

## CAPÍTULO 6

### LAS RELACIONES INTERPERSONALES, LA CORTESÍA Y LA MODALIZACIÓN

Tal como la definen los autores (Brown y Levinson), la cortesía es básica para producir el orden social y la condición *sine qua non* para la cooperación humana. De este modo, cualquier teoría que dé cuenta de este fenómeno da cuenta al mismo tiempo de los fundamentos de la vida social. Además de su estatuto de principio universal de la interacción humana, los fenómenos de la cortesía, por su misma naturaleza, se reflejan en el lenguaje. Todas las sociedades del mundo, sin importar el grado de su aislamiento o de su complejidad socioeconómica, manifiestan la actuación de los mismos principios; no obstante, lo que cuenta como cortesía puede variar de un grupo a otro, de una situación a otra o de un individuo a otro individuo. Si se pueden encontrar algunas regularidades subyacentes en el orden gramatical y en el orden social que puedan explicar tanto ese tipo de variación como las pautas recurrentes, habremos dado un gran paso hacia adelante en la demostración —no simplemente una hipótesis defendida— de la naturaleza básicamente social del lenguaje humano (Gumperz, en Brown y Levinson [1987: xiii]).

El éxito o fracaso de la relación entre las personas en los actos comunicativos constituye un aspecto fundamental del estudio de la interacción verbal. Por eso los hablantes, al construir sus enunciados, eligen formas lingüísticas que se acomoden al máximo al mantenimiento de la relación establecida y a sus fines o, por el contrario, optan por la ruptura de la relación, escogiendo usos lingüísticos o no lingüísticos que lo indiquen. El otro aspecto fundamental de la comunicación es el éxito o fracaso de la transmisión de la información, tema que será tratado en particular en el capítulo siguiente.

#### 6.1. El contrato comunicativo y los ejes de la relación interpersonal

Tanto quienes estudian la interacción verbal desde una perspectiva semiótica como desde la «lógica conversacional» están de acuerdo en considerar que la comunicación supone un acuerdo básico entre los sujetos que

se ponen en disposición de interactuar (véanse capítulos 2 y 7). De ahí que se hable del principio de *cooperación* conversacional (Grice, 1975), de la *negociación* como condición del proceso (Gumperz, 1982) y del *contrato comunicativo*. Aquí nos centraremos en el contrato, porque se refiere especialmente a la identidad social de los participantes, no tanto *per se*, sino en tanto que se imbrica con el papel comunicativo que desempeñan. Tal como hemos visto en el capítulo 5, el contrato queda definido por Charaudeau como un acuerdo entre los participantes en un acto comunicativo, en el que se integran los rasgos psicosociales y los rasgos lingüísticos, y, a partir del cual, se toman posiciones y se asignan a cada participante unos papeles específicos para su actuación lingüístico-discursiva. Fraser (1980) sostiene que la cortesía verbal reside precisamente en lo que llama «contrato conversacional», constituido por los derechos y obligaciones mutuas de las personas que traban una conversación. Charaudeau concibe dos espacios para la puesta en escena de la actuación lingüística: uno, externo, donde el sentido se construye a través del *Hacer*. Otro, interno, donde el sentido se construye a través del *Decir*. En cada uno de estos espacios se encuentran los participantes (como *partenaires* en la situación, como *coprotagonistas* en la enunciación) que necesariamente tienen una identidad psicosocial y una identidad lingüístico-discursiva que van construyendo en cada intercambio. La significación comunicativa se construye en la amalgama de la identidad, el papel y las normas de comportamiento discursivo que el contrato comunicativo comporta en cada situación. Para Charaudeau (1995), este contrato consiste en las «condiciones globales de realización de una serie de intercambios verbales» que se traduce en «planes de habla», más o menos reglados, entendidos como acuerdos convencionales.

La noción de contrato añade, a la necesidad de los *partenaires* de poseer en común cierto saber y de tener una aptitud para relacionar texto y contexto, la obligación de reconocer el «proyecto de influencia» en el que se han comprometido, que les obliga a dar cuenta de su legitimidad, de su credibilidad y del alcance de su capacidad de persuasión (Charaudeau, 1995: 159).

A través del contrato comunicativo se reconoce a los interlocutores y se les otorga una posición en lo que se refiere al ámbito cognitivo y al ámbito social, con unos derechos y unos deberes en cuanto a su posible actuación a lo largo del proceso enunciativo. En una conversación se puede ir negociando sobre la marcha. En un texto escrito como una novela se establece un contrato de lectura en el cual un requisito es que el lector se sitúe en un mundo de ficción. En el caso de un artículo de revista científica el contrato lleva a los participantes a situarse en el terreno de una especialidad científica. Y en el caso de un programa de debate en la televisión se establece el doble circuito y contrato: el acto de comunicación que transcurre en el plató y la relación que se establece entre el moderador, los participantes y la audiencia.

En el ámbito social, la relación entre las personas se da en varios ejes que se entrecruzan y permiten al hablante, en cada caso, situarse, por un lado, en un punto del *continuum*, y, por el otro, tener el margen suficiente

para negociar sus posiciones en el curso de una interacción. Desde que Brown y Gilman (1960) publicaron el famoso artículo en que analizan el uso del «tú» y del «usted» desde un punto de vista sociolingüístico, a través de la historia y en diferentes culturas, como la principal marca de las relaciones de poder o de solidaridad, otros autores han refinado y completado los estudios sobre los ejes de la relación interpersonal para aplicarlo a las situaciones concretas de comunicación.

