

Marek Baran, University of Gdansk, Poland

DOI: 10.17951/lsml.2020.44.3.5-17

Cuestiones de identidad en sociopragmática

Questions of Identity in Sociopragmatics

RESUMEN

El presente estudio constituye un acercamiento a la cuestión de identidad y variación en sociopragmática. Nuestra principal ambición se traduce en el intento de determinar herramientas metodológico-interpretativas capaces de reflejar formas, mecanismos y usos lingüísticos que concordarían con el denominado *perfil comunicativo dominante*. Recurriendo a los fundamentos metodológicos de la etnografía de la comunicación y de la teoría de la cortesía verbal, sostenemos que distintas reglas, normas o rutinas conversacionales pueden interpretarse como una conjunción de hechos lingüísticos que obedecen a una coherencia profunda, haciendo, así, pensar en un *estilo interaccional preferido*. La delimitación de este último permite, por su parte, distinguir diferentes *ethnolectos*. En nuestro artículo señalamos distintos ejes analíticos a través de los que resulta posible reconstruir determinadas tendencias sociopragmáticas en las comunidades de habla estudiadas.

Palabras clave: sociopragmática, identidad, cortesía verbal

ABSTRACT

The present study provides an approach to the question of identity and variation in sociopragmatics. Our principal ambition is the attempt to determine methodological-interpretive tools capable to reflect forms, mechanisms and linguistic uses that would coincide with the so-called *dominant communication profile*. Drawing on the methodological foundations of communication ethnography and the politeness theory, we argue that different rules, norms, or conversational routines can be interpreted as a conjunction of linguistic facts that obey deep coherence, which can make us think about *preferred interactional style*. The delimitation of the latter allows, for its part, to distinguish different *ethnolects*. In our article we point out different analytical axes through which it is possible to rebuild certain sociopragmatic tendencies in the speech of studied communities.

Keywords: sociopragmatics, identity, politeness

1. Cuestión de identidad en lingüística y en sociopragmática

La cuestión de identidad en lingüística suele contemplarse desde ángulos muy diversos. En los últimos años, en el marco del debate sobre los signos de identidad de las colectividades humanas, se discute, entre otros, la “función identitaria”¹ o “identificadora” de las lenguas. Las diferentes interrogantes conciernen, entre

¹ Galicismo que, siguiendo a Bustos Tovar (2009, p. 13), consideramos adecuado para dar cuenta de lo significa “identidad colectiva”.

Marek Baran, Zakład Iberystyki, Instytut Filologii Romańskiej, Uniwersytet Gdański, ul. Wita Stwosza 51, 80-308 Gdańsk, marek.baran@ug.edu.pl, <http://orcid.org/0000-0001-7728-8733>



otros, a las causas por las que la lengua constituye un factor de identificación colectiva, así como a las manifestaciones de esa función. Los elementos de identificación colectiva se buscan, de igual modo, en las características de los tipos de discurso dominantes y, dentro de cada uno de ellos, en los rasgos discursivos y lingüísticos que los caracterizan (Bustos Tovar, 2009, p. 20). Son también los planteamientos referidos a los problemas de normalización lingüística los que aluden a cuestiones vinculadas con el papel que se atribuye a la lengua en el orden político, social y cultural. La identidad lingüística se manifiesta, en este caso, tanto en los rasgos de una lengua frente a las demás, como en lo que se podría denominar *interioridad* de una lengua en cuanto que ésta está constituida por un conjunto de variedades. Al reconocer la igualdad de distintas variedades lingüística en el plano intralingüístico, los investigadores observan las evidentes diferencias a nivel de las valoraciones sociales de las lenguas. La conciencia lingüística o, en otros términos, la percepción que tienen los hablantes de su propia variedad aparece así como otro problema ligado a la cuestión de identidad social y lingüística. Al mismo tiempo, la lengua en cuanto instrumento de identificación colectiva se interpreta como una peculiar serie de proyecciones sobre la realidad, lo cual remite a la dimensión cultural y antropológica de las variedades lingüísticas.

