

**‘Y BUENO PIENSO QUE VOS PODRÍAS DÁRSELA’:
ESTRATEGIAS DE CORTESÍA UTILIZADAS POR
PARTICIPANTES ARGENTINOS EN LA SOLICITUD
DE UN SERVICIO PROFESIONAL**

Carmen García
Arizona State University

1. INTRODUCCIÓN

Sin lugar a dudas se puede afirmar que el pedido es el acto de habla que mayor atención ha recibido en los estudios sociopragmáticos del español. La mayor parte de estos estudios ha sido basada en resultados de encuestas escritas (*Discourse Completion Tests* o DCT) o de dramatización de situaciones, estructuradas o no estructuradas. Así, por ejemplo, podemos reportar el estudio de los pedidos en el español peninsular (Vásquez Orta, 1995; Le Pair, 1996; Díaz Pérez, 1999; Ballesteros Martín, 2001), en el español de México (Curcó, 1998), en el español de Cuba (Ruzickova, 1998), en el español hablado en California (Arellano, 2000), en el español de Venezuela y del Perú (García, 1993, 2002), y en el español de Uruguay (Márquez Reiter, 1997, 2000, 2002). Los resultados de estos estudios señalan la preferencia de estrategias convencionalmente indirectas seguidas por las estrategias directas especialmente en los casos donde hay menos distancia social (-D) entre los interlocutores, o donde la persona haciendo el pedido tiene mayor poder que el interlocutor (+P). También se observa un mayor deseo por proteger la imagen positiva del hablante y del interlocutor, en vez de la imagen negativa como podría inferirse ya que un pedido puede interpretarse como una imposición en la libertad de acción del interlocutor (Brown y Levinson, 1987).

El objetivo del presente análisis es estudiar, usando los marcos teóricos de Brown y Levinson (1987) y de Blum-Kulka *et alii* (1989), las estrategias utilizadas por un grupo de hablantes argentinos al solicitar un servicio profesional en una situación que exhibe las características de -P, -D, -R (es decir, una situación donde no hay diferencia de poder entre los interlocutores, no existe un alto grado de distancia social entre ellos y el grado de imposición es bajo). Específicamente, se estudia si los hablantes argentinos prefieren la

expresión de solidaridad o deferencia en la negociación del pedido y cómo esta preferencia puede ser reflejo de sus perspectivas culturales subyacentes.

El artículo presenta en primer lugar el marco teórico utilizado para estudiar los comportamientos observados, luego discute cómo se obtuvo y cómo se analizó la información. Esta es luego utilizada para probar las siguientes hipótesis nulas:

- 1) Los participantes no prefieren el uso de estrategias de cortesía deferencial o de cortesía solidaria en sus actos del habla principales.
- 2) Los participantes no prefieren actos mitigantes o agravantes en sus movimientos de apoyo.
- 3) Los participantes no exhiben ninguna preferencia por estrategias que amenazan su propia imagen positiva o negativa o la imagen positiva o negativa del interlocutor.

2. MARCO TEÓRICO

Las estrategias utilizadas por los participantes argentinos para solicitar un servicio se han clasificado en términos de actos principales y movimientos de apoyo, siguiendo el modelo de Blum-Kulka *et alii* (1989). Los actos principales son luego categorizados como impositivos, convencionalmente indirectos o no-convencionalmente indirectos. Después de este análisis, las estrategias fueron examinadas en cuanto a su correspondencia a las diferentes estrategias de cortesía siguiendo el modelo de Brown y Levinson (1987).

En su estudio de los pedidos Blum-Kulka *et alii* (1989: 275-276) definen los actos principales como “las unidades mínimas que pueden realizar el pedido... [como] la parte central de el pedido” (traducción mía). Según Blum-Kulka *et alii* el hablante puede usar uno o más actos principales para hacer el pedido. Los movimientos de apoyo, por otro lado, son “las unidades externas al pedido que modifican su impacto ya sea agravando o mitigando su fuerza” (traducción mía). Nuevamente, el hablante puede usar uno o más movimientos de apoyo.

A continuación se presenta un trozo del diálogo entre HA y su interlocutor, en el cual se ilustra el acto del habla principal (en negrita) y los movimientos de apoyo usados (en itálicas) para solicitar un servicio:

- Vecino 1 Hola, qué hacés?
 HA 2 Cómo andás, Diego? Ehh escucháme, bueno, *ehh sabés que vivo en frente*
 Vecino 3 Sí, sí
 HA 4 Eh o sea *tengo un problema. Mi hermano o sea anda mal en el colegio bueno*
 5 *está en doble escolaridad, en la tarde le toca inglés y bueno no se lleva muy*

**6 bien con él, pero quería pedirte por favor que le hicieras la gauchada de
7 bueno de darle clases**

En este ejemplo el acto del habla principal, es decir el pedido propiamente dicho, se presenta en las líneas 6-7: ‘pero quería pedirte por favor que le hicieras la gauchada de bueno de darle clases’ y los movimientos de apoyo, en este caso mitigantes, están en las líneas 2: ‘ehh sabés que vivo en frente’, 4 y 5: ‘Eh o sea tengo un problema. Mi hermano o sea anda mal en el colegio bueno está en doble escolaridad, en la tarde le toca inglés y bueno no se lleva muy bien con él’. El primero hace un contacto personal con el interlocutor y el segundo presenta información que justifica el pedido que vendrá a continuación.