Tal como explica Kerbrat-Orecchioni (1992, 1996), hay, por un lado, un eje horizontal, a partir del que se puede medir la distancia y la proximidad entre las personas que interaccionan. Básicamente hay que tener en cuenta el grado de conocimiento mutuo, la relación afectiva que las une y el tipo de situación en que se encuentran (formal, ceremonial, informal). Habitualmente se expresa tanto con marcas no verbales (distancia física, gestos, miradas) como con marcas verbales de tratamiento que indican mayor o menor distancia, mayor o menor intimidad (véanse los apartados 2.6 y 5.1.4). En principio, las relaciones horizontales, bien sean muy informales o muy formales, se dan entre iguales (socios, miembros de una pareja, presidentes, colegas, amigos). Aquí el estatus actúa en el plano de la igualdad, sea éste alto o bajo (dos jefas de Estado, dos alumnos de primaria).

Hay, por otro lado, un eje vertical, por el que se puede determinar la relación jerárquica, de dominante a dominado, de superior a inferior. Esta relación surge de las diferencias de edad, de estatus profesional, de clase social, de conocimientos adquiridos, etc.: es el caso del abuelo y el nieto, del jefe y el secretario, de la profesora y el alumno. O bien surge por razón de atributos personales: mayor competencia lingüística, más fuerza, más belleza, más dinero, etc. Los marcadores de la posición que ocupan los hablantes —llamados *taxemas* por Kerbrat-Orecchioni— pueden ser de tipo no verbal —tono de la voz, gestos y movimientos, mirada, espacio ocupado, apariencia física y vestimenta—, o bien de tipo verbal —elección de formas de tratamiento (asimétrico), ocupación del espacio interlocutivo, iniciativa y mantenimiento de los temas y uso libre de actos virtualmente amenazadores y, por tanto, prepotentes respecto al interlocutor (órdenes, consejos, prohibiciones).

En relación con estos dos ejes surgen otros posibles para entrar en combinación, como el de sentimiento positivo/sentimiento negativo, consenso/conflicto, respeto/confianza o conocimiento compartido/no compartido. La aplicación de estos parámetros se manifiesta en la elección de los diversos marcadores de posición alta o baja que, si bien se basan en una relación previa establecida por la identidad social de cada participante, en el transcurso de una interacción pueden cambiar, negociarse o entrar en conflicto.

## 6.2. La persona social: noción de imagen

Debemos a Goffman (1959, 1967, 1971) la reflexión centrada en la construcción social del «sí mismo». Como podemos ver en el capítulo 4, la actividad comunicativa se concibe socialmente como una *escena* en donde

los *actores* interpretan su papel. Concebido así, el sujeto hablante no se considera como una entidad psicológica, como un individuo con intenciones; sino como un *personaje* que se va definiendo en el proceso mismo de la interacción con los otros. Así, el «sí mismo» (*self*) es una construcción social que se manifiesta a través de la imagen (*face*) con la que cada actor se presenta en las ocasiones de interacción (reuniones, encuentros, situaciones sociales varias). Es un concepto dinámico que está inmerso en el tejido de las interacciones. En palabras textuales, es «el valor social positivo que una persona reclama para sí misma a partir de la posición que otros asumen que ha tomado en un contacto determinado» (Goffman, 1967: 13). La definición de la imagen parte de los otros, de la manera como éstos interpretan y valoran la «línea» u «orientación» que una persona toma en una situación de comunicación determinada. Para el ser social, la imagen es un «objeto sagrado» que se ha de preservar y mantener a través de rituales. Por ello se habla de la «elaboración de la imagen» (*face work*) en el transcurso de la interacción. Esta labor se va realizando a partir de indicadores no verbales y verbales que funcionan simbólicamente para ir determinando la imagen pretendida en cada caso.

Puesto que la interacción se concibe como algo potencialmente conflictivo, en donde la imagen se puede perder o degradar, los rituales de la interacción se encaminan a mantener o salvar la imagen propia y la de los demás a través de rituales de reparación o de compensación, si ha habido ofensa, o bien a través de rituales para evitar el conflicto, particularmente visibles en la relación interpersonal pública. En el escenario comunicativo hay, según Goffman (1959: 117), dos espacios o regiones: el anterior o frontal, el más cercano a un público desconocido (*front stage* o proscenio) y el posterior o de fondo (*back stage* o entre bastidores), que constituye el espacio privado. Se trata por tanto de una imagen en el espacio público y una imagen en el espacio privado que no son intercambiables: en el espacio privado la imagen es conocida y asumida: «Aquí el actuante puede descansar, quitarse la máscara, abandonar su texto y dejar a un lado su personaje». En el espacio público la imagen está continuamente en construcción y se ha de ir manteniendo a través de señales que se orienten a este fin.