Sin menospreciar los enfoques que acabamos de esbozar, nos parece conveniente acercarse al problema de identidad y variación en sociopragmática. En nuestro acercamiento partimos de cuatro supuestos fundamentales:

- a nuestro modo de ver, distintos usos, normas o rutinas propias de las prácticas comunicativas de unas determinadas comunidades de habla podrían interpretarse como una conjunción de hechos lingüísticos que obedecen a una coherencia profunda, lo cual presupone la existencia de un estilo interaccional preferido (o el perfil comunicativo dominante). La delimitación de este último permitiría, por su parte, distinguir diferentes ethnolectos;
- la óptica sociopragmática, al constituir una remodelación ampliada de los enfoques de índole pragmática (que se ocupan básicamente del estudio de los recursos lingüísticos particulares que proporciona una lengua dada para transmitir los diferentes tipos de ilocuciones), debe analizar cómo las conceptualizaciones de tipo social o cultural determinan el uso lingüístico. En este sentido, los análisis de tipo sociopragmático someten a estudio los mecanismos que regulan la interacción comunicativa, relacionándolos con los principios y valores más generales propios de la praxis sociocultural;
- los hablantes, al interactuar en los intercambios conversacionales, ponen continuamente en juego su imagen². Como trataremos de demostrar,

² No referimos, obviamente, al conocidísimo concepto propuesto por Goffman (1967).

el *face-work* (Brown & Levinson, 1987) que se lleva a cabo a lo largo de las interacciones no depende únicamente del amplio abanico de factores contextuales y situacionales, sino que se ve también fuertemente modelado por preferencias conversacionales de tipo colectivo. Por consiguiente, determinados posicionamientos de carácter interaccional trascienden la zona de lo puramente individual;

- las preferencias de índole sociopragmática, que constituyen fundamento de distintos ethnolectos, no deberían concebirse en términos de una (misma) lengua: el hecho de compartir la misma modalidad lingüística no conduce necesariamente a las mismas características de tipo sociopragmático³. En este sentido, en los análisis etnolingüísticos la noción de “comunidad de habla” se presenta como más acertada que la de lengua.

A continuación, trataremos de determinar herramientas metodológico-interpretativas capaces de reflejar formas, mecanismos y usos lingüísticos que concordarían con el denominado perfil comunicativo dominante. En nuestras reflexiones, recurriremos, entre otros, a los fundamentos metodológicos de la etnografía de la comunicación y de la teoría de la cortesía verbal.

2. Categorías (socio)pragmáticas como esquemas de acción comunicativa

El planteamiento por el que nos pronunciamos somete al análisis las categorías pragmáticas consideradas como esquemas de acción comunicativa directamente implicados en la configuración y la puesta en escena de las relaciones interpersonales. En este sentido, el *face-work* que se lleva a cabo a lo largo de las interacciones no depende únicamente del amplio abanico de factores contextuales y situacionales, sino que se ve también fuertemente modelado por preferencias conversacionales de tipo colectivo. De ese modo, las categorías pragmáticas, insertas siempre en un determinado marco sociocultural, sirven plenamente de expresión a la acción comunicativa. Los fundamentos del planteamiento de tales características pueden buscarse, entre otros, en los cross-cultural studies que ya en los años setenta delimitaban las así llamadas high and low cultures. Para Hall (1976), las culturas del Occidente europeo pertenecerían a las low cultures, optando por valores tales como independencia, individualismo, tolerancia al conflicto, expresividad, solidaridad (las high cultures, asociadas principalmente con el Oriente asiático, acentuarían los valores centrados en el grupo, tales como armonía, búsqueda de consenso, respeto de jerarquía...). En una propuesta más tardía, Hernández Sacristán (1999, 2003, pp. 39–44) se decantó, por su parte, por sistematizar determinados principios o valores que sirven de guiones para

³ Distintas modalidades del español pueden desembocar, por tanto, en diferentes estilos comunicativos que, aunque coincidentes en ciertos puntos, no se presentan como totalmente semejantes.

las conductas comunicativas en una serie de conceptos antagónicos: armonía vs competitividad, solidaridad vs. no interferencia, autenticidad vs ceremonialidad, afectividad vs. mostración pudorosa, exculpación (el principio que permite establecer un margen de incumplimiento, socialmente asumible, de lo que regulan las normas sociales) vs. relación fiduciaria (una sólida adhesión a las normas sociales entendidas como guiones preestablecidos de conducta social).

