallada, y la diferencia entre esta y la *reserva* inglesa será más fácil de captar, especialmente para personas de otras culturas. El programa de investigación lingüística en el que se basa la Etnopragmática tiene ya más de cuarenta años y es conocido como *Metalengua Semántica Natural* o, en su forma abreviada, NSM (Goddard y Ye 2015).

3 La Metalengua Semántica Natural

La metodología de la Metalengua Semántica Natural se sirve de un enfoque descomposicional al estudio del significado. Se cree que el significado de cada palabra puede ser parafraseado con la ayuda de los conceptos simples y universales que junto con su gramática forman la metalengua (Goddard y Wierzbicka 2014; Goddard 2018).³

Hoy en día, la NSM consta de 65 conceptos básicos que supuestamente pueden entenderse de una manera intuitiva y traducirse a cualquier lengua del mundo (Goddard y Wierzbicka 2014; Goddard 2018). Son palabras simples tales como YO, QUERER, SENTIR, BUENO, CUANDO y unas sesenta más. Se los denomina *primitivos semánticos* y, aparte de universales, cumplen el requisito de ser irreducibles y necesarios a la hora de explicar otras palabras (Goddard y Wierzbicka 2014). Los exponentes ingleses y españoles de estos conceptos se encuentran en la Tabla 1. Con los elementos básicos de la NSM se pueden formar frases, por ejemplo: *no lo quiero* o *cuando te veo, siento algo bueno*, o incluso textos enteros. Aparte de las palabras simples, la NSM tiene también sus propias reglas gramaticales; por eso decimos que no es una notación artificial del significado (*metalenguaje*), sino una *minilengua* natural.

La explicación del significado léxico de una palabra por medio de estos 65 primitivos semánticos (conocidos también como *primes*, *primos*, por analogía con los *números primos*, que no se dividen sino por uno y por sí mismos) se denomina *explicación semántica* y tiene forma de *paráfrasis reductora*. El analista *parafrasea* el significado de la palabra en cuestión *reduciendo* su complejidad a través de los conceptos simples de la NSM. Por ejemplo, la palabra española *dolor*, en su significado de ‘molestia física’, se puede parafrasear, según Bulat Silva (2014, p. 119), del modo siguiente:

dolor (p.ej. *ella tenía dolor de espalda*)

- a. something bad was happening to a part of her body
- b. because of this she felt something bad in this part of her body for some time
- c. she couldn't not think like this at that time: "I don't want this"

- [a. algo malo estaba ocurriendo en una parte de su cuerpo,
- b. por eso, ella sentía algo malo en esta parte de su cuerpo por algún tiempo,
- c. no podía no pensar así en aquel momento: "esto no lo quiero"]

³ Para una introducción en español más detallada de la teoría, véase Fernández en este volumen.

Tabla 1: *Los primitivos semánticos en inglés y en español* (Basado en Goddard y Wierzbicka 2014).

I, YOU, SOMEONE, SOMETHING ~ THING, PEOPLE, BODY	YO, TU, ALGUIEN ~ PERSONA, ALGO ~ COSA, GENTE, CUERPO	Substantives
KIND, PART	TIPO, PARTE	Relational substantives
THIS, THE SAME, OTHER ~ ELSE	ESTO, LO MISMO, OTRO	Determiners
ONE, TWO, MUCH ~ MANY, LITTLE ~ FEW, SOME, ALL	UNO, DOS, MUCHO, POCO, ALGUNOS, TODO	Quantifiers
GOOD, BAD	BUENO, MALO	Evaluators
BIG, SMALL	GRANDE, PEQUEÑO	Descriptors
KNOW, THINK, WANT, FEEL, SEE, HEAR	PENSAR, SABER, QUERER, SENTIR, VER, OÍR	Mental predicates
SAY, WORDS, TRUE	DECIR, PALABRAS, VERDAD	Speech
DO, HAPPEN, MOVE	HACER, PASAR, MOVESE	Actions, events, movement
BE (SOMEWHERE), THERE IS, BE (SOMEONE/SOMETHING)	ESTAR (EN ALGÚN LUGAR), HAY, SER (ALGUIEN/ALGO)	Location, existence, specification
(SOMETHING) IS (MINE/SOMEONE'S)	(ALGO) ES (MÍO/DE ALGUIEN)	Possession
LIVE, DIE	VIVIR, MORIR	Life and death
WHEN ~ TIME, NOW, BEFORE, AFTER, A LONG TIME, A SHORT TIME, FOR SOME TIME, MOMENT	CUANDO ~ TIEMPO, AHORA, ANTES, DESPUÉS, MUCHO TIEMPO, POCO TIEMPO, POR UN TIEMPO, MOMENTO	Time
WHERE ~ PLACE, HERE, ABOVE, BELOW, FAR, NEAR, SIDE, INSIDE, TOUCH	DONDE ~ LUGAR, AQUÍ, ARRIBA, DEBAJO, CERCA, LEJOS, LADO, DENTRO, TOCAR	Space
NOT, MAYBE, CAN, BECAUSE, IF	NO, TAL VEZ, PODER, PORQUE, SI	Logical concepts
VERY, MORE	MUY, MÁS	Intensifier, augmentor
LIKE	COMO	Similarity

Los primitivos semánticos nos ayudan a evitar la trampa del etnocentrismo. Aparte de para realizar análisis semánticos, en el ámbito de la Pragmática Intercultural se usan también para analizar hábitos comunicativos y valores culturales de una comunidad, proporcionando una herramienta descriptiva más objetiva que términos específicos como *reserva*, *distanciamiento*, *autonomía* o *confianza* (cf. Goddard 2006). En palabras de Wierzbicka:

(...) the unique feature of the NSM approach to pragmatics is its reliance on a set of cross-translatable words and phrases of ordinary language, in terms of which interactional meanings and “rules” can be articulated, compared, explained to linguistic and cultural outsiders, and tested against the intuitions of linguistic and cultural insiders. (Wierzbicka 2016a, p. 32)

En el enfoque etnopragmático, aparte de las *explicaciones semánticas*, existen como herramienta analítica los ya mencionados *guiones culturales*:

Cultural scripts are representations of cultural norms, attitudes and tacit understandings (...). Cultural scripts are about shared understandings and expectations. Obviously not everyone in a given discourse community necessarily agrees with or conforms to such shared understandings, but the claim is that they are a kind of interpretive backdrop to everyday interaction. They too can be formulated in simple cross-translatable words. (Goddard 2017, p. 56)

Los guiones culturales (*cultural scripts*) son representaciones de las normas, posturas y valores característicos de una determinada cultura. Tratan de las expectativas y los conocimientos tácitos de la comunidad de habla en cuestión. Es muy importante lo que dice Goddard (véase la cita que acabamos de dar) acerca de que los guiones culturales no solo nos informan sobre los conocimientos y las expectativas compartidas, sino que también sirven de fondo interpretativo en cada interacción cotidiana, aun cuando no todos los hablantes estén de acuerdo con ellos.