En toda la sociedad occidental se tiende a un lenguaje expresivo informal o de trasfondo escénico, y otro tipo de lenguaje expresivo para las ocasiones en que se está realizando una actuación. El lenguaje de trasfondo incluye llamarse recíprocamente con el nombre de pila, la cooperación en las decisiones por tomar, irreverencias y observaciones desembozadas sobre temas sexuales, efusivos apretones de mano, fumar, vestimenta tosca e informal, adopción de posturas descuidadas para sentarse o ponerse de pie, empleo de dialectos o lenguaje no convencional, cuchicheos y gritos, agresividad chistosa y bromas, desconsideración hacia el otro (expresada en actos menores, pero potencialmente simbólicos), actividades físicas individuales de poca importancia, como tatarrear, silbar, masticar, mordisquear, eructos y flatulencias. El lenguaje expresivo de la región anterior puede considerarse como la ausencia (y, en cierto sentido, lo opuesto) de todo esto (Goffman, 1959: 139).

Como vemos, Goffman no alude solamente al comportamiento verbal sino a un conjunto de conductas que adquieren un valor simbólico en la vida social, según estén situadas en un espacio público o privado. Lo que aquí nos importa, sin embargo, es que los comportamientos verbales y, por tanto, la elección de elementos lingüísticos, forman parte de los indicadores simbólicos de construcción de imagen. Son precisamente estos elementos los que van a servir de base a la teoría sobre la *cortesía lingüística* elaborada por Brown y Levinson (1978, 1987). Pero no es sólo la *imagen* —y todas las derivaciones de ese concepto entendido como proceso dinámico en la interacción— sino también el concepto de *territorio*, relacionado con el sujeto social, el que va a constituir la base goffmaniana de las teorías más importantes sobre la relación interpersonal. El *territorio*, tomado en un sentido claramente etológico, se entiende como el espacio material, psicológico y simbólico por el que se mueve el sujeto social, formando el ámbito personal que siente como propio. Goffman (1971) habla precisamente de los *territorios del yo*: el territorio corporal y sus derivaciones (mi cara, mi cuerpo, mi ropa, mi bolso, mi agenda, mis bolsillos), los bienes materiales (mi pluma, mi cartera, mi mesa), los miembros de la familia (mi padre, mi hija), las personas queridas (mi amigo, mi novia), el territorio espacial (mi casa, mi habitación, mi oficina), el territorio temporal (el tiempo a que tengo derecho para tomar la palabra en una entrevista o en una reunión), el espacio mental (información secreta o privada, mis opiniones, ideas, decisiones, preferencias), etc.

### 6.3. La cortesía

La cortesía se concibe comúnmente como «un conjunto de normas sociales establecidas por cada sociedad, que regulan el comportamiento adecuado de sus miembros, prohibiendo algunas formas de conducta y favoreciendo otras» (Escandell, 1993: 136). En cada sociedad y en cada época predomina un conjunto de normas. La cortesía es en este caso una norma de comportamiento social que también afecta a la elección de formas lingüísticas como las de tratamiento (tú o usted) y los honoríficos (véanse los apartados 5.1.3 y 5.1.4). Hay un tipo de manuales que tratan de la regulación del comportamiento social (no verbal y verbal) y de los protocolos, tal como se conciben por una determinada sociedad en un punto de su historia. Tienen interés porque dan cuenta de las formas de vida predominantes en una época, normalmente asociadas a un modelo dominante de educación, modales y protocolos.

Sin embargo, la cortesía lingüística, estudiada en la Pragmática, se sitúa en otra dimensión, que afecta a las interacciones en general. Aunque mantiene conexiones con la cortesía como norma social, no por ello coincide en sus planteamientos. Con mayor especificidad se pueden considerar diversos aspectos propios del estudio de la cortesía lingüística:

- a) Se centra en el comportamiento verbal y la elección de determinados indicadores lingüísticos de cortesía. No tiene en cuenta nor-

mas como «no empujar, no echar mano de los bienes ajenos, no tocar las pertenencias de los demás, no tener posturas descuidadas en público», que controlan comportamientos extralingüísticos descorteses.

- b) Se basa en el reconocimiento de que la función interpersonal del lenguaje está presente en la base del comportamiento comunicativo. En otras palabras: en la comunicación, tanta importancia tiene la circulación de información (transacción: actividad con fines informativos) como la relación interpersonal (interacción: actividad con fines relacionales).
- c) Sirve para facilitar las relaciones sociales y para canalizar y compensar la agresividad, es decir, todas aquellas acciones que pueden constituir una ofensa virtual para los participantes.
- d) Se concibe no como un conjunto de normas sino como un conjunto de *estrategias* que determinan la elección de unas determinadas formas lingüísticas para elaborar los enunciados de los que protagonizan una interacción.
- e) Marca y refleja las relaciones existentes en la vida social en los ejes de poder/solidaridad, de distancia/proximidad, de afecto, de conocimiento mutuo, etc.
- f) Es terreno de negociación en cualquier contexto:

A: Oiga, Señor Soriano...

S: Llámame Fernando. Por algo tenemos que pasar tanto tiempo juntos, ¿no?