Tal como se menciona arriba, Blum-Kulka *et alii* (1989: 17) clasifican los actos principales en impositivos, convencionalmente indirectos o no-convencionalmente indirectos. Los impositivos incluyen imperativos, performativos, performativos mitigados, declaración de obligación, declaración de deseo. Estas estrategias son las más directas “marcadas sintácticamente por imperativos u otros medios verbales que nombran el acto” (46). Además de estas estrategias hemos incluido orden velada (Placencia, 2005) dentro de los impositivos. Las estrategias convencionalmente directas son aquellas que “realizan el acto haciendo referencia a condiciones contextuales anteriores que son necesarias para realizar el acto y que son convencionalizadas en la lengua” (47). Además, se caracterizan por su dualidad pragmática, es decir, “la interpretación de un pedido es parte del potencial del significado conjuntamente con la interpretación literal” (47). Estas estrategias incluyen sugerencia formulaica y pregunta indagatoria. Finalmente, las estrategias no-convencionalmente indirectas son aquellas que “hacen la [invitación] ya sea haciendo referencia parcial al objeto o elemento necesario para la implementación del acto o basándose en indicaciones contextuales” (47). Se caracterizan por su vaguedad pragmática, es decir, “[exhiben] una multiplicidad de significados y tienden a no ser específicas (45)” e incluyen alusiones fuertes y débiles. (Traducción mía)

El modelo teórico de Brown y Levinson establece que en el curso de una interacción los hablantes tienen la necesidad de ser apreciados por el interlocutor, es decir, de mantener su imagen positiva; y de ser respetados, es decir, de mantener su imagen negativa. Brown y Levinson clasifican las estrategias de cortesía en: 1. Directas; 2. Cortesía positiva; 3. Cortesía negativa; 4. No explícitas; y, 5. No expresadas. En este estudio se usa la terminología de Scollon y Scollon (1983: 156-179) para agrupar las estrategias de cortesía de Brown y Levinson en dos categorías: cortesía

deferencial (CD) y cortesía de solidaridad (CS). Tal como se mencionó anteriormente, las estrategias deferenciales implican formalidad y respeto e incluyen Cortesía Negativa, Cortesía No Explícita y Cortesía No Expresada. Las estrategias de solidaridad, por otra parte, implican camaradería y que los hablantes pertenecen a un mismo grupo. Incluyen estrategias Directas y estrategias de Cortesía Positiva. Los actos impositivos se categorizan como estrategias de CS mientras que los convencionalmente indirectos y los no convencionalmente indirectos se clasifican como actos de CD.

Usando como ilustración el ejemplo arriba presentado podemos decir entonces que el acto del habla principal, “pero quería pedirte por favor que le hicieras la gauchada de bueno de darle clases” sería clasificado como una ‘estrategia de cortesía de solidaridad’ (performativo mitigado). En este caso a pesar de ser un acto impositivo, el pedido tiene una intensa mitigación interna tanto a nivel sintáctico como léxico –aspecto imperfecto del verbo (quería), el pasado del subjuntivo (hicieras), marcador de cortesía (por favor), uso de lenguaje coloquial (gauchada), mitigador del tono (de bueno)– que hace que la imposición al interlocutor se vea mitigada. Aún más, estos mitigantes contribuyen a afirmar los lazos comunes del hablante con el interlocutor.

El siguiente ejemplo, por el contrario, ilustra un acto principal categorizado como ejemplo de cortesía deferencial ya que la solicitud del servicio se hace con un pedido indefinido (línea 2) que implica el deseo del hablante de no coaccionar al interlocutor. Nuevamente, este pedido tiene mitigación interna sintáctica (forma interrogativa, pronombre informal de la segunda persona (vos vs. Ud.).

- AF1 1 Escucháme *una preguntita*.
 2 **¿Vos conocés a alguien que dé clases de inglés?**, *que mi hermano quiere aprender*
 3 *y la verdad que no conozco a nadie*

3. MÉTODO

Los datos se obtuvieron en Buenos Aires, Argentina en 2001 usando personas que participaron en la dramatización de una situación. Aunque en una situación ideal hubiera sido preferible obtener datos de los sujetos participando en situaciones de la vida real, esto hubiera sido difícil, casi imposible aquí, debido a que nuestro interés era estudiar un tipo específico de interacción dentro de un mismo contexto. La dramatización de situaciones, por otra parte, da la oportunidad a los participantes de tener máximo control de su intercambio comunicacional (Scarcella, 1979: 277), y al mismo tiempo

proporciona lo que Blum-Kulka *et alii* llaman *stereotyped responses*, "respuestas estereotípicas." Es decir, "el prototipo de las variantes que ocurren en el habla misma del individuo" (Blum-Kulka *et alii* 1989: 13). (Traducción mía).

Como nuestro objetivo era identificar y analizar las respuestas estereotípicas, la dramatización satisfizo nuestras necesidades.

Sujetos

Veinte sujetos argentinos adultos, 10 hombres y 10 mujeres, cuya lengua nativa era el español participaron en la dramatización. La edad de los participantes fluctuaba entre los 18 y 45 años. Los sujetos interactuaron con un hombre argentino de 27 años, estudiante universitario y a quien los participantes no conocían.

Tareas

Antes de empezar las dramatizaciones, tanto los sujetos como la interlocutora recibieron instrucciones en las que se les informó que debían desarrollar una conversación normal y que ésta sería grabada en video. Luego, se les leyó la siguiente situación:

Usted necesita contratar a alguien para que le dé clases de inglés a su hijo que tiene 11 años. Usted habla con su vecino. El está preparado para hacerlo.

Después de esto, cada sujeto y su interlocutora improvisaron conversaciones. El propósito aquí era permitirles a los individuos que tuvieran el máximo control de su participación para que la hicieran tan completa como lo desearan.