4 La variación cultural del fenómeno de cortesía

Brown y Levinson (1987) distinguen dos categorías de cortesía principales: cortesía *negativa*, de carácter convencional y formal, que se relaciona con el distanciamiento social; y cortesía *positiva*, más propia de la comunicación informal, con comportamientos discursivos que disminuyen la distancia social entre el hablante y el oyente. La primera es la base de una comunicación respetuosa, de carácter indirecto, mientras que la segunda promueve un comportamiento más libre, más natural (Brown y Levinson 1987, pp. 129–130). La cortesía negativa induce a la deferencia, al respeto y a la distancia entre el hablante y el oyente, mientras que la positiva induce a la familiaridad, confianza y cercanía (Alonso-Cortés Manteca 1999, p. 4037). Según Barros García y Terkourafi (2014, p. 263), muchos investigadores declaran que la cultura del español peninsular se caracteriza por una gran preocupación por la solidaridad, y en ella prevalece la cortesía positiva o informal.

Bravo (2008a, 2008b) usa los términos *autonomía* y *afiliación* para referirse a diferentes tipos de actitudes culturales respecto a la cortesía (Barros García y Terkourafi, 2014, p. 263). *Autonomía* se refiere a “todos aquellos comportamientos que están relacionados con cómo una persona desea verse y ser vista por los demás como un individuo con contorno propio dentro del grupo” (Bravo 2008a, p. 579). *Afiliación* abarca “aquellos comportamientos mediante los cuales una persona manifiesta cómo desea verse y ser vista por los demás en cuanto a aquellas características que la identifican con el grupo” (Bravo 2008a, p. 579). Ambas categorías están *vacías* desde el punto de vista sociocultural (Bravo 2010): en cada cultura pueden tener un contenido distinto. Para los ingleses, la autonomía

será, sobre todo, la libertad de acción, o sea, en términos de la NSM, *cuando quiero hacer algo, puedo hacerlo*, mientras que la afiliación se expresará en la aprobación de la personalidad y los deseos del interlocutor (cf. Bravo 2008a, p. 578), o según la NSM: *si tú quieres hacer algo, puedes hacerlo*. En cuanto al hablante del español peninsular, el contenido más relevante de la categoría de autonomía será, según Bravo (2008a, p. 578), la *autoafirmación positiva*, es decir, “la afirmación de la originalidad del individuo y de sus buenas cualidades” (Bravo 1999, p. 160). Esta opinión está confirmada por Briz Gómez (2004, p. 82) y también por Barros García y Terkourafi (2014, p. 264), quienes, en la misma línea, indican que la autoafirmación positiva española está vinculada con el concepto de *honor* y con la exposición del valor personal del hablante.⁴ Según la NSM, este concepto de autonomía se describiría como: *cuando te digo (hago) algo, quiero que pienses algo bueno de mí*. Para la categoría de afiliación en español peninsular el contenido más importante será la *confianza interpersonal*, o sea la necesidad de ser tratado con confianza y familiaridad,⁵ en NSM: *puedo decir (hacer) muchas cosas a este alguien, porque le conozco [m.] bien*.

Claro está que “la cortesía depende del contexto cultural” (Rodríguez Alfano y Jiménez Martín 2010, p. 131), y que “sólo puede ser analizada dentro de una comunidad de práctica particular y debería ser vista como negociaciones con normas presupuestas, dadas en dicha comunidad” (Kaul de Marlangeon 2010, pp. 72–73). Por ello es sumamente importante saber cuáles son esas *normas presupuestas* de una comunidad de habla particular porque, sin ellas, resultará imposible interpretar adecuadamente los comportamientos discursivos de sus hablantes (cf. Hernández Flores 2002; Briz Gómez 2004, 2010). Bravo (2008a, p. 581) llama *premisas socioculturales* a las suposiciones que hace el analista del discurso sobre los conocimientos acerca del mundo compartidos por los hablantes. En otras palabras, las premisas socioculturales subyacen a nuestras interpretaciones de los comportamientos discursivos de un determinado grupo lingüístico (Bravo 2008a, p. 577). Esos conocimientos compartidos por los hablantes, muchos de ellos de tipo cultural, llevan a Briz Gómez (2004, p. 82) a considerar la posibilidad de “establecer un ‘mapa’ del ideario de la cortesía” y acuñar el término *ideoma* para referirse a los comportamientos básicos considerados

4 Véase también Hernández Flores (2002: 86) que opina que en España “la autoafirmación (...) está ligada a otros conceptos sociales (...), el concepto del honor, del orgullo, del amor propio”, y Beinhauer (1968: 314), quien habla del “español de todas las esferas sociales, tan preocupado con su honra y dignidad (...)”. De igual modo, Thurén (1988: 212) piensa que “[t]he stress on self-affirmation links up clearly with the old Mediterranean honor syndrome”.

5 Las características de la *autoafirmación* y la *confianza*, como parte de la sociabilidad de una comunidad cultural española, fueron descritas por primera vez en el trabajo antropológico de Thurén (1988: 212–223). Quiero agradecer esta observación a un/a revisor/a anónimo/a.

cortesés en una cultura dada. En su opinión, uno de los ideomas españoles es “sé original”, otro es “halaga al otro” (Briz Gómez 2010). También la *confianza interpersonal* (Bravo 2008a), característica de la imagen básica de afiliación, es considerada un *ideoma* por Briz Gómez (2010, p. 13). Para el propósito del presente estudio, ambas aproximaciones teóricas resultan de interés porque tanto premisas socioculturales como ideomas se acercan a lo que en el paradigma de la NSM llamamos *guiones culturales* (véase el apartado 2), o sea conocimientos y expectativas compartidas por los hablantes de una comunidad dada (Goddard 2017, 2018).⁶

5 Guiones culturales españoles

La cultura hispanohablante es considerada como una que promueve la expresión de emociones, tanto positivas, como satisfacción o buen humor, como negativas, como ira o rencor (cf. Kaul de Marlangeon 2017, p. 7). Thurén (1988, p. 217) atribuye la preferencia por expresar opiniones y sentimientos de una manera fuerte y persuasiva a la tendencia autoafirmativa de los españoles:

The disposition for self-affirmation has a special effect on verbal interaction, and on all communication. (...) [I]t is important to express your opinions forcefully and persuasively; one should be able to persuade through showing the invincible structure and logic of one's opinions and also through demonstrating their emotional charge, because *what is emotionally strong carries its own logic*; people must take your feelings into account, not only in that they will at some point refrain from arguing against them, but also in that they cannot avoid being influenced by what someone is so convinced of and committed to. (Thurén 1988, p. 217; la cursiva es nuestra)

En general, en una conversación cotidiana, está bien visto expresar lo que se siente en un momento determinado. Goddard (2018, p. 293) así describe el guion de la “expresividad española” en términos de NSM:

⁶ Parece interesante notar que los estudios realizados dentro del programa EDICE (cf. Bravo 2008b) y la Etnopragmática de Goddard y Wierzbicka tienen mucho en común. Quizá el rasgo más importante de ambos sea asumir la perspectiva pragmático-sociocultural para estudiar el significado de las expresiones lingüísticas (Bravo 2008b, p. 565). Igual que las premisas socioculturales que justifican la interpretación de las estrategias lingüísticas aludiendo a los conocimientos compartidos por los hablantes, los guiones culturales ayudan a entender el significado de ciertas palabras y estructuras sintácticas describiendo los valores culturales subyacentes a ellas.

[A] *expresividad española (el guion de mostrar las emociones al hablar)*

- a. often when someone says something to someone else
- b. it is good if he/she thinks like this:
- c. “I want this someone else to know how I feel when I say this”.
- [a. muchas veces cuando alguien dice algo a otro alguien,
- b. es bueno si él/ella piensa así:
- c. “quiero que este otro alguien sepa cómo me siento yo cuando lo digo”]⁷

Según Goddard (2018, p. 293), este guion ayuda a explicar la dinámica prosódica del español, su uso frecuente de las interjecciones emotivas (*¡Vaya!*, *¡Uf!*, *¡Ay!*), de los intensificadores tipo *super* o *muy*, del superlativo absoluto y de las exclamaciones tales como *¡Qué bonito!*. También los vocativos cariñosos, que consituyen el objeto principal del presente trabajo, contienen el elemento de dar a saber al interlocutor los sentimientos buenos que su presencia despierta en el hablante (*cuando te veo, siento algo bueno, quiero que lo sepas*).⁸

Con la expresividad está vinculado otro *ideoma* español: “hay que halagar (hay que reafirmar) al otro” (Briz Gómez 2010, p. 2), en términos de NSM *es bueno si la gente piensa así*: “*cuando te veo, quiero decirte algo bueno de ti*”. Rodríguez Alfano y Jiménez Martín (2010, p. 134) definen el *halago* como “un acto de habla mediante el cual el hablante emite un enunciado que valora positivamente los méritos, pertenencias o personas afines a su destinatario, y, en retrospectiva, éste se ve obligado a responder con una respuesta verbal o no verbal”. Como “verse y ser visto como inferior es una clara amenaza a la imagen de un español” (Briz Gómez 2010, p. 13), las palabras cariñosas que aluden a las cualidades buenas del interlocutor ayudan a salvaguardar su imagen social. Travis (2006, p. 208) nota que entre los hispanohablantes se estima mucho todo lo positivo que se dice a otros (y de otros).

Veamos ahora el guion que se refiere al uso frecuente de los vocativos cariñosos en la conversación española:

[B] *guion español de dirigirse a otros con cariño*

- [En España, mucha gente piensa así:]
- a. cuando quiero decir algo a alguien,
 - b. es muy bueno decir algo así a este alguien al mismo tiempo:
 - c. “cuando te veo, siento algo bueno,
 - d. quiero que lo sepas,
 - e. quiero decirte a ti algo bueno de ti,”
 - g. puedo decirlo con unas palabras como *alma, vida, cielo, cariño*

⁷ Traducción propia (ZBS).

⁸ De igual modo, el uso de diminutivos en español se relaciona con el valor de expresar emociones buenas hacia otros (cf. Travis 2004).

Este guion se basa tanto en la predilección española de expresar las emociones de una manera espontánea (*siento algo bueno, quiero que lo sepas*, cf. línea c. del guion [A]), como en el ideoma “hay que halagar a otro” (*cuando te veo, quiero decirte algo bueno de ti*). Da cuenta también del papel que cumplen los vocativos de cariño en la cortesía española (*cuando quiero decir algo a alguien, es muy bueno decir algo así: ...*) y ayuda a crear un ambiente de confianza y amistad (cf. Bravo 2008a; Briz Gómez 2010) característico para las interacciones verbales en las culturas de acercamiento.

En las culturas de acercamiento como la española (Briz Gómez 2012, p. 56), hay una menor sensibilidad hacia el concepto de amenazas a la imagen, un menor uso de recursos de atenuación, un mayor uso de cortesía valorizante y un mayor compromiso afectivo que tiende a construir vínculos interpersonales, mientras que en las culturas de distanciamiento ocurre lo contrario. (Kaul de Marlangeon 2017, p. 6)

Tal como ya hemos notado más arriba (véase el apartado 4), a los españoles les suele gustar estar cerca de los demás, y por eso “tienden a construir puentes y espacios comunes con el otro, existan previamente o no” (Briz Gómez 2010, p. 12). La *amistad*, en el sentido de convivencia entre varias personas (familia, vecinos o amigos) es un modelo cultural importante en España:

Friendship is an important cultural construction in Spain. It has caught the attention of most foreign anthropologists working there. My informants certainly talked about it as much as they talked of money and in similar ways: it is something that can explain almost any kind of decision and it is something without which life is not real living. It is something the lack of which is so acutely felt and the need of which is so great that one almost always has cause for complaint. What one is offered is never enough. It is a cultural ideal, and a central focus for cultural pessimism. (Thurén 1988, p. 219)

El ideal cultural significativo que acompaña a la amistad en la sociedad española y que se refiere al modo de interacción entre la gente es, como afirma Thurén (1988, p. 223), este *special feeling of human closeness called confianza* (véase la línea b. del guion [C]). El guion cultural de estar cerca de los demás, “de ser amistoso con los demás” podemos anotarlo en NSM como:

[C] *guion español de ser amistoso con los demás*

[En España, mucha gente piensa así:]

- a. es muy bueno estar cerca de los demás,
- b. es muy bueno conocer [m.] bien a a los demás,
- c. por eso es muy bueno cuando alguien piensa así;
- d. “quiero estar con otra gente,
- e. quiero saber muchas cosas de otra gente,

- f. quiero hacer muchas cosas buenas por otra gente,
- g. quiero decir cosas buenas a otra gente,
- h. cuando es así, todos pueden sentir algo bueno”

Este guion demuestra que es bueno estar con la gente⁹ y que, para mantener los lazos interpersonales, uno tiene que *hacer cosas buenas para el otro*: interesarse por sus asuntos, ayudarle, animarle y apoyarle (cf. Hernández Flores 2002, p. 92–100, sobre las actividades de la cortesía española) y *decirle cosas buenas al otro* (mostrar aprecio, tener respeto, halagar al otro).