Los intercambios entre las personas pueden darse sobre una base pacífica, de consenso, «irénica» o bien sobre una base belicosa, conflictiva, «agónica» (véanse Jacques, 1991 y Kerbrat-Orecchioni, 1992). El hecho de que la vida social tenga un potencial de conflicto y de agresión ha llevado a reflexionar sobre cómo los hablantes suelen encauzar la posibilidad de un enfrentamiento, para lograr la armonía deseable para la interacción. La reflexión sobre la cortesía se inició a partir de las *reglas reguladoras* del comportamiento interpersonal postuladas por Searle (1969) que acompañan a las reglas *constitutivas* regidas por el sistema de la lengua. Lakoff (1973), subrayando que el valor de las primeras no había sido considerado suficientemente, las formula en máximas como «sé cortés», «no abuses», «da opciones», «sé cordial», apuntadas anteriormente por Grice (1975) en su formulación del principio de cooperación conversacional. Leech (1983) postula un *principio de cortesía*, que funcionaría a la par con el *principio de cooperación*, para hacer posible un modelo de *retórica interpersonal*. Este principio de cortesía queda formulado en las máximas de *generosidad*, *tacto*, *aprobación*, *modestia*, *acuerdo* y *simpatía*, Escandell (1993) explica con acierto el funcionamiento de estas reglas cuya existencia se orienta a favorecer la vida social y a reducir o evitar las tensiones que se puedan producir en ella.

Sin embargo, la teoría más elaborada y que ha sido el origen de múltiples estudios sobre la cortesía realizados en culturas y sociedades diferentes, es la de Brown y Levinson (1978, 1987). Esta teoría toma como punto

de partida las nociones de *imagen* y de *territorio* de Goffman, y constituye una sistematización del conjunto de estrategias corteses que se pueden manifestar en los enunciados.

Brown y Levinson parten de que el ser social está constituido por dos entidades interdependientes: la *imagen positiva* y la *imagen negativa*.

El centro de nuestro modelo lo ocupa una noción muy abstracta que consiste en dos clases específicas de deseos (*face wants*), que los interactuantes se atribuyen mutuamente: el deseo de que uno no vea impedidos sus actos (imagen negativa) y el deseo de que los actos de uno sean aprobados (hasta cierto punto) (imagen positiva) (Brown y Levinson, 1987: 13).

La imagen positiva se refiere al valor y estima que una persona reclama para sí misma. La imagen negativa se refiere al territorio que se considera propio, así como a la libertad de acción que todo ser social quiere preservar. En la interacción son como mínimo cuatro imágenes las que se ponen en juego: las dos del Locutor y las dos del Interlocutor, de tal modo que una de las actividades de los participantes es controlar y manejar el mantenimiento de las imágenes propias y las del otro. Si es una actividad que merece atención es porque existe la posibilidad de que haya acciones que afecten negativamente en mayor o menor grado a la imagen. A estas acciones se les llama *Actos Amenazadores de la Imagen* (AAI).

Ante este tipo de actos el hablante tiene varias opciones: evitarlos, mitigarlos o repararlos. En otros términos, si hay un enunciado que puede ser interpretado como una ofensa por parte del Interlocutor, es preferible o bien no pronunciarlo en absoluto, expresarlo de manera indirecta o con rasgos que suavicen el contenido, o bien repararlo:

- Tienes mal aliento. (acto directo que puede herir la imagen del interlocutor)
- ¿Has visto este producto? Va muy bien; yo lo uso siempre. No hay nada peor que tener mal aliento y que no te des cuenta (acto indirecto)
- Siento haberte ofendido. Perdona, pero sólo pretendía ayudarte (acto reparador).

Es preciso señalar que hay situaciones en que la cortesía no es pertinente y las estrategias quedan en suspenso:

- situaciones de familiaridad,
- situaciones de relación jerárquica establecida (de superiores a inferiores),
- situaciones de urgencia,
- situaciones en que hay voluntad clara de agresión.

Pero fuera de estas situaciones hay enunciados que es mejor no pronunciar para no herir a las personas y romper la armonía necesaria para la comunicación. Los AAI se distribuyen en una escala de mayor a menor potencial agresivo. Entre los más fuertes encontramos el insulto y el sarcasmo. Pero hay muchos grados de ofensa, sobre la base del consenso social de lo que es más o menos ofensivo, de los valores y creencias de grupos, sectores o

individuos concretos, y de los participantes en una interacción. Por eso, el manejo adecuado de la imagen propia y de la del otro depende de que se compartan los mismos valores acerca de lo que significa la imagen positiva y negativa, y de lo que se considera más o menos agresivo. Como hemos visto (Goffman, 1959), hay variación respecto a lo que se considera adecuado o permisible, dependiendo del ámbito en que se dé: lo que se acepta en privado puede ser inaceptable en público. Desde esta perspectiva, los actos potencialmente amenazadores de imagen (AAI) se pueden distribuir en cuatro tipos:

Actos que amenazan la **imagen positiva del enunciador**: aquellos que pueden ser autodegradantes: confesión, autocrítica, autoinsulto, etc.

Ejemplo de confesión:

Como saben, en una declaración realizada en enero, me preguntaron acerca de mi relación con M. L. Aunque mis respuestas fueron legalmente correctas, voluntariamente no di toda la información. No obstante, tuve una relación con la señorita L. que no fue apropiada. De hecho, fue equivocada. Constituyó un error crítico de juicio y un error personal del que soy el único y absoluto responsable (Bill Clinton, presidente de los EE.UU., *La Vanguardia*, 19-8-1998).

Actos que amenazan la **imagen positiva del destinatario**: insulto, burla, ironía, sarcasmo, reproche, refutación, etc.

