

ANÁLISIS DE LA AUTOCORTESÍA EN LOS CUMPLIDOS EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN

ANALYSIS OF SELF-POLITENESS IN COMPLIMENTS IN THE CITY OF MEDELLÍN

ANALYSE DE L'AUTO-POLITESSE EN MATIÈRE DE COMPLIMENTS À MEDELLIN

Sergio Alonso Lopera Medina

Doctor en Lingüística, Universidad de Antioquia. Profesor de tiempo completo de la Escuela de Idiomas, Universidad de Antioquia. Miembro del Grupo de Estudios Lingüísticos Regionales (GELIR).
Mailing address: Calle 67 N.º 53-108, Ciudad Universitaria, Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.
E-mail: sergio.lopera@udea.edu.co

Luz Stella Castañeda Naranjo

Doctora en Filología Hispánica, Universidad de Antioquia. Profesora titular, Facultad de Comunicaciones, Universidad de Antioquia. Coordinadora del GELIR.
Mailing address: Bloque 12 oficina 424, Calle 67 N.º 53-108, Ciudad Universitaria, Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.
E-mail: estella.castaneda@udea.edu.co

Este artículo es producto derivado de la investigación "Análisis sociopragmático de los cumplidos en una población universitaria en Medellín, Colombia". La investigación es apoyada por el Grupo de Estudios Lingüísticos Regionales (GELIR), de la Universidad de Antioquia.

RESUMEN

El hablante en ocasiones utiliza la autocortesía como una actividad de imagen en la interacción. En este artículo se reporta el análisis pragmalingüístico de la autocortesía en los cumplidos. Se analizaron trece conversaciones espontáneas de amigos y familiares en Medellín, Colombia, y se utilizó el sistema Briz y Val. Es.Co (2002) para la transliteración. Para el análisis se tuvieron en cuenta los tres niveles del lenguaje que propone Briz (1996) —fónico, morfosintáctico y léxico-semántico— y la organización secuencial conversacional entre los hablantes (Golato, 2005). Los resultados indican que para la emisión de la autocortesía, los interlocutores hacen alargamientos fonéticos, utilizan la comparación, formas exclamativas, conectores y vocabulario pertenecientes a la jerga usada por los jóvenes, conocida como *parlache*. También el hablante utiliza explícitamente el pronombre de primera persona en singular o el plural ("yo", "nosotros"), el pronombre átono "me" y el posesivo "mío". Con relación a la organización secuencial conversacional, no se percibe amenaza de imagen alguna, debido a que el interlocutor le da importancia al hablante y coopera con la confirmación del autohalago. Igualmente, se encontró que la autocortesía puede ser directa o motivada (causada). Es directa cuando el hablante produce su autovaloración de manera abierta y espontánea, y es motivada cuando el hablante se ve con algún tipo de compromiso o responsabilidad para producir la autocortesía. Finalmente, se recomienda continuar con los estudios sobre esta temática.

Palabras clave: pragmalingüística, autocortesía, cumplidos, imagen (*face*), conversaciones espontáneas

ABSTRACT

The speaker sometimes uses self-politeness as a face activity in the interaction. This article reports the linguistic analysis of self-politeness in compliments. 13 natural conversations between friends and family members in Medellín, Colombia, were analyzed, using Briz and Val.Es.Co (2002) as a transcription system. Three language levels were taken into account for the analysis (Briz, 1996): phonic, morphosyntactic, and lexical-semantic. The sequential account of conversations is also considered (Golato, 2005). Results show that for the production of self-politeness speakers use phonic lengthening, comparison, exclamation forms, connectors, and *parlache* vocabulary (a jargon used by youth). The speakers also use first person pronouns (I, we) and the possessive pronoun mine explicitly. For the sequential account of conversations, a face

Received: 2016-07-06 / Accepted: 2017-05-12
DOI: 10.17533/udea.ikala.v22n03a04

threatening act is not perceived as the interlocutor pays attention and cooperates with the confirmation of the self-politeness. Moreover, it was found that self-politeness can be divided into two categories: direct or motivated (caused). The former has to do when the speaker produces his/her self-politeness in an open or spontaneous manner. The latter has to do when the speaker feels the compromise or the obligation to produce his/her self-politeness. Finally, we found that deeper studies are needed in self-politeness.