6 Vocativos de cariño como estrategia de cortesía española

6.1 La función de los vocativos

Tal como señala acertadamente Wierzbicka, *one of the deepest differences between English-based human interaction and the interaction based on the languages of continental Europe has to do with terms of address* (Wierzbicka 2017, p. 209). Cada cultura tiene sus propias reglas de cómo dirigirse a los demás:

Evidence from bilingual and bicultural experience (...) shows that in European languages and cultures there are hidden “rules” governing expected ways of addressing other people, and that these “rules” differ from country to country, and from language to language. (Wierzbicka 2016a, p. 28)

Mientras que la lengua inglesa evita las formas directas de dirigirse al interlocutor, en español parece muy importante usar frecuentemente los vocativos, entre otros los vocativos cariñosos.

Díaz Pérez (1997, p. 206) en su artículo dedicado al tratamiento nominal en las películas de Pedro Almodóvar, dice que “[u]no de los fenómenos más característicos de la lengua coloquial [española] es el empleo de vocativos; su redundancia significativa en la conversación”. Es interesante que estas expresiones de aprecio, que aluden a cualidades personales del interlocutor y que son indispensables en el discurso español, se consideran exageradas, hipócritas y, a veces, incluso vergonzantes por parte de los ingleses (Rodríguez Alfano y Jiménez Martín 2010, p. 136). Se relaciona el uso frecuente de los vocativos con la predilección española por conversar con otros (cf. Fernández

⁹ Thurén (1988, p. 221) cita a una informante que dice literalmente *I cannot live without people*, “no puedo vivir sin los demás”.

y Goddard, este volumen), y de hablar con pasión. A ese respecto dice Beinhauer (1968, p. 167):

(...) a nadie que conozca, siquiera superficialmente, el carácter subjetivo y apasionado del español de tipo medio, le podrá sorprender el hecho de que los medios para la expresión afectiva de su lenguaje sean particularmente ricos y variados. Es más: me atrevo a afirmar que de todos los pueblos, incluso meridionales de Europa, el español se lleva la palma en este aspecto.

De Latte (2017, p. 69) habla de tres funciones que desempeñan los vocativos en la conversación: la función *apelativa*, de llamar la atención del interlocutor, la función *atenuadora*, de mitigar los efectos amenazadores de lo que fue dicho, y la función *expresiva*, de demostrar las emociones del hablante.¹⁰ Los vocativos cariñosos pueden desempeñar las tres funciones, pero parece que, ante todo, cumplen la función expresiva (en términos de la NSM, *cuando te veo, siento algo bueno, quiero que lo sepas*). Como ya fue señalado (apartado 5), el uso de tales vocativos se relaciona claramente con el *ideoma* español “hay que halagar” (Briz Gómez 2010, p. 2) que forma parte tanto del guion de “dirigirse a otros con cariño” como del guion de “amistad” (véase línea e. en [B] y g. en [C]). Tal como señalan Rodríguez Alfano y Jiménez Martín (2010, p. 137), “el halago es un elemento de cooperación, no sólo por orientarse a mejorar la relación entre los interlocutores, sino por *reafirmar la identidad de quien lo recibe, su estatus y su poder*” (la cursiva es nuestra). Los vocativos tales como *cielo*, *amor* o *cariño* ayudan a salvaguardar la imagen propia del interlocutor, valorando positivamente sus méritos (*pienso algo bueno de ti*), y así creando un ambiente amistoso y de confianza.

6.2 El vocativo en español

Antes de pasar al análisis de los cuatro vocativos de cariño abstractos¹¹ que constituyen el objeto principal de nuestro estudio, es bueno saber cómo las gramáticas definen el vocativo. Según el *Esbozo de una nueva gramática de la lengua española*:

¹⁰ Según Edeso Natalias (2005), citado en Brandimonte (2011, p. 253), “el vocativo sirve de refuerzo en el caso de cortesía positiva enmarcada en un acto agradador, o para mitigar o atenuar, en el caso de cortesía negativa dentro de un acto amenazador”.

¹¹ En nuestra opinión, los vocativos de cariño pertenecen a los *vocativos axiológicos* en tipología de Bañón (1993), o sea, los que “expresa[n] valoración del interlocutor por parte del hablante” (Alonso-Cortés Manteca 1999, p. 4038).

El vocativo es el nombre de la persona o cosa personificada a quien dirigimos la palabra. No suele llevar artículo ni demostrativo, pero sí posesivos: *Juan, abre la puerta;* *¡Cielos, ayúdame!*; *¡Óyeme, Dios mío!*; *Para y óyeme, ¡oh, sol!, yo te saludo* (Espronceda, *Himno al sol*). Puede colocarse en principio, en medio o al fin de la oración. Al principio, llama la atención del interlocutor hacia lo que va a decirse; es la posición más frecuente en el habla coloquial. En medio o al fin de la oración es casi siempre enfático; su papel suele limitarse a reforzar la expresión o a suavizarla según los matices que la entonación refleje: *Repito, querido amigo, que estás equivocado*. (RAE, [1973] 1983, p. 407).

Como señala Alonso-Cortés Manteca (1999, p. 4037):

puede definirse el vocativo como el uso del nombre para apelar al oyente (...). El uso vocativo es cumplido de forma natural por los nombres propios y los pronombres de segunda persona. Pero también los nombres comunes pueden cumplir esta función, *en particular cuando denotan alguna propiedad del hablante* (la cursiva es nuestra).

Los adjetivos cariñosos que se usan mucho en español peninsular como vocativos son, entre otros, *querido, majo, precioso, guapo* o *rico*, en todas sus variantes de género y número (Brandimonte 2011, p. 259). Alonso-Cortés Manteca (1999, p. 4044) indica que “al igual que estos adjetivos, algunos nombres comunes, como *cariño* o *corazón*, se emplean como términos apelativos. Estos términos se presentan como atributos de la entidad nominal de la que se predicán”.