Ejemplo de reproche y burla:

- pensaba señor Aznar—\ pensaba señor Aznar—| [gesto de Borrell con las manos], cómo nos ha hecho hacer usted el ridículo en el mundo: —| [murmullo] y no sólo en Cuba, donde hasta el Papa le ha pasao a usted por la izquierda\ [abucheos]

(Debate del estado de la Nación. De la televisión, 12-14 de mayo de 1998).

Actos que amenazan la **imagen negativa del enunciador**: aquellos que son potencialmente abiertos a un fracaso o a un daño al exponer los bienes propios o autolimitar la libertad de acción: oferta, compromiso, promesa, etc.

- Te prometo que te llamaré cada día (un hijo a su madre al despedirse).
- Tendré el trabajo terminado para el lunes próximo (alumno a profesor).

Actos que amenazan la **imagen negativa del destinatario**: actos directivos, impositivos o que invaden el territorio de otro: como la orden, el consejo, la recomendación, la prohibición o las preguntas indiscretas.

- No puedes llegar a casa más tarde de las 11 (padre a un hijo joven: éste puede considerar que es libre de llegar a la hora que quiera).
- Tráeme los archivos, limpia los cristales y súbeme un café (jefe a empleado administrativo: éste puede considerar que el jefe abusa en lo que respecta a los servicios).



Cuando ocurre alguno de estos actos amenazadores de imagen las posiciones de los participantes pueden peligrar. En ese momento o bien se negocia, o bien se plantea un conflicto abierto, tal como se manifiesta especialmente en los intercambios orales, en donde las estrategias se despliegan de forma más espontánea y visible. Podemos constatarlo en el siguiente ejemplo:

Negociación explícita de posiciones y de identidades en un debate electoral.

Contexto: televisión francesa, elecciones legislativas, 1995.

Participantes: moderador y dos candidatos:

Chirac: alcalde de París, candidato a la presidencia por el RPR (Reagrupamiento para la República)

Fabius: primer ministro del último gobierno. Candidato del PSF (Partido Socialista Francés). En período electoral quedan en suspenso los cargos de gobierno.

1. Periodista: deje hablar al Sr. Chirac
2. Fabius: sí, pero yo quisiera oír su respuesta
3. Chirac: la táctica que consiste en querer continuamente porque eso
4. molesta interrumpir para tratar de desestabilizar al adversario, no sirve
5. para nada. Porque evidentemente no va a ser usted, Sr. Fabius, quien me
6. vaya a desestabilizar, como se puede imaginar
7. Fabius: no se ponga nervioso, no se ponga nervioso
8. Chirac: desde este punto de vista tengo al menos tanta
9. experiencia como usted y por tanto usted no arriesga
10. Fabius: tiene usted más experiencia
11. Chirac: entonces, haga el favor, haga el favor de dejarme hablar, de parar de intervenir continuamente,
12. como un perrito faldero de esos que ladran sin parar, ¿eh?
13. Fabius: oiga, le recuerdo que está hablando al Primer Ministro de Francia
14. Chirac: no
15. Fabius: por fa-vor, por favor, por favor, por favor, ¿eh?
16. Chirac: estoy hablando con el Sr. Fabius, representante del partido
17. socialista, deje de...
18. Fabius: vaya comportamiento, es un escándalo
19. Periodista: sigamos con el debate.

(Ejemplo de Kerbrat-Orecchioni en sesión de seminario)

- 1.º: AAI de Fabius contra Chirac (le interrumpe)
  - 2.º: negociación de la posición de Chirac
  - 3.º: AAI de Chirac contra Fabius (le llama perrito ladrador)
  - 4.º: Fabius se pone en posición alta (asume la posición de ministro)
  - 5.º: Chirac lo devuelve a posición baja (le coloca en posición simplemente de candidato).
- CONFLICTO in crescendo.

En este fragmento de debate electoral televisado se ha dejado de hablar del contenido del debate y los dos protagonistas se ocupan exclusivamente de discutir sobre la posición que se otorgan, en una negociación que fracasa, porque hay desacuerdo en el reconocimiento de la mutua identidad. El periodista interviene para desviar la atención hacia el contenido del debate (paso de un tema interactivo a un tema de referencia).

En este ejemplo, Primer Ministro es un taxema honorífico, marcador léxico de posición alta, que se rebaja con el uso del tratamiento de respeto para un ciudadano cualquiera: Sr. Fabius. Así, los marcadores de la relación interpersonal se convierten en objeto de negociación en el transcurso de la interacción, teniendo en cuenta que el «apeamiento» del tratamiento o

la «elevación» del tratamiento puede significar algo distinto según la situación.

Sobre la base de las imágenes y de los actos de habla que pueden atentar contra ellas, Brown y Levinson parten de que la comunicación es un tipo de comportamiento racional, que debe cumplir tanto con las máximas que aseguran la eficacia informativa como a las máximas que aseguran la armonía en la relación interpersonal. Ahora bien: la elección de una estrategia de cortesía depende de tres factores:

- 1) la relación de poder entre interlocutores (P) - EJE VERTICAL,
- 2) la distancia social (D) - EJE HORIZONTAL,
- 3) la gravedad (G) del acto que atenta contra la imagen (AAI).