Análisis de Datos

Las veinte dramatizaciones fueron grabadas en video y luego fueron transcritas siguiendo las convenciones de Atkinson y Heritage (1984) (Ver Apéndice A). Posteriormente, las estrategias utilizadas por los sujetos se clasificaron en estrategias de CD o estrategias de CS según los parámetros establecidos por Brown y Levinson.

4. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS. LA ORGANIZACIÓN DE LA INTERACCIÓN

El pedido. La interacción empezó con los saludos de los interlocutores y la primera petición hecha por el hablante. En esta etapa los participantes utilizaron cinco estrategias diferentes como actos principales (preformativo

mitigado, orden velada, declaración de necesidad/deseo, sugerencia y pedido impersonal) y cinco estrategias de movimiento de apoyo (preparador, mención de lazos comunes, razones/explicaciones/justificaciones, expresión de aprobación, presentación de información).

A continuación se definen e ilustran (en negrita) estas estrategias en el contexto en que ocurrieron. Los participantes fueron identificados usando las siguientes abreviaciones: HA (hombre argentino) y MA (mujer argentina).

Tal como se mencionó arriba, las estrategias de pedido fueron clasificadas como: 1. impositivas (performativo mitigado, orden velada, declaración de necesidad/deseo); 2. convencionalmente indirectas (sugerencia); y, 3. no convencionalmente indirecta (pedido impersonal). Las tres primeras se categorizan como estrategias de cortesía de solidaridad (CS) y las dos siguientes como estrategias de cortesía deferencial (CD).

Actos del Habla Principales

A. Estrategias de cortesía de Solidaridad

1. Impositivas

- a. **Performativo mitigado.** Son aquellos pedidos en los cuales la fuerza del acto ilocutivo es mitigado por expresiones mitigantes (Blum-Kulka *et alii* p. 18). En el siguiente ejemplo, la mitigación está hecha sintácticamente –uso del aspecto imperfecto del verbo (quería), marcador de cortesía (por favor), uso del pasado del subjuntivo (hicieras), lenguaje informal (gauchada).

HA Eh o sea tengo un problema. Mi hermano o sea anda mal en el colegio bueno está en doble escolaridad, en la tarde le toca inglés y bueno no se lleva muy bien con él, pero **quería pedirte por favor que le hicieras la gauchada de bueno de darle clases**

- b. **Orden velada.** Las órdenes veladas son aseveraciones del curso de acción que el interlocutor debe seguir (Placencia, 2005).

MA Martín no anda muy bien en el colegio, viste, eh necesita clases extra de inglés y **bueno pienso que vos podrías dársela**

- c. **Declaración de necesidad/deseo.** Es aquella por medio de la cual el hablante declara que quiere que el oyente lleve a cabo el pedido.

HA Bueno, este mirá **a mí me interesaría que si le si podés darle clases a mi hijo, a a Pablo**

B. Estrategias de Cortesía Deferencial

Convencionalmente indirecta

- a. **Sugerencia.** Es la estrategia por medio de la cual el hablante sugiere al hablante que satisfaga su pedido.

MA Es muy este ahora están recién conociendo los animales y todo, pero él no recuerda, no sé qué le pasa, este no recuerda las cosas, **entonces a vos te parece podemos arreglar=**

No convencionalmente indirecta

- a. **Pedido impersonal.** Es el pedido que no menciona al interlocutor como posible individuo que va a satisfacer.

MA Escucháme una preguntita. **Vos conocés a alguien que dé clases de inglés?**, que mi hermano quiere aprender y la verdad que no conozco a nadie

Movimientos de apoyo

Todos los movimientos de apoyo usados en esta etapa pueden clasificarse como mitigantes, es decir alivian el peso de la imposición.

Mitigantes

- a. **Preparador.** Blum-Kulka *et alii* (1989: 287) definen el preparador como la oración o frase por medio de la cual “el hablante prepara a su interlocutor (-a) para el pedido que sigue preguntándole acerca de su potencial disponibilidad para llevar a cabo el pedido, o pidiéndole permiso para hacer el pedido – sin, por supuesto, dar a conocer la naturaleza o contenido del mismo” (Traducción mía).

HA ‘tá bien, todo bien. Escucháme **te voy a preguntar una cosita.** No sé si vos conocerás a alguien que pueda dar clases de inglés para chicos

- b. **Mención de lazos comunes.** Es la estrategia a través de la cual el hablante hace mención de la relación especial o conocimiento que tiene del interlocutor.

HM **Yo soy de acá el el vecino de al lado**
Vecino Ah, sí

HA **Mire me enteré que que Ud. tiene chicos que que da clases de inglés**

- c. **Razones/explicaciones/justificaciones.** El pedido fue apoyado por una gran variedad de razones/explicaciones/justificaciones que sirvieron para aliviar la imposición.

MA bueno yo tengo a mi hermano que tiene inglés en la escuela y no le está yendo bien. Necesito a ver que me recomiendes alguien que pueda ayudarlo a darle clases particulares **porque la verdad me parece que no anda bien**

- d. **Expresión de aprobación.** Los participantes expresaron su aprobación a la información dada por el interlocutor sobre sus credenciales, disponibilidad, etc.

Vecino Sabés que yo estoy dando clases de inglés

MA Ah sí?

Vecino Sí

MA **ah, buenísimo.**

Vos cuánto cuánto sabés de inglés?

Vecino y bueno yo hice, o sea tengo el () certificate=

MA =ah=

Vecino -y bueno o sea estudié eh como vos sabés en un colegio primaria y secundaria, estuve viviendo dos años en en Inglaterra

MA **ah, buenísimo**

- e. **Presentación de información.** Para apoyar su petición los participantes proporcionaron información al interlocutor sobre el problema que enfrentaban y sobre la persona que iba a recibir el servicio.