Las gramáticas no prestan mucha atención a los vocativos, lo que puede sorprender, ya que, en nuestra opinión, su uso frecuente en la conversación cotidiana constituye un rasgo peculiar de la lengua española (véase Beinhauer 1968, 1973; Díaz Pérez 1997; Bosque y Demonte, 1999; Brandimonte 2011). Esta opinión esta confirmada también por De Latte (2017, p. 2), que cita a numerosos autores que sacan a la luz la alta frecuencia de vocativos en todas las variedades del español:

(...) en español abundan formas nominales y adjetivales mediante las cuales el hablante se dirige al oyente, como por ejemplo *hombre, tío, tronco, cariño, guapa, güey, huevón* etc., consideradas como formas de tratamiento típicas del español oral coloquial (...). A pesar de su riqueza formal y su reiterada presencia en la interacción cotidiana de los hispanohablantes, faltan estudios sistemáticos dedicados a estas formas de tratamiento derivadas de sustantivos y adjetivos en castellano (Helincks 2016). (De Latte 2017, p. 2)

6.3 Vocativos de cariño abstractos

El uso común de los vocativos de cariño abstractos, tales como *amor, vida, cielo, gloria, locura, preciosidad* o *encanto*, es un rasgo característico de la lengua española (Bułat Silva, 2002, p. 66). Estos vocativos “sin equivalencia en otros idiomas (incluso románicos)” (Beinhauer 1973, p. 95) se emplean

frecuentemente no solamente en la literatura, sino también en el lenguaje popular. Afirma Beinhauer (1968, p. 40):

Llama la atención el empleo frecuente (extraño en un lenguaje popular) de vocativos abstractos como palabras cariñosas. Me explico su popularidad por el extenso y profundo influjo de la mística española. Todas estas voces, como las mencionadas *gloria*, *encanto*, *cariño*, *embeleso*, *arobo*, y otras, expresan estados del alma provocados en el propio hablante por el objeto amado.

Parece que así el hablante quiere expresar lo mucho que estima a la persona a la que se dirige, diciendo que ella es como su alma, como algo divino, que sin ella no se puede vivir. Es interesante que Beinhauer atribuya la popularidad de los vocativos abstractos en castellano al influjo de la mística española.¹²

Vistos desde la perspectiva de la lengua polaca (lengua materna de la autora del presente trabajo), los vocativos de cariño abstractos en español parecen aún más exóticos. Al comparar las formas de tratamiento españolas con los vocativos cariñosos más frecuentes en polaco, tales como *misiu*, ‘osito’, *kotku*, ‘gatito’, *rybko*, ‘pececito’, *żabko*, ‘ranita’ o *robaczku*, ‘gusanito’ (Bańko y Zygmunt, 2010), el contraste no puede ser mayor. Las dos culturas, polaca y española, comparten muchos rasgos: ambas son expresivas y espontáneas, y de raíz católica, ambas valoran mucho la familiaridad y la confianza, pero sus modos de expresión son muy diferentes.

En los apartados siguientes vamos a analizar más en detalle cuatro vocativos españoles: *alma*, *vida*, *cielo* y *cariño*.¹³ Las explicaciones en NSM que hacemos se basan sobre todo en los ejemplos sacados del *Corpus de Referencia del Español Actual (CREA)*. Vamos a referirnos brevemente también a los diccionarios de la lengua española (principalmente Moliner 2007) y a las observaciones de otros lingüistas.

6.3.1 *Alma*

En el *Diccionario de uso del español* de María Moliner (2007), *alma mía* esta definida como “expresión de cariño”, que también puede ser usada

¹² La mística cristiana, que insiste en la unión del ser humano con lo sagrado, se desarrolló en Castilla en el siglo XVI bajo el contacto con la cultura árabe. Sus representantes más famosos fueron San Juan de la Cruz y Santa Teresa de Jesús.

¹³ Por razones de espacio, se dejará de lado el uso del posesivo y el diminutivo en el vocativo. Para el análisis desde la NSM de las formas diminutivas en el español de Colombia, véase Travis (2004).

irónicamente, “mostrando, sin acritud, impaciencia con alguien”.¹⁴ *Mi alma*, además de usarse como término del lenguaje amoroso (2), es un vocativo que atenúa muchas veces enunciados negativos. Se puede usar hacia una persona de poca confianza, como a una cliente o a una asistente de limpieza (1).

- (1) *Te lo he dicho mil veces. Tienes que fregar con agua caliente, la cristalería siempre con agua caliente, y un poquito más de salero, mi alma.* (Vázquez, Ángel, *La vida perra de Juanita Narboni*, 1976)¹⁵

Sostengo que el escenario prototípico de *mi alma* será, de todos modos, el de intimidad, de estar muy cerca de otra persona (‘este alguien es como parte de mí’) – *mi alma* se usa frecuentemente hacia hijos o parejas románticas. Comparar a una persona amada al alma es como decir *sin ti no puedo vivir*, ya que el alma, en la sabiduría popular, se considera elemento vital del ser humano.

- (2) *CHIRINOS. (Conteniendo su excitación) Mi alma, mi amiga, mi amor, azucena, corderita ...* (Sanchis Sinisterra, José, *El retablo de Eldorado*, 1985)

La definición de NSM que sigue [a.] responde al uso romántico de *mi alma*. Para el uso atenuador de este vocativo, el escenario prototípico será el mismo, pero el encuadramiento un poco diferente, tal como se muestra en [a’.]

[a.] *mi alma* (uso romántico)

- a. cuando te lo digo a ti, pienso de ti así:
- b. “este alguien no es como otras personas,
- c. este alguien es como parte de mí,
- d. sin este alguien no puedo vivir,”
- e. cuando pienso de ti así, siento algo muy bueno, quiero que lo sepas

[a’.] *mi alma* (uso atenuador)

- a. cuando te lo digo a ti, quiero que pienses que yo pienso de ti así:
- b. “este alguien no es como otras personas,
- c. este alguien es como parte de mí,
- d. sin este alguien no puedo vivir,”
- e. cuando te lo digo a tí quiero que sientas algo bueno

¹⁴ Tal como me lo ha avisado un/a revisor/a anónimo/a, *alma mía* se usa frecuentemente en monólogos.

¹⁵ Todos los ejemplos citados en este apartado vienen del CREA (<http://www.rae.es>, consultado el 15 de marzo de 2019).