El hablante calcula el riesgo de un acto a partir de la suma de estos tres factores, que se puede representar con la siguiente fórmula:

$$\text{Riesgo (AAI)} \ x = (D+P+G) \ x$$

A partir de este cálculo puede elegir la estrategia adecuada. Esta fórmula ha sido criticada y es evidente que faltan elementos tan fundamentales como, por ejemplo, el grado de relación afectiva existente entre los interlocutores; pero se ha mostrado útil porque permite cuantificar el *coste* que tiene una acción para ambos interlocutores, y el *beneficio* que se puede conseguir a través de la aplicación de estrategias de cortesía.

La estrategia ideal es simplemente evitar cualquier acto amenazador. Pero si éste está presente en algún grado, hay diversas estrategias posibles:

- a) estrategias abiertas y directas,
- b) estrategias abiertas e indirectas (de cortesía positiva),
- c) estrategias abiertas e indirectas (de cortesía negativa),
- d) estrategias encubiertas.

Las primeras, como hemos visto, se despliegan en determinadas ocasiones, por ejemplo cuando se quiere dañar, cuando se ejerce el mando, cuando se reclama algo con urgencia, cuando se está en confianza. Respecto al resto de estrategias, que constituyen el fundamento del comportamiento cortés, presentamos en los siguientes cuadros la forma como Brown y Levinson esquematizan la diversidad de realizaciones posibles de enunciados corteses.

1. **Cortesía positiva** (abierta y con compensación para los deseos del oyente [el hablante (H) desea los deseos del oyente (O)]).

La cortesía positiva es una compensación dirigida a la imagen positiva del destinatario, a su deseo perenne de que sus deseos (o las acciones/adquisiciones/valores que resultan de ellos) se perciban como algo deseable. La compensación consiste en satisfacer parcialmente ese deseo comunicando que los propios deseos (o algunos de ellos) son en cierto sentido similares a los del destinatario (Brown y Levinson, 1987: 101).

- 1.1. **Apele al ‘terreno común’**
  - 1.1.1. Exprese «X es admirable, interesante»
    1. **Fíjese, atienda a O (a sus intereses, deseos, necesidades, bienes)**
    2. **Exagere (interés, aprobación, simpatía con O)**
    3. **Intensifique el interés hacia O**
  - 1.1.2. Apele a la pertenencia al mismo grupo que O
    4. **Use marcadores de identidad de grupo**
  - 1.1.3. Apele al punto de vista, opiniones, actitudes, conocimiento, empatía comunes
    5. **Busque el acuerdo**
    6. **Evite el desacuerdo**
    7. **presuponga / suscite / manifieste el terreno común**
    8. **Bromee**
- 1.2. **Exprese que H y O son cooperativos**
  - 1.2.1. Indique que H conoce los deseos de O y los está teniendo en cuenta
    9. **Manifieste o presuponga que conoce y se preocupa por los deseos de O**
  - 1.2.2. Apele a la reflexividad (si O desea [que O tenga X] entonces H desea [que O tenga X] y si H desea [que H tenga X] entonces O desea [que H tenga X])
    10. **Ofrezca, prometa**
    11. **Sea optimista**
    12. **Incluya a ambos, H y O, en la actividad**
    13. **Dé (o pida) razones**
  - 1.2.3. Apele a la reciprocidad
    14. **Asuma o manifieste reciprocidad**
- 1.3. **Colme los deseos de O (respecto a X)**
  15. **Haga regalos a O (bienes, simpatía, comprensión, cooperación)**

2. **Cortesía negativa:** «La cortesía negativa es una acción compensatoria dirigida a la imagen negativa del destinatario: hacia su deseo de que no se dificulte su libertad de acción ni se estorbe su atención. Es la esencia del comportamiento respetuoso, del mismo modo que la cortesía positiva es la esencia del comportamiento “familiar” y “distendido”» (Brown y Levinson, 1987: 129).

a) Abiertamente

b) con compensación hacia el deseo de O de que no se le afecte

- 2.1. Sea directo
  1. **Sea convencionalmente indirecto**
- 2.2. No presuponga / asuma (los deseos de O)
  2. **Pregunte, no sea asertivo**
- 2.3. No coaccione a O
  - 2.3.1. déle opciones para no actuar: sea indirecto; No asuma que O puede / quiere hacer A
    3. **Sea pesimista (asuma que seguramente O no va a hacer A)**
  - 2.3.2. Minimice la amenaza (Haga explícitos los valores G, P, D)
    4. **Minimice la imposición Gx**
    5. **Muestre deferencia**

- 2.4. Comunique que H no quiere afectar a O
  6. **Pida disculpas**
  7. **Impersonalice a H y O: evite la 1.<sup>a</sup> y 2.<sup>a</sup> personas del singular**
  8. **Plantee el AAI como una regla general**
  9. **Nominalice**
- 2.5. Compense otros deseos de O, derivados de la imagen negativa
  10. **Plantee abiertamente que ha contraído una deuda con O, o que O no está en deuda con H**

3. **Cortesía encubierta:** «Se produce un acto comunicativo encubierto si se realiza de tal manera que no es posible atribuirle sólo una intención comunicativa clara» (Brown y Levinson, 1987: 211).