Es de suponer que distintas culturas no difieren sustancialmente en lo que se refiere al tipo de valores puestos en juego en la construcción social, sino más bien en lo que se refiere a las relaciones de prevalencia entre los mismos y a las posibles relaciones jerárquicas que entre los mismos se mantienen. Esta postura coincide con el enfoque de *jerarquías variables* (mencionado, entre otros, por Fant, 1989, pp. 249–250), según el cual es posible formular valores (o metas) para la interacción comunicativa que son de carácter universal, mientras que las divergencias entre distintas culturas se atribuirán principalmente a que las preferencias son distintas y que se han establecido según órdenes prioritarios.

La identidad de distintas comunidades de habla puede, por tanto, perfilarse también a través de determinados usos conversacionales⁴. Desde esta perspectiva, formas y mecanismos lingüísticos, que a menudo pertenecen a categorías gramaticales diferentes, empiezan a interpretarse básicamente por los valores interaccionales que presentan. La trayectoria metodológico-interpretativa por la que pasa la delimitación de distintos ethnolectos supone el reconocimiento de varias etapas de recolección y caracterización de datos. Así, inicialmente, suelen identificarse hechos lingüísticos y discursivos, aparentemente aislados, que parecen pertinentes desde el punto de vista sociocultural (pueden ser palabras clave [en el sentido que les otorga Wierzbicka, 1997], distintos tipos de actos de habla, formas de tratamiento, fórmulas ritualizadas, ...). El paso siguiente se encaminaría hacia la agrupación de los marcadores de naturaleza diversa, pero de significación sociocultural común (los llamados *networks of conspiracies*, Wierzbicka, 1991). La última etapa consistiría en la interpretación de los datos, todo aquello para definir los valores constitutivos de una cultura dada, los cuales se manifiestan tanto el estilo comunicativo dominante como en todo tipo de comportamientos sociales⁵.

⁴ Resultan sugerentes los propósitos de Charaudeau (2009), según quien los elementos portadores de “lo cultural” en una lengua no deberían buscarse en la morfología o las reglas de la sintaxis. Lo que realmente refleja esta dimensión se halla en “las maneras de hablar de cada comunidad, los modos de emplear las palabras, la manera de razonar, de narrar, de argumentar, para conversar, para explicar, para persuadir, para seducir” (pp. 61–62).

⁵ La trayectoria metodológico-interpretativa que acabamos de presentar corresponde a tres niveles que Kerbrat-Orecchioni (2005) propone para la delimitación de ethnolectos. Serían: el nivel “micro”, el nivel intermedio y el nivel “macro” (pp. 304–307).

3. En busca de los parámetros clasificatorios

Al reconocer la existencia de un amplio sistema de valores y preferencias colectivas que se van manifestando en la realidad de los intercambios verbales, deberíamos preguntarnos por la posibilidad de clasificación de las características fundamentales de unas determinadas comunidades de habla. Tal y como lo hemos apuntado en la parte anterior de nuestro estudio, la identidad estructurada en la interacción, aparte de ajustarse a los condicionamientos contextuales y situacionales, se (re)define de acuerdo con unas convenciones sociopragmáticas de índole más global, las cuales favorecen o bloquean, según comunidades de habla, la actualización de determinadas imágenes sociales. El análisis de las convenciones a las que nos referimos puede llevarse a cabo tomando en cuenta determinados indicios de índole lingüística y extralingüística, lo cual, por su parte, hace posible la reconstrucción del estilo comunicativo-interaccional dominante en las comunidades de habla estudiadas. Como propone Kerbrat-Orecchioni (1994, 2005), dicha reconstrucción puede realizarse acercándose a los niveles analítico-interpretativos siguientes: 1) la verbosidad; 2) las relaciones interpersonales; 3) la concepción de la cortesía verbal; 4) la concepción del individuo; 5) el grado de ritualización; 6) la emotividad.

A continuación, vamos a ofrecer una breve caracterización de cada uno de los niveles mencionados.