HA este y requiere de Ud. porque tengo un problema

() el chiquito, Ud. lo vio por ahí, bueno =

Vecino =sí=

HA =**anda mal en inglés, anda mal y está fallando** y necesito que necesito que unas clases de apoyo

La tabla 1 muestra la distribución de las estrategias de deferencia y solidaridad (y sus subcategorías) usadas como actos principales y movimientos de apoyo.

TABLA 1. *Estrategias de cortesía usadas por los participantes para hacer el pedido*

	Hombres		Mujeres		Total	
	n	%	n	%	n	%
Actos principales						
A. Estrategias de cortesía deferencial						
1. Pedido impersonal	2	14	7	50	9	32
2. Sugerencia	0	0	1	7	1	4
Total	2	14%	8	57%	10	36%
B. Estrategias de cortesía solidaria						
1. Performativo mitigado	1	7	0	0	1	4
2. Orden velada	6	43	2	14	8	29
3. Declaración de necesidad/deseo	5	36	4	29	9	32
Total	12	86%	6	43%	18	64%
Número total de actos principales	14	27%	14	30%	28	29%
Movimientos de apoyo mitigantes						
1. Preparador	8	22	3	9	11	16
2. Mención de lazos comunes	6	16	4	12	10	14
3. Razones/explicaciones/justificaciones	7	19	6	18	13	19
4. Expresión de aprobación/aceptación	1	3	4	12	5	7
5. Presentación de información	15	41%	16	48%	31	44%
Número total de mitigantes	37	100	33	100	70	100
Agravantes						
-----	0	0	0	0	0	0
Total	0	0	0	0	0	0
Número total de movimientos de apoyo	37	73%	33	70%	70	71%
Número total de estrategias	51		47		98	

Tal como se puede observar en la tabla 1 los participantes argentinos no usaron muchas estrategias para solicitar el servicio (51 estrategias los hombres y 47 las mujeres). Además, los actos principales constituyeron solamente el 29% de las estrategias usadas mientras que el otro 71% correspondió a los movimientos de apoyo; es decir, los participantes prefirieron no hacer solicitudes múltiples para hacer su petición más fuerte, sino usar múltiples estrategias de apoyo que mitigaran su imposición. Esto se observó igualmente en el comportamiento de otro grupo cultural, los venezolanos, que pusieron más “esfuerzo en apoyar su solicitud que en hacer la solicitud misma, lo cual tuvo el efecto que ésta fuera menos fuerte y/o menos impositiva” (García, 2002: 69).

Los participantes además, exhibieron una marcada preferencia por estrategias de cortesía solidaria (64%) en vez de estrategias de cortesía deferencial (36%), contradiciendo las estipulaciones que Brown y Levinson (1987) y Blum-Kulka *et alii* (1989) señalan como comportamiento esperado. Sin embargo, es necesario destacar que esta preferencia no es estadísticamente significativa ($Z = 1,48 < 1,96$). Además, el efecto de imposición de los actos principales es mitigado por los movimientos de apoyo mitigantes.

Comparando la participación de hombres y mujeres se observa una figura interesante. Aunque no hubo diferencia en el peso dado por hombres y mujeres a los actos principales y a los movimientos de apoyo, sí hubo diferencia en la participación de estos dos grupos de participantes. Las mujeres crearon un balance casi perfecto entre las estrategias de cortesía deferencial y las de solidaridad (57% y 43% respectivamente), mientras que los hombres prefirieron abiertamente las estrategias de cortesía solidaria y consecuentemente el establecimiento de camaradería con la interlocutora (86% vs. 14%). En cuanto a las estrategias de cortesía deferencial se puede apreciar que el pedido impersonal constituyó el 50% de los actos principales de las mujeres, mientras que sólo constituyó el 14% de los actos principales de los hombres. En cuanto a las estrategias de cortesía solidaria, se observa, por otra parte que la orden velada constituyó el 43% de las estrategias de los hombres, pero sólo el 14% de las de las mujeres. Es decir, hubo un claro contraste en las preferencias de estos dos grupos: los hombres prefiriendo la CS (orden velada) y las mujeres la CD (pedido impersonal).

Esta diferencia en el tipo de actos principales entre hombres y mujeres puede ser interpretada como una posición más fuerte de los hombres argentinos al solicitar un servicio. El uso más alto de cortesía solidaria tiene el efecto no solamente de crear camaradería con el interlocutor, sino también

de imponer y expresar poder y/o autoridad. Es posible que los hombres argentinos, pero no las mujeres, percibieran a la persona a la que solicitaban un servicio como una persona más débil o con menos poder o autoridad, o como una persona con la cual tenían un “vínculo” (Fitch, 1998) de amistad que les permitía hacer el pedido más abierta y directamente. Nuevamente estos resultados se asemejan mucho al comportamiento de los venezolanos al hacer un pedido, tal como señala García (2002). La diferencia en la preferencia de diferentes tipos de estrategias de cortesía por hombres y mujeres argentinos es significativa ($Z = 2,66 > 2,58$).