6.3.2 *Vida*

Moliner (2007) indica que los vocativos *vida*, *mi vida* y *vida mía* son “apelativos muy cariñosos dirigidos a una persona; por ejemplo, por una madre a su hijo” (3).

- (3) *Berta **vida mía** si cambiaste de idea debes decírmelo.* (Carrión, Ignacio, *Cruzar el Danubio*, 1995)

Vida mía puede usarse también con la pareja romántica, ya que la parte importante de su significado es mostrar las emociones buenas hacia el destinatario (4).

- (4) *Calma, **vida mía**, con tus caricias, el incendio que tu belleza puso en mi sangre, dulcifica con la miel de tus labios el mortal amargor de los míos.* (Longares, Manuel, *La novela del corsé*, 1979)

[b.] *mi vida*

- a. cuando te lo digo a ti, pienso de ti así:
- b. “este alguien no es como otras personas,
- c. sin este alguien no puedo vivir,”
- d. cuando pienso de ti así, siento algo muy muy bueno, quiero que lo sepas

La línea c. de la explicación propuesta en [b.] muestra el modelo metafórico que forma la base de este vocativo: TÚ ERES MI VIDA, o en términos de la NSM, *sin tí no puedo vivir*. En cuanto a las diferencias entre las explicaciones [a.] y [b.], aparte de la falta del componente *este alguien es como parte de mí*, en la línea d. se repite la palabra *muy*: *siento algo muy muy bueno, quiero que lo sepas* para representar la afección aún más grande que en el caso de *alma*.

6.3.3 *Cielo*

Moliner (2007) no dedica mucha atención al uso vocativo de la palabra *cielo*, notando solo que *cielo mío* se usa como “expresión de cariño” (5, 6).

- (5) *Cuando hay pasión, si él ronca, ella le da un besito y le dice:*
 - *Date la vuelta, **cielo**, pero no sufras, a mí tus ronquidos no me molestan, pareces un lama tibetano, ommm, ommm ..., me das una paz ...* (VV.AA., *El club de la Comedia Presenta Ventajas de ser incompetente y otros monólogos de humor*, 2001)
- (6) *(La abraza y besa apasionadamente.) ¡Gracias, **cielo mío**! ¡Sin ti estaba muerto!* (Bueno Vallejo, Antonio, *La detonación*, 1977)

En la explicación en [c.], se propone que al dirigirse a alguien con este vocativo uno quiere expresar que siente algo *muy muy bueno* hacia el destinatario. Estar con él es como estar en un lugar elevado, muy bueno, que *está encima de todo*, el cielo.

[c.] *cielo*

- a. cuando te lo digo a ti, pienso de ti así:
- b. “este alguien no es como otras personas,
- c. este alguien es muy bueno,
- d. estar con este alguien es como estar en un lugar muy bueno, encima de todo,”
- e. cuando pienso de ti así, siento algo muy muy bueno, quiero que lo sepas

6.3.4 *Cariño*

Cariño,¹⁶ junto con su forma abreviada *cari*, es quizás el vocativo más frecuente en España (CREA; Enajas 2004; De Latte 2017, p. 59).¹⁷ En el habla de la juventud almeriense alcanza “el mayor índice de aparición con un uso del 19%” (Enajas 2004). Moliner (2007) menciona solamente que *cariño* es “apelativo cariñoso”, sin especificar con quién se usa y cuándo, pero otra vez parece que su uso prototípico es con la gente que se conoce, en una interacción familiar (7, 8).

- (7) *Pero ¿que ocurre, cariño? - le pregunto intentando calmar su evidente desespero.* (Llongueras, Lluís, *Llongueras tal cual. Anécdotas y recuerdos de una vida*, 2001)
- (8) *¿No me olvidarás? Pero cómo te voy a olvidar, cariño.* (*Tariro, tariro*, 18/10/98, TVE 1)

Sostengo que el escenario prototípico a que este vocativo se refiere es el contexto de amar a alguien, de *querer estar con este alguien y hacer cosas buenas por él o ella* (líneas c. y d.).

[d.] *cariño*

- a. cuando te lo digo a ti, pienso de ti así:
- b. “este alguien no es como otras personas,
- c. quiero estar con este alguien,
- d. quiero hacer cosas buenas por este alguien,”
- e. cuando pienso de ti así, siento algo muy muy bueno, quiero que lo sepas

¹⁶ *Cariño* es una palabra interesante que carece de una traducción exacta para el inglés (en nominativo se puede traducir como *fondness* o *loving care*). Es muy probable que sea una palabra clave de la cultura española.

¹⁷ Tal como señala Enajas (2004), “este apelativo tan extendido hoy, en los años 50 era más propio de las clases burguesas o adineradas”.

Hay muchos estudiosos que dirían que los vocativos analizados más arriba han pasado por el proceso de *blanqueamiento semántico* (Burgos Trujillo 2009, p. 15), y son simplemente, como sugiere Moliner (2007), “expresiones de cariño” que ya no tienen ningún significado concreto, excepto expresar emociones buenas que la presencia del interlocutor despierta en el hablante – o sea, en NSM, *cuando te veo siento algo bueno, quiero que lo sepas* (véase el apartado 5). Pero a nosotros nos parece justo asegurar, junto con Brandimonte (2011, p. 258), que “pese a su desgaste, [los vocativos cariñosos] no han experimentado un proceso completo de dessemantización”. Por eso creemos que es necesario explicar su significado para dar a entender a los hablantes de otras lenguas lo particulares que son estas fórmulas de tratamiento españolas.

7 Conclusión

Con este estudio, esperamos haber demostrado que los términos de tratamiento disponibles para el uso diario en una lengua particular, en este caso, en el español de España, nos pueden “revelar complejas e intrincadas redes de premisas y actitudes culturales, proporcionando las llaves para los rincones más extremos del mundo sociocultural del hablante” (Wierzbicka 2016b, p. 29, traducción propia). Esperamos también haber evidenciado que las explicaciones construidas con los elementos simples de la NSM permiten evitar las ambigüedades y los malentendidos que inevitablemente se producen cuando se utilizan términos tales como *reserva*, *distanciamiento* o *autonomía*. Esto ilustra las ventajas de aplicar la metodología de la etnopragmática para investigar las cuestiones sociopragmáticas.

El análisis semántico de los cuatro vocativos de cariño españoles *alma*, *vida*, *cielo* y *cariño* ha postulado que hay diferencia de intensidad entre ellos. Sin embargo, como el análisis se llevó a cabo a base de un corpus reducido, parece sumamente importante profundizar el tema en el futuro, tal vez con una consulta a informantes. Tal consulta podría dar pistas interesantes sobre cómo los españoles sienten (o no) una diferencia de intensidad entre estos vocativos, y cómo los usan en la vida diaria.