3.1. La verbosidad

Sería el primero de los elementos constitutivos de la identidad concebida en términos sociopragmáticos, el cual acentúa la importancia, tanto cuantitativa como cualitativa, atribuida al uso mismo de la palabra. En el caso de los análisis etnolingüísticos, se trata, entre otros, de comprobar en qué medida una comunidad en cuestión cuida la llamada *parole fática* (marcando su preferencia por la solicitud y el mantenimiento del contacto) o qué juicios valorativos genera no solamente sobre la cantidad de *parole* producida, sino también sobre su calidad (lo que los franceses suelen llamar *le beau parler*). Como observa Haverkate (1994, pp. 61–62), la categoría normativa que rige los intercambios de carácter fático en las comunidades del Occidente parece traducirse en la realización de la máxima definida en términos positivos como *Sigue hablando* (en términos negativos la misma máxima se formularía como *Evita el silencio*). El silencio, que tratamos de evitar o de romper, parece percibirse como una amenaza potencial para la relación social entre los interlocutores. El alcance de esta supuesta amenaza no se presenta, sin embargo, como universal: Tannen y Saville-Troike (1985) mencionan ejemplos de culturas – como la de los indios atabascos de Canadá – que muestran una tolerancia relativamente grande a intercalar pausas y períodos de silencio en las conversaciones cotidianas. En un lado totalmente opuesto se situarían los habitantes de Antigua (Antillas

británicas), una comunidad que practica y valoriza el llamado “making noise” (*hablar por hablar*) (Kerbrat-Orecchioni, 1994, p. 67)⁶.

3.2. La concepción de la relación interpersonal

Otro principio diferenciador que opone los comportamientos comunicativos de distintas comunidades de habla remite a la manera de concebir y expresar la relación interpersonal. Dicha relación se concibe en tres dimensiones complementarias que son:

- 1) la *relación horizontal* (vinculada con el factor de distancia, D);
- 2) la *relación vertical* (vinculada con el factor de poder, P);
- 3) el *eje de consenso*, contrapuesto al *conflicto*.

Al considerar el primero de los elementos mencionados, suele distinguirse entre las sociedades dotadas de un ethos de proximidad y las que comparten un ethos de distancia. Los elementos que marcan la proximidad o la distancia y que cuentan a la hora de delimitar un determinado ethos pueden ser de naturaleza tanto verbal como paraverbal y no verbal. Kerbrat-Orecchioni (1994, pp. 72–73) aboga por observar, en este caso, el tipo de normas proxémicas junto con las formas de tratamiento que parecen muy llamativas para la definición de la relación horizontal⁷.

La relación vertical está en la base de la distinción entre las sociedades dotadas de un ethos jerárquico y las que se distinguen por un ethos igualitario. Las primeras comparten el rasgo que consiste en enfatizar la expresión de desigualdades de estatus⁸ quedando en oposición a todas aquellas sociedades en las que la variable P juega un papel relativamente discreto. En el caso de las sociedades de ethos igualitario existen, por supuesto, relaciones de autoridad o jerarquía pero en el marco de los comportamientos comunicativos no son valores primordiales, siendo la igualdad una especie de patrón interaccional privilegiado (recordemos que, en este momento, no nos estamos refiriendo a las estructuras sociales sino a las normas de índole comunicativa que presuponen ciertos comportamientos dominantes). La progresiva expansión de la zona T (trato de tú) en las sociedades del Occidente europeo, la simetría generalizada en las fórmulas de saludo y de despedida o la toma de turnos de carácter disruptivo-cooperativo serían marcas del ethos igualitario.

⁶ Para más detalle sobre esta cuestión cf. Baran (2015), Haverkate (2004) o Briz (2010) (este último autor propone hablar de una oposición gradual entre culturas de acercamiento y culturas de distanciamiento).

⁷ Consideren, entre otros, diferentes tipos de apelativos, entre ellos, las formas diminutivas.

⁸ Aquello, entre otros, a través del uso de un amplio sistema de formas honoríficas o fórmulas de deferencia y respeto. Los estudios de corte intercultural insisten de modo casi unánime en el carácter marcadamente vertical de la relación interpersonal que prevalece en las sociedades asiáticas tales como la japonesa o la coreana.

La última de las dimensiones a través de las que es posible indagar en la naturaleza de la relación interpersonal que predomina en una comunidad dada se fundamenta en dos valores contrapuestos que son el *consenso* y el *conflicto* (la pareja de modalidades etológicas se define, así, como: comunidades de ethos consensual vs. comunidades de ethos confrontacional). Parece obvio que un desarrollo exitoso de una interacción no es posible sin cierto acuerdo entre los interlocutores. Las exigencias respecto a este parámetro varían, no obstante, de una sociedad a otra de modo que resulta necesario distinguir entre aquellas comunidades de habla que se caracterizan por una búsqueda casi permanente del consenso y las comunidades dotadas de un ethos más permeable al conflicto. Las primeras evitan sistemáticamente los enfrentamientos por medio de distintas estrategias, entre ellas diversas formas de expresión indirecta, mientras que las segundas se muestran mucho más tolerantes al conflicto, considerado a menudo como señal de involuación en la conversación.