Keywords: pragmalinguistics, self-politeness, compliments, face, natural conversations

RÉSUMÉ

Le locuteur utilise parfois l'auto-politesse comme une pratiques de gestion des faces dans l'interaction. Dans cet article, on décrit l'analyse pragmalinguistique de l'auto-politesse dans les compliments. Nous avons analysé treize conversations spontanées entre amis et membres d'une même famille à Medellin, Colombie. On s'est servi du système Briz et Val.Es.Co (2002) pour leur retranscription. Pour l'analyse, on a tenu compte des trois niveaux du langage proposés par Briz (1996) : phonique, morphosyntaxique et lexico-sémantique ; et l'organisation séquentielle de la conversation (Golato, 2005). Les résultats indiquent que, pour la réalisation de l'auto-politesse, les interlocuteurs font des allongements phonétiques, utilisent la comparaison, des formes exclamatives, des connecteurs et du vocabulaire appartenant au parler des jeunes (*parlache*, en espagnol colombien). Le locuteur utilise également le pronom de la première personne du singulier et du pluriel (je, nous) de manière explicite, le pronom atone (me) et le pronom possessif (le mien). Par rapport à l'organisation séquentielle conversationnelle, on ne perçoit aucune menace pour la face car l'interlocuteur donne de l'importance au locuteur et coopère dans la confirmation de l'auto-compliment. Nous avons également découvert que l'auto-politesse peut être directe ou motivée (causée). Elle est directe quand le locuteur produit son auto-valorisation d'une manière ouverte et spontanée. Elle est motivée lorsque le locuteur perçoit une sorte de compromis ou responsabilité pour la produire. Nous recommandons finalement de poursuivre les travaux de recherches sur cette thématique.

Mots clés : pragmalinguistique, auto-politesse, compliments, face, conversations spontanées

Introducción

Algunos autores argumentan que las actividades de imagen se utilizan para dar o crear imagen (Bravo, 2003; Hernández, 2006). Chen (2001) introduce la noción de *autocortesía* (*self-politeness*), que tiene como objetivo proteger y realzar la propia imagen del hablante en las interacciones. De hecho, Hernández (2006) sostiene que el interlocutor busca una imagen de autonomía que involucra la autoestima y la autoafirmación, con el objetivo de mostrarse original y ser consciente de las cualidades propias (Bernal, 2007). Con relación al uso de la autocortesía, el hablante lo hace de manera intencional para que su imagen sea reconocida socialmente.

No obstante, la autocortesía no ha sido suficientemente estudiada y algunos autores como Mostacero (2012), Haverkate (citado en Zuluaga y Echeverri, 2012) y Chen (2001) recomiendan hacer investigaciones al respecto. De hecho, Haverkate sostiene que la autorcortesía es un aspecto fundamental de la cortesía verbal y no hay información pragmática empírica que trate este tema.

Por lo anterior, este artículo tiene como objetivo analizar el uso de la autocortesía en la realización de los cumplidos en conversaciones espontáneas, como un primer acercamiento al fenómeno en cuestión. El artículo inicia con una revisión de la literatura pertinente; luego se expone la metodología; posteriormente, se describen los resultados, y para finalizar se presentan las conclusiones.

Marco teórico

Imagen (*face*)

Goffman (1967) argumenta que las personas se presentan bajo unos modelos ritualizados en las interacciones sociales y siguen un guion que determina su comportamiento consigo mismo y con los demás para construir una imagen (*face*). Tanto el hablante como el interlocutor esperan que ese

guion se presente en las interacciones cotidianas como una forma de aprobación conjunta, en el que la expectativa es que cada uno coopere para conservar la imagen.