- 3.1. Provoque implicaturas conversacionales a través de sugerencias desencadenadas por la violación de las máximas griceanas.
  - a) Transgresión de la máxima de pertinencia
    1. **Dé indicios (motivos / condiciones para hacer A)**
    2. **Dé pistas asociativas**
    3. **Presuponga**
  - b) Transgresión de la máxima de cantidad
    4. **Dé menos información de la necesaria**
    5. **Dé más información de la necesaria**
    6. **Use tautologías**
  - c) Transgresión de la máxima de calidad
    7. **Use contradicciones**
    8. **Sea irónico**
    9. **Use metáforas**
    10. **Use preguntas retóricas**
- 3.2. Sea vago o ambiguo: transgresión de la máxima de manera
  11. **Sea ambiguo**
  12. **Sea vago**
  13. **Generalice**
  14. **Sea incompleto, use elipsis.**

(Brown y Levinson, 1987)

Veamos una aplicación de estrategias corteses en el siguiente ejemplo:

*Contexto: en la oficina; A y B, colegas. A B se le ha bloqueado el ordenador o bien porque ha cometido un error o bien por razones ajenas a él. La imagen de B puede quedar dañada porque entorpece el trabajo que se está haciendo. A puede desplegar diversas estrategias para compensar la amenaza sobre la imagen de B.*

A se dirige a B:

Ven, no te preocupes, vamos a hacerlo juntos. Ya sabes que si formamos tándem nos comemos el mundo. Esto lo arreglamos en un momento (cortesía positiva).

A se dirige a B:

Pero ¿cómo lo has hecho? ¿No habrás apretado las dos teclas al mismo

tiempo? A mí eso me ha pasado más de una vez. Estas máquinas se la juegan al más pintado (cortesía negativa).

A se dirige a B:

Cuando los informáticos están traginando con los ordenadores... ¡Estas máquinas son un modelo de inteligencia «natural»! La informática es la informática (cortesía encubierta).

En el caso de que A optara por no usar ninguna estrategia cortés, actuaría de manera directa y abierta con un enunciado del tipo:

— Verdaderamente eres un desastre. No se puede confiar en ti.

Kerbrat-Orecchioni (1996) no comparte la concepción excesivamente pesimista de la relación social que muestran tener Brown y Levinson (concepción «agónica» de las relaciones sociales), y propone considerar, junto a los actos amenazadores de imagen, los actos de refuerzo de la imagen (ARI), fundamentalmente los *halagos*, las *alabanzas*, los *agradecimientos*, los *buenos deseos* y las *felicitaciones*, realizados no como compensación a un posible daño sino como un comportamiento estimulante y positivo para la relación interpersonal.

Consideraremos a continuación los procedimientos utilizados para la *cortesía negativa*, aquellos que la persona que habla puede utilizar para compensar la posible agresión a la imagen negativa de su interlocutor. Brown y Levinson llaman *atenuadores* (*softeners*) a los elementos lingüísticos, sustitutivos o acompañantes, usados para este fin. Enumeramos aquí, de forma resumida, algunos de ellos.

Los **procedimientos sustitutivos** son aquellos en los que se reemplaza un elemento por otro que rebaja la fuerza del acto amenazador. Así, el imperativo, como señal de orden y de imposición, puede sustituirse por construcciones, fraseología, giros y selección de pronombres que resultan mucho menos agresivos e impositivos que el uso de formas directas de mandato.

El enunciado:

— ¡Trae el cenicero!

Podría sustituirse por:

— ¿Traes el cenicero?

— ¿Podrías traer el cenicero?

— ¿Te importaría traer el cenicero, por favor?

— ¿Me puede traer un cenicero, si no es molestia?

— Se me va a caer la ceniza...

Si especificamos estos procedimientos sustitutivos podemos distinguir entre desactualizadores, eufemismos y litotes.

Los **desactualizadores** son partículas modales, temporales y personales que ponen distancia entre el Locutor y el acto amenazador. Se trata de

un distanciamiento estratégico del centro déctico propio del acto de habla. Entre ellos, el uso de medios como los siguientes:

el condicional o el subjuntivo:

- *¿Podría* darme un formulario?
- *Quisiera* cobrarle una factura

el imperfecto:

- *quería* un kilo de uva
- *venía* a desembozar la tubería

la elisión de marcas enunciativas de los interlocutores:

- aquí no se fuma
- este trabajo está mal hecho

Los **eufemismos** como elección léxica constituyen un gran recurso atenuante:

- nos ha dejado                      por    ha muerto
- conflicto social                    por    huelga
- el anterior jefe del Estado    por    el dictador

La **litotes** también es un recurso de atenuación

- esta sopa no está demasiado buena    por    esta sopa es incomedible

Los **procedimientos acompañantes** son expresiones añadidas como:

- por favor, si no es molestia, se lo ruego...

o enunciados preliminares para anunciar y preparar un acto que puede attentar contra la imagen. Para la petición:

- ¿me puedes hacer un favor?

para la pregunta:

- ¿puedo hacerte una pregunta indiscreta?

para los consejos:

- ¿me dejas darte un consejo?

para las invitaciones:

- ¿tienes algún plan para el próximo sábado?

Las **reparaciones** se expresan a través de la excusa:

- Es que no sabía que habías comprado los libros
- Lo siento, excúseme
- Lo siento, perdón

Y de la justificación:

- Mis padres nunca me dijeron que eso era así
- No fui a la reunión porque estaba fuera

Los **minimizadores** son elementos léxicos que pretenden reducir la fuerza de la amenaza:

- *Sólo* quisiera saber si...,
- *Simplemente* le quería preguntar...
- ¿Puedes dedicarme cinco *minutitos*?