En cuanto a los movimientos de apoyo se observa cierta similitud entre los hombres y mujeres ya que ambos prefirieron el uso exclusivo de mitigantes y entre ellos, ambos grupos prefirieron presentación de información (41 y 48% respectivamente). Sin embargo, la mayor diferencia en el uso de los mitigantes se manifiesta en el uso de preparador, que constituyó el 22% de los mitigantes de los hombres, pero sólo el 9% de los de las mujeres; éstas, por su parte, expresaron mayor aprobación del interlocutor que los hombres (12 vs. 3% de sus movimientos de apoyo, respectivamente). Podría inferirse que los hombres prefirieron preparar más al interlocutor sobre la imposición que iban a recibir mientras que las mujeres prefirieron mitigar su imposición haciendo que éste se sintiera bien.

En resumen, al solicitar un servicio los hablantes argentinos usaron más estrategias de cortesía solidaria que de cortesía deferencial en sus actos principales y mitigantes en sus movimientos de apoyo. Aunque las estrategias de los hombres y mujeres fueron muy similares, los hombres fueron más fuertes en su solicitud mientras que las mujeres prefirieron balancear la fuerza de su pedido con la expresión de respeto y deferencia.

La negociación. La negociación empezó tras la respuesta del interlocutor a la petición hecha por el hablante y consistió no sólo de la negociación de las condiciones en las que el servicio se iba a dar (lugar, frecuencia, hora, tiempo, coste), sino en la averiguación de la capacidad del interlocutor para satisfacer el pedido (credenciales, experiencia, metodología a usar). En la negociación, los participantes usaron estrategias impositivas (imperativo, pregunta (de información) directa, orden velada, declaración de necesidad/deseo), y convencionalmente indirectas (sugerencia, pregunta (de información) indirecta, y pregunta indagatoria). Estos actos principales fueron acompañados por movimientos de apoyo mitigantes (preparador, aceptación del interlocutor y de los términos ofrecidos, presentación de información, razones/explicaciones/ justificaciones).

A continuación se definen e ilustran (en negrita) las estrategias no presentadas ni ilustradas anteriormente en el contexto en que ocurrieron.

Actos del habla principales

A. Estrategias de cortesía de Solidaridad

1. Impositivas.

- a. **Imperativo.** Los participantes utilizaron la forma imperativa del verbo en la negociación del servicio.

Vecino Buenísimo, sí, sí, o sea yo estoy dando clases particulares así que bueno este puedo dar

MA bueno, **avisáme los horarios**

- b. **Pregunta (de información) directa.** Los participantes preguntaron directamente al interlocutor sobre sus credenciales, su disponibilidad, el lugar, tiempo, frecuencia con que proporcionaría el servicio y el salario que pediría. Además pidieron directamente el cambio de las condiciones que el interlocutor ofrecía. El siguiente ejemplo ilustra el pedido directo sobre las credenciales del interlocutor.

MA ah, buenísimo. **Vos cuánto cuánto sabés de inglés?**

Vecino y bueno yo hice, o sea tengo el () certificate

- c. **Declaración de obligación.** Algunos participantes señalaron lo que tenía que hacer el interlocutor para satisfacer su pedido.

Vecino () oral o escrito o todos?, tal vez podríamos hacer oral, práctica como para que hable y este tipo de cosas, como guía o sea

HA Bueno en ese caso me parece que **tendrías que un poco ajustarte primero al programa que tiene la escuela=**

Vecino =Sí, sí=

HA =ése es el primer paso

B. Estrategias de cortesía de Deferencia

- a. **Pregunta (de información) indirecta.** En algunos casos el hablante pidió la información que necesitaba indirectamente.

MA pero bueno no sé como estás con tus horarios

Movimientos de apoyo

Mitigantes

- a. **Expresión de aprobación/aceptación.** Los participantes expresaron su aprobación y aceptación de las credenciales del interlocutor y

aceptaron las condiciones en las que se les iba a prestar el servicio. El siguiente ejemplo ilustra la aprobación de las credenciales del interlocutor.

Vecino y bueno o sea estudié eh como vos sabés en un colegio primaria y secundaria, estuve viviendo dos años en en Inglaterra
 MA **ah buenísimo=**
 Vecino =así que
 MA Y alguna vez enseñaste algo?
 Vecino Sí, sí. Tuve, bueno enseñé en varios colegios y acá hace 4, 5 años que estoy enseñando
 MA **bárbaro**

La tabla 2 muestra la distribución de las estrategias de deferencia y solidaridad (y sus subcategorías) usadas como actos principales y movimientos de apoyo.

TABLA 2. *Estrategias usadas por los participantes en la negociación*

	Hombres		Mujeres		Total	
	n	%	n	%	n	%
Actos principales						
A. Estrategias de cortesía deferencial						
Pregunta (de información indirecta/mitigada)	11	28	7	15	18	21
2. Sugerencia	1	3	8	17	9	10
Total	12	31%	15	32%	27	31%
B. Estrategias de cortesía solidaria						
1. Imperativo	4	10	7	15	11	13
2. Declaración de obligación	2	5	2	4	4	5
3. Pregunta (de información) directa	17	44	13	28	30	35
4. Orden velada	3	6	5	11	8	22

5. Declaración de necesidad/deseo	1	3	5	11	6	7
Total	27	9%	32	8%	59	69%
Número total de actos principales	39	35%	47	37%	86	36%
Movimientos de apoyo mitigadores						
1. Preparador	0	0	2	3	2	1
2. Expresión de aprobación/aceptación	33	46	31	39	64	27
3. Presentación de información	22	31	14	18	36	15
4. Razones/explicaciones/justificaciones	16	23	32	41	48	20
Número total de mitigantes	71	65%	79	63%	150	64%
Agravantes						
-----	0		0			0
Número total de agravantes	0		0			0
Número total de movimientos de apoyo	71		79		150	
Número total de estrategias	110		126		236	

La tabla 2 muestra una mayor riqueza de estrategias en la negociación de la que se observó en el pedido mismo. Esta riqueza se vio tanto en los participantes como conjunto (98 estrategias en el pedido mismo vs. 236 en la negociación) así como en la participación de hombres (51 vs. 110) y mujeres (47 vs. 126). Es decir, los participantes argentinos pusieron más esfuerzo en negociar los términos de la solicitud que en hacerla.