Brown y Levinson (1987) dividen la imagen en dos clases: *imagen positiva* e *imagen negativa*. La primera involucra la aceptación y el aprecio de uno con las otras personas, y la segunda tiene como fin que los deseos de uno no sean obstaculizados por otras personas. Los autores sostienen que las dos imágenes se complementan entre sí y, en ocasiones, se pueden presentar conflictos en una interacción, debido a que el hablante obstaculiza el deseo del interlocutor. Al respecto, Brown y Levinson (1987) afirman que en las interacciones se pueden presentar actos que amenazan la imagen (*Face Threatening Acts*, FTA) tanto positiva como negativa. Las órdenes y peticiones son claros ejemplos de amenaza de la imagen.

Algunos autores han criticado la dicotomía de la imagen positiva y la imagen negativa (Haverkate, 1994; Kerbrat-Orecchioni, 1996; Bravo, 1999; Bustos, 2007; Albelda y Briz, 2010) y argumentan que no todos los actos de habla amenazan la imagen. Al respecto, Kerbrat-Orecchioni (1996) propone el término “cortesía valorizadora”, que tiene como objetivo crear un ambiente positivo para el interlocutor sin amenaza alguna. La autora sostiene que hay actos de habla que refuerzan y estimulan la imagen (*Face Flattering Acts*, FFA) entre los interlocutores. La producción y la respuesta a un cumplido pueden ser un ejemplo de la cortesía valorizadora, debido a que el hablante honra a su interlocutor con un cumplido y este último usualmente lo agradece, sin que exista amenaza alguna.

Imagen de autonomía e imagen de afiliación

Bravo (2003) argumenta que la *imagen básica* se construye en función de unos rasgos que son relativamente permanentes y reconocibles en una determinada sociedad, y se pueden detectar “contenidos de la imagen social consensuados, los cuales no son estáticos, sino negociables en la

interacción cotidiana” (p. 105). La autora sostiene que la autonomía involucra la percepción que tiene el individuo de sí mismo y que otras personas tienen de él, con una identidad propia en un grupo determinado.

La *afiliación*, por su parte, está relacionada con los comportamientos que reflejan cómo un individuo quiere verse y cómo quiere que otras personas lo vean en un grupo específico. La autora no considera viable la propuesta de imagen positiva y negativa de Brown y Levinson (1987), debido a que sus características no coinciden con las que se muestran en algunas culturas, y por ello introduce los conceptos de *autonomía* y *afiliación*. Estos conceptos tienen que ver con categorías englobadoras e involucran unos principios humanos y universales. La autora propone que dichos conceptos no deben ser vistos como categorías diferenciadoras con la misma carga significativa, sino como categorías vacías que las culturas van llenando de acuerdo con los contextos socioculturales de cada comunidad (Bravo, 1999).

Por ejemplo, Bernal (2007) describe la imagen de autonomía y la imagen de afiliación de las culturas latina, anglosajona y alemana. Con relación a la imagen de autonomía, los latinos reafirman la valía del individuo donde prevalece la autoestima, la competencia y la autoafirmación, mientras que, en las culturas anglosajona y alemana, la inviolabilidad del territorio personal cobra gran importancia. En cuanto a la imagen de afiliación, los latinos enmarcan al interlocutor de manera más afectiva, donde prevalece la confianza, la solidaridad, la reciprocidad, entre otras. En las culturas anglosajonas y alemanas, en cambio, la imagen de afiliación tiene que ver con la aceptación o aprobación.

Una de las formas en las que el individuo dispone para proyectar su autonomía es mediante la autocortesía. Con el trabajo de autocortesía, el hablante se puede mostrar original y es consciente de sus propias cualidades ante su interlocutor. Bravo (2003) sostiene que la autoafirmación y la

autoestima son contenidos generales de la imagen de autonomía. No obstante, el oyente puede presentar una reacción negativa ante la autocortesía y el hablante puede quedar como descortés.