Los **modalizadores** son elementos que atenúan la fuerza de las aserciones, con lo que adquieren un aire menos perentorio:

- Creo que...,
- Sin duda...,
- Me parece que...

Los **desarmadores** son expresiones que muestran que de antemano se reconoce la posible respuesta negativa, para lograr una reacción positiva:

- Ya sé que no os gusta dejar prestados los libros, pero en este caso me haría mucha falta éste.

Los «**cameladores**» son expresiones de cariño, adulación o elogio que funcionan de contrapeso de un acto que atenta a la imagen:

- Tú, que tomas tan bien los apuntes: ¿me los dejas?
- Anda, cariño, lleva los niños al colegio.
- Tú, que lo sabes todo, ¿quién gobernaba en el primer bienio de la república?

En conjunto, las estrategias de cortesía verbal se aplican cada vez que se emite un enunciado, precisamente por el carácter dialógico del lenguaje. Prácticamente siempre, en cualquier interacción, se opta por un nivel de cortesía, incluso en la que tiene una función estrictamente transaccional (de transmisión de información). En las situaciones en que se suspende la operación cortés hay una razón que lo justifica, como hemos comentado anteriormente. Observemos la inadecuación en estos ejemplos:

En una plaza en fiestas. Una chica a quien se le ha encendido la falda con un petardo:

- Por favor, ¿les importaría mucho ayudarme a apagar el fuego, que me estoy quemando?

En el campo de instrucción, el sargento a los reclutas:

- ...Y ahora... si no es molestia, ¿podrían marchar hacia adelante, por favor?

En la cocina de casa, un hijo a su madre:

- ¿Podría tomar un vaso de agua? Es que tengo tanta sed... Muchas gracias, ¿eh? ¡Qué amable!

Cabe insistir en que es la propia situación la que permite que un enunciado resulte más o menos agresivo: un enunciado apropiado para una situación respetuosa puede resultar insultante en una situación de intimidación. Por eso es en último término la situación la que proporciona el marco interpretativo de los enunciados agresivos —y, por tanto, la causante de la aparición de estrategias corteses—. Desde una perspectiva social más amplia se constatan diferencias en los usos corteses dentro de una misma cultura. Por ejemplo, la ausencia de marcas de cortesía es un indicador de poder, mientras que su presencia es un indicador de subordinación: los niños hacia los adultos, los subordinados a sus jefes, los ciudadanos a sus autoridades; y también se constatan diferencias en el comportamiento según el género (+ cortesía entre mujeres, – cortesía entre hombres) y según la edad (+ cortesía en la gente mayor, – cortesía en la gente joven).

Para el estudio de interacciones específicas se tienen en cuenta todos los aspectos comentados. Ponemos como ejemplo el estudio realizado por Cots (1998) sobre las entrevistas entre estudiantes y profesores en sesiones de tutoría del ámbito universitario. Partiendo de la posición asimétrica socialmente otorgada a cada uno de los participantes, se examina el aspecto dinámico de la interacción en las estrategias desarrolladas por ambos, tanto para mantener cada uno su posición como para favorecer el intercambio, como se puede apreciar en los siguientes cuadros:

### Presentación de la persona

estrategias	subestrategias
evitar asertividad	subjetividad, modalización
explicar, justificar	explicaciones, justificaciones
manifestar presentación positiva de la persona	evitar impresión negativa énfasis en aspectos positivos
énfasis de modestia	mínimo de autoafirmación máximo de modestia
manifestar actitudes y emociones	



**Distancia social**

<b>estrategias</b>	<b>subestrategias</b>
apelar a la persona	temas personales, nombres de pila
romper la formalidad	ruptura deliberada del principio de cooperación alternancia de lengua o registro
simpatizar	reacción positiva, cumplir los deseos del interlocutor
negar la distancia social	acuerdo

**Poder**

<b>estrategias</b>	<b>subestrategias</b>
reconocer la autoridad	pedir permiso, pedir orientación
asumir la autoridad	requisitos y obligaciones, directividad

**Imposición**

<b>estrategias</b>	<b>subestrategias</b>
Mitigar imposición en los actos directivos	posibilidades vs. obligación, dar opciones, compartir ideas, transferir responsabilidad
Mitigar la imposición en las demandas	indireccionalidad atenuadores
Reconocer la imagen negativa del interlocutor	agradecer, pedir permiso excusarse, aclarar posibles arbitrariedades

(Cots, 1998: 91 y ss.)

Finalmente, también hay que tener en cuenta que el comportamiento cortés depende de cada cultura. En los interesantes estudios que se han llevado a cabo en diversos lugares del mundo y con objetivos comparativos se constata la tendencia de la propuesta de Brown y Levinson a considerar la imagen como algo que se define individualmente —propio de la cultura occidental—; mientras que, en otras latitudes, en concreto en países asiáticos como China, Japón y Corea, se constata que la imagen es fabricada por el entorno social y «prestada» a la persona al hablar —concepción mucho más próxima a la versión original de Goffman, para quien la imagen se va conquistando y ganando en la interacción—.