3.3. La concepción de la cortesía verbal

Las dos modalidades fundamentales de cortesía distinguidas en base al modelo de Brown y Levinson (1987) no tienen por qué manifestarse de modo absolutamente equilibrado en distintas comunidades de habla, de ahí que pueda distinguirse entre las sociedades en las que predomina la cortesía positiva y las que marcan su preferencia por la cortesía negativa. El predominio de la cortesía positiva puede traducirse, entre otros, en unas incursiones sistemáticas en el territorio ajeno que equivalen, por ejemplo, a distintas manifestaciones de empatía e interés por parte del hablante (preguntas, cumplidos, ofrecimientos, invitaciones, sugerencias, exclamaciones, etc.). La valorización de la cortesía negativa, que caracterizaría a la mayor parte de las sociedades occidentales, concuerda, *grosso modo*, con el principio de no-interferencia en el espacio comunicativo ajeno. Una proliferación de procedimientos compensatorios orientados a quitar peso a los *Face-threatening Acts (FTAs)*⁹ se sitúa perfectamente en esta línea, explicando bien el carácter abstencionista de la cortesía negativa.

Evidentemente, al considerar la cortesía verbal como uno de los ejes constitutivos del estilo comunicativo dominante, hay que precisar que este parámetro tipológico se presenta como pluridimensional, lo cual significa que las formas de la cortesía positiva o negativa no tienen que concordar en todas las sociedades sometidas al análisis. Además, no es de extrañar que, en determinados casos, los interlocutores vayan a marcar su preferencia tanto por una como por otra modalidad de cortesía, todo ello en función de la situación comunicativa en que se encuentren involucrados.

⁹ FTAs = contra la imagen.

3.4. La concepción del individuo

Cabe admitir que distintas comunidades de habla difieren en cuanto a la concepción del individuo y del grupo. En su propuesta de clasificación de ethnolectos, Kerbrat-Orecchioni (1994, pp. 96–98) aboga por distinguir entre las denominadas sociedades *individualistas* y las que pueden considerarse como *comunidades solidaristas*¹⁰. La oposición podría establecerse, en este caso, tomando como base ciertas características de tipo cognitivo y lingüístico cuya detección se fundamentaría en los aspectos siguientes:

- el grupo se concibe como un conjunto de individuos, (o) los individuos se conciben como elementos que forman el grupo;
- el individuo se define por su personalidad propia, (o) el individuo se define por el lugar que ocupa en una red de relaciones;
- se hace más hincapié en la realización de objetivos individuales, (o) los intereses personales están subordinados a los de la colectividad;
- existe una marcada tendencia a diferenciar los miembros del grupo (el *yo* prevalece sobre un *nosotros* colectivo), (o) puede observarse una nítida tendencia a la homogenización de los miembros del grupo;
- es costumbre entrar en competición con otros miembros del grupo, (o) se pretende ante todo mantener una armonía interna del grupo;
- la vida privada se percibe como *sagrada*, (o) el grupo dispone de determinados derechos de invadir el espacio personal del individuo.

Parece que las sociedades occidentales (identificadas, también, a menudo con las sociedades postmodernas) conciben generalmente las interacciones como intercambios que se llevan a cabo entre personas tratadas como individuos y que son, efectivamente, las imágenes individuales las que vienen implicadas en la interacción (algunos consideran, incluso, la concepción compartida por los occidentales como etnocentrista y extremadamente personalista). Esta concepción no goza, no obstante, de estatus de universal. Los estudios antropológicos sobre el África negra, el Pacífico o el Oriente indican que en varias ocasiones el individuo se concibe ante todo como un elemento perteneciente a una colectividad (sea una familia, una tribu, un clan, etc.) y que tiene que verse siempre a través del grupo. Ocurre que esta fuerte vinculación al grupo conduce a la oposición *in-group* (conjunto de individuos con los que uno se identifica y cuyos valores comparte) \neq *out-group* (el mundo exterior, generalmente percibido en términos negativos), así como a una nítida valorización de armonía general, que se considera más importante que la autosatisfacción individual. Reclamar y preservar su propio territorio queda, entonces, en un segundo plano: el interés principal de un individuo es lograr y mantener la aceptación de la comunidad

¹⁰ Neologismo preferido a *colectivistas*.