En cuanto a los actos principales, se observó nuevamente una preferencia por las estrategias de CS que por las de CD (69 vs. 31%) y esta vez la diferencia fue significativa ($Z = 3,58 > 2,58$). En esta etapa, sin embargo, tanto hombres como mujeres tuvieron la misma proporción de estrategias

(69 vs. 31% para los hombres; 68 vs. 32% para las mujeres) y por lo tanto no hubo diferencia significativa entre estos dos grupos.

Aunque el acto principal usado con más frecuencia por hombres y mujeres en la negociación fue la pregunta (tanto directa como indirecta), los hombres prefirieron las preguntas directas más que las mujeres (44 vs. 28%). Estas, sin embargo, aunque también usaron el pedido directo, favorecieron el uso de sugerencia (estrategia deferencial), orden velada y declaración de necesidad/deseo (17, 11 y 11% respectivamente) más que los hombres (3, 6, 3%).

La observación del uso de los movimientos de apoyo indica que nuevamente los participantes usaron mitigantes exclusivamente (100%). La diferencia más obvia entre hombres y mujeres es que esta vez los primeros usaron expresión de aprobación/aceptación y presentación de información con más frecuencia que las mujeres (46% vs. 39% y 31% vs. 18%, respectivamente). Las mujeres, sin embargo, prefirieron justificar más su negociación que los hombres (41% vs. 23%). Esto parece indicar que los hombres, a diferencia de las mujeres, prefirieron ofrecer retroalimentación positiva durante la negociación más que en el pedido mismo; las mujeres, por su parte, que prefirieron la retroalimentación positiva en el pedido, en la negociación prefirieron justificar su imposición. En ambos casos, se puede apreciar un mayor esfuerzo de hombres y mujeres, distinto, pero esfuerzo al fin, para ver un resultado feliz a su pedido.

En resumen, tanto hombres como mujeres prefirieron negociar directamente la satisfacción de su pedido pero siempre mitigando la imposición que podía crear esta negociación en el interlocutor.

Aunque Blum-Kulka *et alii* (1989: 11-12) declararon que los pedidos o solicitudes son interpretados como “usurpaciones de la libertad de acción o incluso una demostración del ejercicio de poder, y que los hablantes pueden dudar al hacer el pedido por miedo a dar a conocer una necesidad o por temer arriesgar la pérdida de imagen del interlocutor” (Traducción mía), considerando las respuestas dadas por el interlocutor, podemos ver que éste no consideró ni el pedido ni la negociación como una usurpación de su libertad. En ningún momento protestó ni reclamó; todo lo contrario, hubo una perfecta sincronía en cuanto al tipo de estrategias (impositivas), repetición de frases, uso de lenguaje informal e impositivo. Tal vez esto se deba a la amplia mitigación que acompañó tanto el pedido de los participantes como la negociación, mitigación que se vio expresada a través de saludos informales y comunicación fática, mitigación interna (sintáctica y léxica) y externa que sirvió para establecer, mantener y apoyar el ‘vínculo’ (cf. Fitch) de amistad entre los participantes.

Ahora, veremos la interacción desde un punto de vista diferente, examinaremos cómo las estrategias usadas por los hablantes argentinos amenazaron su propia cara o la de su interlocutor. Es decir, veremos si estas estrategias amenazaron la imagen positiva del hablante o la del interlocutor (su necesidad de ser aceptado por otros), o la imagen negativa del hablante o la del interlocutor (su necesidad de no recibir imposición de otras personas)¹. La tabla 3 presenta esta información.

TABLA 3

	Hombres		Mujeres		Total	
	N	%	N	%	n	%
A. Estrategias que amenazan la imagen negativa del hablante						
1. Razones/explicaciones/justificaciones	23	14	38	54	61	18
2. Expresión de aprobación/aceptación	34	21	35	50	56	17
3. Presentación de información	37	23	30	43	67	20
Total	94	58%	103	60%	197	59%

¹ Los criterios de Brown and Levinson (1987) se han usado para clasificar las estrategias usadas como aquellas que amenazan la imagen positiva y/o negativa del hablante y/o del interlocutor.

La imagen negativa del hablante se vio amenazada por razones/explicaciones/justificaciones, por la expresión de aprobación/aceptación y por la presentación de información. Las razones/explicaciones/justificaciones y la presentación de información indican que el hablante "predicate some future act of S toward H, and in so doing put some pressure on H to accept or reject them, and possibly to incur a debt" (Brown and Levinson, 1987: 66); la expresión de aprobación/aceptación, por otra parte, indica que el hablante "is constrained to accept a debt and to encroach upon H's negative face" (Brown and Levinson, 1987: 67).

La imagen negativa del interlocutor se vio amenazada por preparador, imperativo, performativo mitigado, pregunta de información indirecta, perdido impersonal, sugerencia, declaración de obligación, declaración de necesidad/deseo, pregunta de información directa, orden velada y mención de lazos comunes. Las primeras 10 estrategias indican que el hablante "wants H to do, or refrain from doing, some act A". La mención de lazos comunes "predicate... some desire of S toward H or H's goods, giving H reason to think that he may have to take action to protect the object of S's desire, or give it to S" (Brown and Levinson, 1987: 66).