Como han escrito muchos investigadores (Beinhauer 1968, 1973; Bravo 2008b; Briz Gómez 2010; De Latte 2017; Goddard 2018; Fernández y Goddard, este volumen), a los españoles, como a los demás pueblos del sur, les importa más establecer relaciones de simpatía y confianza con otros que preservar la

distancia¹⁸ y la privacidad (sobre todo en la interacción familiar cotidiana). Los vocativos de cariño, que favorecen la imagen social del destinatario, cumplen precisamente la función de establecer y mantener buenas relaciones interpersonales mediante la regla cultural que podemos anotar en términos de la NSM como: *es bueno decir cosas buenas a otros, así todos pueden sentir algo bueno* (cf. también Bulat Silva 2002). Otra explicación del uso frecuente de los vocativos es la ya mencionada cuestión de evitar el silencio (véase la nota 18). En palabras de Briz Gómez (2010, p. 16), “a las culturas de más acercamiento les atterra el silencio interaccional. No dejan espacios en blanco, todo aparece relleno; incluso, las pausas se oralizan, son pausas léxicas”. Los españoles, para evitar el silencio, llenan el espacio comunicativo con vocativos (Bravo 2008b, p. 572).

Para terminar, merece la pena mencionar que, en algunos países hispanohablantes de América, p.ej. en Colombia o en México, el factor de “ser amistoso” y de mostrar las emociones buenas hacia el interlocutor juega un papel incluso más importante que en España, lo que se atestigua con el uso mucho más frecuente de los vocativos con diminutivos (por ejemplo, *vidita, cielito*). Company Company (2002, p. 67) señala a este respecto que “una caracterización común del hablante castellano, desde la perspectiva del hablante mexicano, es que son *muy* directos y bruscos en sus modos de expresión”; Briz Gómez (2010, p. 5) añade que “al otro lado del Atlántico puede oírse que el español es agresivo al hablar, que muestra prepotencia, que su discurso es anárquico”.¹⁹ En estas citas se ve cómo los países de habla hispana, pese a que comparten el mismo idioma y se consideran todos desde afuera como culturas *emocionales, expresivas y calurosas*, son diferentes entre sí. Es un tema que seguramente valdría la pena investigar en más detalle en el futuro.

Referencias

- Alonso-Cortés Manteca, Á. (1999). Las construcciones exclamativas. La interjección y las expresiones vocativas. En Bosque, I. & Demonte, V. (Eds.), *Gramática descriptiva de la lengua española*, 3, pp. 3993–4050. Madrid: Espasa-Calpe.
- Bańko, M. & Zygmunt, A. (2010). *Czułe słówka. Słownik afektonimów*. Warszawa: PWN.

¹⁸ La distancia física, tal como el silencio, es a menudo percibida como hostil en la sociedad española.

¹⁹ Parece justificado decir que esta “agresividad” y “prepotencia” son los signos de la *autonomía* (en el sentido de Bravo 2008a), que está muy presente en la conversación cotidiana española. Y es la *afiliación*, la confianza con su interlocutor, que permite que el hablante hable y actúe más abiertamente (véase Hernández Flores 2002, p. 89).

- Bañón Hernández, A. M. (1993). *El vocativo en español: Propuestas para su análisis lingüístico*. Barcelona: Editorial Octaedro.
- Barros García, M. J. & Terkourafi, M. (2014). What, When and How? Spanish Native and Nonnative Uses of Politeness. *Pragmática Sociocultural*, 8 (2), pp. 262–292.
- Beinhauer, W. (1968). *El español coloquial*. Madrid: Gredos.
- Beinhauer, W. (1973). *El humorsimo en el español hablado*. Madrid: Gredos.
- Boski, P. (2009). *Kulturowe ramy zachowań społecznych. Podręcznik psychologii międzykulturowej*. Warszawa: PWN.
- Bosque, I. & Demonte, V. (1999). *Gramática descriptiva de la lengua española*. Madrid: Espasa Calpe.
- Brandimonte, G. (2011). Breve estudio contrastivo sobre los vocativos en el español y el italiano actual. En Sánchez Iglesias, J. J., Santiago Guervós, J., Seseña Gómez, M. & Bongaerts, H. (Eds.), *Del texto a la lengua: La aplicación de los textos a la enseñanza-aprendizaje del español L2-LE* pp. (249–262). Salamanca: Asociación para la Enseñanza del Español como Lengua Extranjera.
- Bravo, D. (1999). ¿Imagen “positiva” vs. imagen “negativa”? Pragmática socio-cultural y componentes de *face*. *Oralia*, 2, pp. 155–184.
- Bravo, D. (2008a). Las implicaciones del estudio de la cortesía en contextos del español. Una discusión (Summary in Spanish). *Pragmatics*, 18 (4), pp. 577–583.
- Bravo, D. (2008b). (Im)politeness in Spanish-speaking socio-cultural contexts: introduction. *Pragmatics*, 18 (4), pp. 563–576.
- Bravo, D. (2010). Pragmática socio-cultural. La configuración de la imagen social como premisa socio-cultural para la interpretación de actividades verbales y no verbales de imagen. En Orletti, F. & Mariottini, L. (Eds.), *(Des)cortesía en español. Espacios teóricos y metodológicos para su estudio* (pp. 19–45). Roma-Estocolmo: Università degli Studi Roma Tre-EDICE.
- Briz Gómez, A. (2004). Cortesía verbal codificada y cortesía verbal interpretada en la conversación. En Bravo, D. & Briz Gómez, A. (Eds.), *Pragmática Sociocultural: Estudios sobre el discurso de cortesía en español* (pp. 67–92). Barcelona: Ariel.
- Briz Gómez, A. (2010). La cortesía al hablar español. *Revista de Enseñanza de ELE a hablantes de chino*, 3, pp. 1–22.
- Briz Gómez, A. (2012). La (no)atenuación y la (des)cortesía, lo lingüístico y lo social: ¿son pareja? En Escamilla Morales, J. & Vega, G. H. (Eds.), *Miradas multidisciplinares a los fenómenos de cortesía y descortesía en el mundo hispánico* (pp. 33–75). Barranquilla-Estocolmo: Universidad del Atlántico-Programa EDICE.
- Brown, P. & Levinson, S. (1987). *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: CUP.
- Bulat Silva, Z. (2002). Un intento de aplicación del metalenguaje semántico natural a las fórmulas de tratamiento españolas. *Estudios Hispánicos*, 10, pp. 61–68.
- Bulat Silva, Z. (2014). Some remarks on „pain” in Latin American Spanish. *International Journal of Language and Culture*, 1 (2), pp. 239–252.
- Burgos Trujillo, M. (2009). Y usted por qué le dice negrito? Funciones de los vocativos de cariño en conversaciones de pareja. Comunicación presentada en el *II Simposio sobre Pragmática y Literatura*, Albuquerque. pp. 1–26. <https://www.academia.edu>.
- Company Company, C. (2002). Gramaticalización y dialectología comparada. Una isoglosa sintáctico-semántica del español. *DICENDA. Cuadernos de Filología Hispánica*, 20, pp. 39–71.
- De Latte, F. (2017). *Estudio formal-funcional y sociolingüístico del vocativo en el español madrileño*. Gent University (Unpublished master thesis).