3.5. El grado de ritualización

La interacción entre la conducta verbal y los hechos extraverbales puede verse también a través del parámetro de ritualización lingüística. El componente ritual de las verbalizaciones parece presentar un marcado índice de variabilidad, de ahí que en la tipología de ethnolectos se proponga establecer una distinción entre las comunidades de alto grado de ritualización y las que poseen un grado de ritualización débil. Los comportamientos interaccionales pueden estar fuertemente ritualizados o, por el contrario, menos rígidamente normalizados (la improvisación individual o una negociación colectiva que se va llevando a cabo a lo largo de un intercambio comunicativo desempeñan, en este caso, un papel más notable). Los principales indicadores en este campo serían:

- el número y la frecuencia de uso de las expresiones de la denominada *formulación hecha* (expresiones rutinarias, prefabricadas, a menudo de carácter fraseológico);
- su grado de fijación junto con la estabilidad en el nivel de uso (una correspondencia nítidamente delimitada entre una determinada fórmula y la situación comunicativa correspondiente);
- un margen, más o menos grande, que se deja a la no-conformidad con las normas establecidas.

Entre las sociedades dotadas de un alto grado de ritualización, Kerbrat-Orecchioni (1994, pp. 108–109) cita las sociedades tales como la japonesa, la china, la hindú, la turca o el conjunto de comunidades árabes de confesión musulmana donde la ritualización de los comportamientos verbales encuentra un evidente fundamento religioso (en las sociedades dominadas por una instancia religiosa, muchas acciones parecen requerir determinadas verbalizaciones de carácter ritual). De otro lado se sitúan las sociedades dotadas de un grado de ritualización débil que, desde luego, poseen fórmulas rituales (los ritos verbales constituyen, sin duda ninguna, formas socioculturales imprescindibles), pero difieren en cuanto a sus características esenciales y su alcance. Así pues, el número de fórmulas *toutes faites*, en comparación con las mencionadas al principio, se presenta como relativamente reducido. Además, las estrategias verbales vinculadas, por ejemplo, con tratamientos, saludos, secuencias de inicio o de cierre, aunque convencionalizadas, pueden sufrir variaciones difíciles de imaginar en el marco de las comunidades fuertemente ritualizadas donde las normas sociocomunicativas aparecen como extremadamente rígidas.

3.6. La emotividad

Los trabajos dedicados a la tipología de ethnolectos suelen dividir distintas sociedades, *grosso modo*, en las llamadas culturas emocionales (*extravertidas*), en las que una expresión abierta de sentimientos y emociones estaría bien vista, y las denominadas culturas antiemocionales en las que es de costumbre

huir de una manifestación directa de emociones. A nuestro modo de ver, dentro de los estudios dedicados a la delimitación de los perfiles comunicativos, el parámetro de emotividad debería redefinirse de acuerdo con distinción entre lo que Arndt y Janney (1991, pp. 521–523) denominan “comunicación emocional” y “comunicación emotiva”. La primera de las modalidades mencionadas cubriría muestras afectivas espontáneas, no planificadas, así como la externalización física de estados afectivos. La segunda, de crucial importancia para el planteamiento que adoptamos, indicaría todas las muestras de afecto, solidaridad o proximidad que se producen conscientemente y se usan estratégicamente en una amplia variedad de situaciones sociales con el fin de influenciar la percepción de otros o/y de los eventos conversacionales. La demarcación entre comunicación emocional y comunicación emotiva supone dos formas posibles de entender emotividad dentro de las ciencias del lenguaje: la afectividad, vinculada a la llamada expresividad o al componente emocional, se traduce en términos lingüísticos en la función expresiva, que tiene como centro al emisor de la comunicación, mientras que la emotividad, relacionada con la comunicación emotiva, se dirige hacia el receptor, ubicándose así entre las estrategias generales de cortesía verbal. La noción de emotividad recobra, por consiguiente, un marcado contenido interaccional y funcional (Baran, 2010, pp. 159–160). De acuerdo con los planteamientos propios de la cortesía verbal, se recalca el carácter cooperativo de la emotividad que, como cualquier otra estrategia de tipo cooperativo, contribuye a lograr la armonía esencial en las interacciones comunicativas. El hecho de experimentar realmente unos determinados sentimientos o estados emocionales es, en este sentido, absolutamente secundario: como apunta acertadamente Trubetzkoy (1987, p. 19), la intención del hablante no es expresar sus sentimientos personales sino provocar estos sentimientos (u otros correspondientes) en el oyente (el hecho de que el hablante experimente en realidad estos sentimientos, o solo los finja, es indiferente). En este sentido, la emotividad se sitúa dentro del análisis del discurso y de la lingüística interaccional como práctica social o, en otros términos, como una instancia interactiva orientada hacia otras personas y que contribuye a la configuración de las relaciones entre los hablantes. El establecimiento de un ligamen afectivo con el interlocutor equivale, por tanto, a la activación de una de las estrategias de cortesía cuya base es, desde luego, cognitiva (los individuos se comportan de acuerdo con sus interpretaciones, suposiciones y criterios, y lo hacen en relación con otros individuos y la estructura sociocultural). Dentro de los indicadores de tipo lingüístico de la emotividad así percibida, podrían englobarse no solamente exclamaciones, partículas enfáticas o procedimientos fonológicos, tradicionalmente citados como formas de expresividad, sino también formas de tratamiento (tanto nominales como pronominales), modalizadores o distintos recursos morfológicos y sintácticos. En la valorización de dichos procedimientos habría que tomar en cuenta tanto aspectos cualitativos como cuantitativos; nos