La imagen positiva del interlocutor fue amenazada por preparador ya que éste indica que el hablante "is willing to cause distress to H, and/or doesn't care about H's feelings" (Brown and Levinson, 1987: 67).

B. Estrategias que amenazan la imagen positiva del hablante						
---	0	0	0	0	0	0
Número total de estrategias que amenazan la imagen del hablante	94	58%	103	60%	197	59%
C. Estrategias que amenazan la imagen negativa del interlocutor						
1. Imperativo	4	2	7	10	11	3
2. Performativo mitigado	1	1	0	0	1	.3
3. Pregunta (de información) indirecta	11	7	7	10	18	5
4. Pedido impersonal	2	1	7	10	9	3
5. Sugerencia	1	1	9	13	10	3
6. Declaración de obligación	2	1	2	3	4	1
7. Declaración de necesidad/deseo	6	1	9	3	15	4
8. Pregunta (de información) directa	17	11	13	19	30	11
9. Orden velada	9	6	7	10	16	6
10. Mención de lazos comunes	6	4	4	6	10	3
Total	59	37%	65	38%	124	37%

D. Estrategias que amenazan la imagen positiva del interlocutor						
1. Preparador	8	5	5	7	13	4%
Número total de estrategias que amenazan la imagen del interlocutor	67	42%	70	40%	137	41%
Número total de estrategias	161		173		334	

La tabla 3 nos permite observar que los participantes argentinos, como grupo, utilizaron mayor cantidad de estrategias que amenazaban su propia imagen (que la imagen del interlocutor (97 ó 59% vs. 137 ó 41%) y esta diferencia es significativa ($Z = 3,33 > 2,58$). Al amenazar su propia imagen, prefirieron amenazar su libertad de acción que su necesidad de recibir la aprobación del interlocutor (59 vs. 0%). Esta diferencia también fue significativa ($Z = 2,64 > 2,58$). Por otra parte, es interesante señalar que al amenazar la imagen del interlocutor, también prefirieron amenazar su imagen negativa, aunque en mucho menor grado también amenazaron su imagen positiva (37 vs. 4%). Esta preferencia es significativa ($Z = 3,09 > 2,58$). Esto parece indicar que los participantes argentinos prefirieron evitar el uso de estrategias que pudieran implicar que tanto ellos como su interlocutor no eran agradables. Es más, dentro de este grupo cultural la expresión y el mantenimiento de lazos de amistad son enfatizados y dentro de esta amistad, no hay riesgo de dañar la libertad de acción ya que se ha logrado “el equilibrio de las imágenes de hablante y destinatario” (Hernández Flores, 2004: 106). No se encontró ninguna diferencia en la preferencia de hombres y de mujeres.

5. CONCLUSIONES

Al solicitar un servicio los hablantes argentinos prefieren el uso de estrategias de cortesía de solidaridad, específicamente las impositivas, en vez de las estrategias deferenciales tanto al hacer el pedido mismo como en la negociación de las condiciones en las cuales éste se llevaría a cabo. Al mismo tiempo, prefieren mitigantes exclusivamente como movimientos de apoyo.

Las diferencias entre los hombres y mujeres se observaron exclusivamente en el pedido mismo. Los hombres fueron más fuertes en su solicitud mientras

que las mujeres prefirieron balancear la fuerza de su pedido con la expresión de respeto y deferencia. En la negociación, por otra parte, se observó que tanto hombres como mujeres prefirieron negociar directamente la satisfacción de su pedido pero mitigar la imposición que el pedido podía crear en su interlocutor. La diferencia más resaltante que se encontró fue que las mujeres usaron más expresiones de aprobación y acuerdo en la etapa del pedido mismo que en la etapa de la negociación, mientras que los hombres hicieron todo lo contrario. En la segunda etapa, las mujeres enfatizaron la presentación de información.

A pesar de las estrategias de cortesía solidaria usadas por los participantes, se observó también que tanto hombres como mujeres prefirieron estrategias que amenazaran su propia imagen a la del interlocutor, protegiendo tanto su propia imagen positiva como la del interlocutor.