- Díaz Pérez, J. C. (1997). Sobre la gramaticalización en el tratamiento nominal. *Revista de Filología Románica*, 1 (14), pp. 193–209.
- Edeso Nataliás, V. (2005). Usos discursivos del vocativo en español. *Español actual: Revista de español vivo*, 84, pp. 123–142.
- Enajas, R. (2004). El vocativo amoroso en el lenguaje juvenil almeriense. *Tonos: Revista Electrónica de Estudios Filológicos*, (7). Recuperado de <https://www.um.es/tonosdigital/znum7/estudios/eelvocativo.htm>
- Goddard, C. (2006). Ethnopragmatics: a new paradigm. En Goddard, C. (Ed.), *Ethnopragmatics* (pp. 1–30). Berlin: Mouton de Gruyter.
- Goddard, C. (2017). Ethnopragmatic perspectives on conversational humour, with special reference to Australian English. *Language & Communication*, 55, pp. 55–68.
- Goddard, C. (2018). *Ten Lectures on Natural Semantic Metalanguage. Exploring Language, Thought and Culture Using Simple, Translatable Words*. Leiden: Brill.
- Goddard, C. & Wierzbicka, A. (2014). *Words and Meanings. Lexical Semantics Across Domains, Languages, and Cultures*. Oxford: OUP.
- Goddard, C. & Ye, Z. (2015). Ethnopragmatics. En Sharifian, F. (Ed.), *The Routledge Handbook of Language and Culture* (pp. 66–83). London and New York: Routledge.
- Grice, P. (1975). Logic and conversation. En Cole, P. & Morgan, J. L. (Ed.), *Syntax and Semantics 3: Speech Acts* (pp. 41–58). New York: Academic Press.
- Haverkate, H. (1998). Estrategias de cortesía. Análisis intercultural. En Celis Sánchez, M.S. & Heredia, J.R. (Eds.), *Lengua y cultura en la enseñanza del español a extranjeros: actas del VII Congreso de ASELE* (pp. 45–58). Universidad de Castilla-La Mancha.
- Helinckx, K. (2016). *Variation and discursive shifting of address forms in Chilean Spanish: formal, socio-situational, and pragmatic analysis of spontaneous conversation*. Ghent: Ghent University. Faculty of Arts and Philosophy.
- 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: Universidad de Aalborg. (Recuperado de http://edice.asice.se/?page_id=305)
- Hymes, D. H. (1968). The ethnography of speaking. En Fishman, J. (Ed.), *Readings in the Sociology of Language* (pp. 99–138). The Hague: Mouton.
- Kaul de Marlangeon, S. (2010). Perspectiva topológica de la descortesía verbal. Comparación entre algunas comunidades de práctica de descortesía del mundo hispanohablante. En Orletti, F. & Mariottini, L. (Eds.), *(Des)cortesía en español. Espacios teóricos y metodológicos para su estudio* (pp. 71–86). Roma- Estocolmo: Università degli Studi Roma Tre-EDICE.
- Kaul de Marlangeon, S. (2017). Tipos de descortesía verbal y emociones en contextos de cultura hispanohablante. *Pragmática Sociocultural*, 5 (1), pp. 1–23.
- Moliner, M. (2007). *Diccionario de uso del español*. Madrid: Gredos.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Banco de datos (CREA) [en línea]. Corpus de referencia del español actual*. <http://www.rae.es> [15.03.2019]
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. ([1973] 1983). *Esbozo de una nueva gramática de la lengua española*. Madrid: Espasa Calpe.
- Rodríguez Alfano, L. & Jiménez Martín, E. (2010). El halago en boca propia es vituperio Usos del halago y de ‘ándale’ como estrategias de cortesía. En Orletti, F. & Mariottini, L. (Eds.), *(Des)cortesía en español. Espacios teóricos y metodológicos para su estudio* (pp. 131–150). Roma-Estocolmo: Università degli Studi Roma Tre-EDICE.

- Russell, J. (1991). Culture and the Categorization of Emotions. *Psychological bulletin*, 110 (3), pp. 426–450.
- Thurén, B. M. (1988). *Left hand left behind: The changing gender system of a barrio in Valencia, Spain*. Stockholm: Department of Social Anthropology, University of Stockholm.
- Travis, C. E. (2004). The ethnopragmatics of the diminutive in conversational Colombian Spanish. *Intercultural Pragmatics*, 1 (2), pp. 249–274.
- Travis, C. E. (2006). The communicative realization of *confianza* and *calor humano* in Colombian Spanish. En Goddard C. (Ed.), *Ethnopragsmatics* (pp. 199–230). Berlin: Mouton de Gruyter.
- Wierzbicka, A. (1992). *Semantics, Culture, and Cognition. Universal Human Concepts in Culture-Specific Configurations*. Oxford: OUP.
- Wierzbicka, A. (2003). *Cross-Cultural Pragmatics* (revised 2nd ed.). Berlin: Mouton de Gruyter.
- Wierzbicka, A. (2016a). Making sense of terms of address in European languages through the Natural Semantic Metalanguage. *Intercultural Pragmatics*, 13 (4), pp. 499–527.
- Wierzbicka, A. (2016b). Terms of Address as Keys to Culture and Society: German Herr vs. Polish Pan. *Acta Philologica*, 49, pp. 29–44.
- Wierzbicka, A. (2017). Terms of Address in European Languages: A Study in Cross-Linguistic Semantics and Pragmatics. En Allan, K., Capone, A. & Kecskes, I. (Eds), *Pragmemes and Theories of Language Use* (pp. 209–238). Berlin: Springer.