parece también que, en determinados casos, el carácter gramaticalizado de recursos delimitados puede servir de indicio interpretativo¹¹.

3.7. Cuestionamientos metodológicos

Somos perfectamente conscientes de que la reconstrucción de determinados perfiles comunicativos puede tropezar con distintas dificultades de tipo metodológico. Una de ellas es la delimitación de los grupos observados: es obvio que las normas comunicativas pueden variar dentro del mismo espacio lingüístico. Convendría también darse cuenta de la dificultad relacionada con la neutralización de los factores de variación que son de tipo estratégico y que se vinculan básicamente con las características particulares de los interlocutores y con la situación de interacción. Además, la interpretación de datos obtenidos puede privilegiar un cierto punto de vista que se desprende tanto de la lengua de descripción junto con sus términos y sus categorías descriptivas como de las normas culturales interiorizadas por el propio investigador¹².

4. A modo de conclusión: Desde la identidad estructurada en la interacción hacia la identidad colectiva

La labor que proponemos en el marco de la pragmática sociocultural va encaminada hacia la búsqueda de ciertas tendencias generales que serían propias de las comunidades de habla consideradas y que trascenderían las variaciones sociolingüísticas propias de las *speech communities* en cuestión. Si, a nivel del individuo, es legítimo sostener la existencia de determinados idiolectos, resulta de igual modo razonable pronunciarse por la delimitación de ethnolectos. Los individuos, al emprender la actividad verbal, manifiestan su identidad, la cual suele percibirse no solamente a través de características personales, sino también a través de toda una serie de factores contextuales y situacionales. En este sentido, el acceso de los interlocutores a sus identidades mutuas pertinentes se basa tanto en los conocimientos previos como en el *decodaje* de ciertos marcadores interaccionales. Las representaciones identitarias de los hablantes se reajustan, pues, en función de diferentes intencionalidades y factores contextuales o van evolucionando. No olvidemos, no obstante, que las marcas de identidad quedan, de igual modo, insertas dentro de una(s) convención(es) sociopragmática(s) más global(es). Las elecciones que efectúan los interlocutores a lo largo de sus

¹¹ Convendría apuntar que todos los parámetros clasificatorios del denominado perfil comunicativo dominante podrían contemplarse igualmente desde la perspectiva de la concepción de la "imagen social" que Bravo (1999, 2003, 2015) categoriza en dos componentes: la imagen de autonomía y la imagen de afiliación (la autonomía se refiere, en este caso, a la percepción que tiene una persona de sí misma y que los demás tienen de ella como alguien con contorno propio en el grupo, mientras que la afiliación remite a la percepción propia y de los demás como alguien identificado con el grupo). Tratamos esta cuestión con más detalle en Baran (2010, pp. 173–175).