Estos resultados ofrecen un contraste con lo encontrado en estudios anteriores donde, como se menciona arriba, los hablantes hispanos demostraron preferencia por estrategias convencionalmente indirectas al hacer un pedido, estos resultados confirman lo encontrado en estudios anteriores sobre el habla de los argentinos (García, 2004; García *a*, en prensa; García *b*, en prensa): los argentinos prefieren estrategias de cortesía solidaria y proteger su imagen positiva y la del interlocutor, a expensas de su propia imagen negativa y la del interlocutor. Esta preferencia puede interpretarse como una característica cultural que sale al relieve en una situación de -P, -D, -R. En estas circunstancias, entonces, el establecimiento y mantenimiento del vínculo de amistad y solidaridad prevalece.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, G. *et alii* (eds.). *Lenguas en contacto*. Sevilla: Mergablum.
- Arellano, S. (2000). “A hierarchy of requests in California Spanish: Are indirectness and mitigation polite?”. In: A. Roca (ed.) (2000). 319-332.
- Atkinson, J. M. & J. Heritage (eds.) (1984). *Structures of social interaction. Studies in Conversation Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ballesteros Martín, F. J. (2001). “La cortesía española frente a la cortesía inglesa. Estudio pragmalingüístico de las exhortaciones impositivas”, *Estudios Ingleses de la Universidad Complutense* 9: 171-207.
- Blum-Kulka, S. *et alii* (eds.) (1989). *Cross-cultural pragmatics: Requests and apologies*. Norwood, N.J.: Ablex Publishing.
- Brown, P. & S. Levinson (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Curcó, C. (1998). "¿No me harías un favorcito?: Reflexiones en torno a la expresión de la cortesía verbal en el español de México y el español peninsular". In: H. Haverkate *et alii* (eds.) (1998): 129-171.
- Bravo, D. & A. Briz (eds.) (2004). *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*. Barcelona: Ariel.
- Díaz Pérez, J. (1999). "Requesting in British English and Peninsular Spanish: A comparative analysis of politeness strategies". In: G. Álvarez Benito *et alii* (eds.) (1999): 171-180.
- Fitch, K. (1998). *Speaking Relationally. Culture, Communication and Interpersonal Connection*. New York: Guilford.
- García, C. (1993). "Making a request and responding to it: A case study of Peruvian Spanish speakers", *Journal of Pragmatics* 19: 127-152.
- García, C. (2002). "La expresión de camaradería y solidaridad: Cómo los venezolanos solicitan un servicio y responden a la solicitud de un servicio". In: M. E. Placencia & D. Bravo (eds.) (2002): 55-88.
- García, C. (2004). "Coercion and cooperation. A case study of Argentinean reprimands and responses to reprimands". In: R. Márquez Reiter & M. E. Placencia (eds.) (2004): 231-264.
- García, C. (en prensa) a. "Establishing and Maintaining solidarity: A Case study of Argentinean invitations". In: M. E. Placencia & C. García (eds.) (en prensa).
- García, C. (manuscrito) b. *Different realizations of solidarity politeness: Comparing Venezuelan and Argentinean invitations*.
- Haverkate, H. *et alii* (eds.) (1998). *La pragmática lingüística del español: Recientes desarrollos*. Amsterdam: Rodopi.
- Hernández Flores, N. (2004). "La cortesía como la búsqueda del equilibrio de la imagen social." In: Diana Bravo & Antonio Briz (eds.) (2004): 95-108.
- Le Pair, R. (1996). "Spanish request strategies: A cross-cultural analysis from an intercultural perspective". *Language Sciences* 18: 651-670.
- Márquez Reiter, R. (1997). "Politeness phenomena in British English and Uruguayan Spanish: the case of requests", *Miscelánea* 18: 159-167.
- Márquez Reiter, R. (2000). *Linguistic politeness in Britain and Uruguay. A contrastive study of requests and apologies*. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins.
- Márquez Reiter, R. (2002). "A contrastive study of indirectness in Spanish: Evidence from Uruguayan and Peninsular Spanish", *Pragmatics* 12: 135-151.
- Márquez Reiter, R. & M. E. Placencia (eds.) (2004). *Current Trends in the Pragmatics of Spanish*. Amsterdam: John Benjamins.

- Placencia, M. E. & C. García (eds.) (en prensa). *Politeness in the Spanish-speaking world*. Maryland: Lawrence Erlbaum.
- Placencia, M. E. (2005). "Pragmatic variation in Corner Store Interactions in Quito and Madrid", *Hispania* 88: 583-598.
- Placencia, M. E. & D. Bravo (eds.) (2002). *Actos de habla y cortesía en español*. Munich: Lincom Europa.
- Richards, J. & R. Schmidt (eds.) (1983). *Language and Communication*. New York: Longman.
- Roca, A. (ed.) (2000). *Research on Spanish in the U.S.* Somerville, MA: Cascadilla Press: 319-332.
- Ruzickova, E. (1998). *Face, face threatening acts and politeness in Cuban Spanish*. Unpublished Doctoral Dissertation. University of Pittsburgh.
- Ruzickova, E. (en prensa). "Customer requests in Cuban Spanish: Realization patterns and politeness strategies in service encounters". In: M. E. Placencia, & C. García (eds.) (en prensa).
- Scarcella, R. (1979). "On speaking politely in a second language". In: C. A. Yorio, *et alii* (eds.) (1979): 275-87.
- Scollon, R. & S. Scollon (1983). "Face in Interethnic Communication. Language and Communication". In: J. Richards & J. Schmidt (eds.) (1983): 156-190.
- Vásquez-Orta, I. (1995). "A contrastive study of politeness phenomena in England and Spain", *Applied and Interdisciplinary Papers*. Paper No. 267. Duisburg: L.A.U.D.
- Yorio, C. A. *et alii* (eds.) (1979). *On Tesol 79*. Washington, DC: TESOL.

APÉNDICE A

Se usaron los siguientes signos de transcripción:

A. Oraciones simultáneas:

[[se usan para unir oraciones que empiezan simultáneamente.

B. Oraciones contiguas:

= se pone entre oraciones de diferentes personas y que han sido emitidas una tras la otra o para unir diferentes partes de las oraciones de un hablante que se tienen que llevar a otra línea debido a una interrupción.

C. Intervalos:

(0.0) Se coloca para medir la duración de una pausa (medida en décimas de segundo).

- Se coloca en el punto de interrupción. Una oración se considera interrumpida cuando el hablante empieza una oración y cambió su contenido o forma.

D. Características del habla

. marca caída del tono

, marca entonación continua

? marca entonación ascendente

?, marca entonación ascendente débil

! marca tono animado

↑↓ marca cambios ascendentes o descendentes en la entonación

>< marca que la oración entre estos signos es dicha en un ritmo más rápido

::: marca una sílaba alargada; cada : marca una pulsación/golpe

(LF) marca risa

(()) encierra descripción de gestos u otra información no verbal.

Subrayado marca énfasis.

Las letras mayúsculas marcan volumen más alto en la producción de una palabra o palabras en una oración

E. Dudas del transcriptor:

() se usa para encerrar oraciones o frases que el transcriptor no pudo comprender.