¹² Para más detalle sobre esta cuestión cf. Baran (2010, pp. 56–60).

intercambios verbales no dependen, por tanto, únicamente de las preferencias individuales o de los condicionamientos contextuales. Cada comunidad sociocultural dispone de sus propias conceptualizaciones de las situaciones comunicativas y de las relaciones interpersonales. La gestión de la identidad se mueve, así, constantemente entre lo individual y lo colectivo (o lo que consideramos propio de la convención sociopragmática dominante). Por consiguiente, la modelación del *yo interaccional* pasa obligatoriamente por la confrontación con *el otro* y con la *comunidad* de que uno forma parte.

References

- Arndt, H., & Janney, R. W. (1991). Verbal, Prosodic, and Kinesic Emotive Contrasts in Speech. *Journal of Pragmatics*, 15, 521–549.
- Baran, M. (2010). *Emotividad y convención sociopragmática. Una contribución al estudio del ethos comunicativo de la comunidad hispanohablante peninsular*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Baran, M. (2015). Armonía y contraste en los sistemas de alternancia de turnos de habla. In J. M. Santos Rovira (Ed.), *Armonía y contrastes. Estudios sobre la variación dialectal, histórica y sociolingüística de español* (pp. 289–298). Lugo: Editorial Axac.
- Bravo, D. (1999). ¿Imagen positiva vs. imagen negativa? Pragmática socio-cultural y componentes de face. *Oralia*, 2, 155–184.
- Bravo, D. (2003). Actividades de cortesía, imagen social y contextos socioculturales: una introducción. In D. Bravo (Ed.), *Actas del Primer Coloquio del Programa EDICE* (pp. 98–108). Estocolmo: Universidad de Estocolmo.
- Bravo, D. (2015). Pragmática sociocultural para el análisis social del discurso. In D. Bravo, & M. Bernal (Eds.), *Perspectivas sociopragmáticas y socioculturales del análisis del discurso* (pp. 49–90). Buenos Aires: Dunken.
- Briz, A. (2010). La cortesía al hablar español. *Suplemento SinoELE – Revista de Enseñanza de ELE a hablantes de Chino (III Jornadas de Formación de Profesores de ELE en China)*, 1–22.
- Brown, P., & Levinson, S. (1987). *Politeness. Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bustos Tovar, J. J. (2009). A modo de introducción: identidad social e identidad lingüística. In J. J. Bustos Tovar, & S. Iglesias (Eds.), *Identidades sociales e identidades lingüísticas* (pp. 13–49). Madrid: Editorial Complutense.
- Charaudeau, P. (2009). Identidad lingüística, identidad cultural: una relación paradójica. In J. J. Bustos Tovar, & S. Iglesias (Eds.), *Identidades sociales e identidades lingüísticas* (pp. 51–67). Madrid: Editorial Complutense.
- Fant, L. (1989). Cultural mismatch in conversation: Spanish and Scandinavian communicative behavior in negotiation setting. *Hermès*, 3, 247–265.
- Goffman, E. (1967). *Interaction Ritual: Essays on Face-to-Face Behavior*. New York: Doubleday Anchor Books.
- Hall, E. (1976). *Beyond Culture*. New York: Anchor Press.
- Haverkate, H. (1994). *La cortesía verbal. Estudio pragmalingüístico*. Madrid: Gredos.
- Haverkate, H. (2004). El análisis de la cortesía comunicativa: categorización pragmalingüística de la cultura española. In D. Bravo, & A. Briz Gómez (Eds.), *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía español* (pp. 55–65). Barcelona: Ariel.
- Hernández Sacristán, C. (1999). *Culturas y acción comunicativa*. Barcelona: Octaedro.
- Hernández Sacristán, C. (2003). Interculturalidad, transculturalidad y valores de la acción comunicativa. In *Grupo CRIT, Claves para la comunicación intercultural. Análisis de*

-
- interacciones comunicativas con inmigrantes* (pp. 37–87). Castelló de la Plana: Universitat Jaume I.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1994). *Les interactions verbales*: Vol. 3. Paris: Armand Colin.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (2005). *Le discours en interaction*. Paris: Armand Colin.
- Tannen, D., & Saville-Troike, M. (1985). *Perspectives on silence*. Norwood: Ablex Publishing Company.
- Trubetzkoy, N. (1987). *Principios de fonología*. Madrid: Cincel S.A.
- Wierzbicka, A. (1991). *Cross-Cultural Pragmatics. The Semantics of Human Interaction*. Berlin: de Gruyter.
- Wierzbicka, A. (1997). *Understanding cultures through their key-words: English, Russian, Polish, German, Japanese*. New York: Oxford University Press.