Actividades de autocortesía

Chen (2001) argumenta que la autocortesía alude a los casos en los cuales la necesidad de proteger la imagen propia influye en lo que uno dice y la manera de decirlo. El autor también expone que el hablante utiliza una cortesía orientada hacia él mismo, con el objetivo de realzar su propia imagen. Por otro lado, Chen (2001) sostiene que el término “auto” no solo se refiere al interlocutor, sino también a personas que están ligadas a él: familia, amigos, colegas, clientes y la profesión. Por ejemplo, si un médico coordinador da un parte médico de un paciente en un hospital determinado, este puede emplear términos de una colectividad médica de la institución.

No obstante, Bravo (2005) sustenta que la propia alabanza no puede ser considerada como cortesía, debido a que esta necesita de una orientación hacia el interlocutor y del deseo de quedar bien con el otro. Al respecto, algunos investigadores recomiendan hablar de *actividades de autoimagen*, ya que las actividades de imagen corteses se dirigen solo al oyente (Kerbrat-Orecchioni, 1996; Bravo, 2005; Hernández, 2006; Barros, 2011).

Existen autores que ubican la autocortesía en contextos interaccionales. De hecho, Haverkate sostiene que esta

[...] forma parte o es componente esencial del comportamiento humano consciente, intencional. En el contacto con otros miembros de la sociedad, nosotros siempre tenemos en cuenta la importancia de nuestra propia personalidad, lo mismo que la del otro y así es que hay una fluctuación en el diálogo: normalmente los interlocutores conceden importancia a su propia imagen positiva pero al mismo tiempo a la imagen positiva de la personalidad del otro (en Zuluaga y Echeverri, 2012, pp. 245-246).

Para Haverkate, el interlocutor se toma a sí mismo como referente para llamar la atención de su propio papel en el mundo que le rodea. El oyente, por su parte, de alguna manera coopera, ya que es consciente de la importancia de esa autocortesía en la interacción.

De hecho, Hernández (2006) argumenta que los interlocutores poseen un bagaje de valores, actitudes y comportamientos que han aprendido y que condicionan la imagen de cada individuo. Ese bagaje involucra la imagen social del individuo y sus roles, que se adoptan en cada interacción; por eso el interlocutor busca una imagen de autonomía que cumpla el objetivo de verse bien y ser reconocido en un grupo determinado. Por lo tanto, la imagen de autonomía y afiliación se balancean repercutiendo de manera positiva o negativa (o sin efecto perceptible) sobre la imagen de los hablantes, y esto hace que un evento comunicativo pueda ser cortés, descortés o que se presenten actividades de autoimagen.

430

Hernández (2006) entiende por *actividades de autoimagen* el comportamiento comunicativo con un efecto positivo o negativo hacia el propio hablante, y el oyente queda fuera del efecto de dicho comportamiento.

Kaul de Marlangeon (2013) sostiene que el hablante puede ser cortés o descortés consigo mismo, y divide las reacciones de autocortesía en dos:

- *Reacciones positivas:* autocortesía con efecto cortés sobre el oyente y autodescortesía con efecto cortés sobre el oyente. Por ejemplo, cuando el anfitrión dice que hizo algo delicioso para el invitado, el cual tiene un efecto cortés hacia el oyente.
- *Reacciones negativas:* autocortesía con efecto descortés sobre el oyente y autodescortesía con efecto descortés sobre el oyente. Por ejemplo, las imprudencias o meteduras de pata, el cual tiene un efecto descortés sobre el oyente.

En el mismo sentido, Mostacero (2010) habla de una *cortesía intrasubjetiva*, que puede tener dos interpretaciones: sinceridad o arrogancia. En la primera, la persona se puede autoenaltecer o autodenigrar de manera sincera; en la segunda, el interlocutor percibe un tono presuntuoso, de arrogancia, y puede ser percibido como insincero. La autora agrega, igualmente, que una persona, cuando se autodenigra, puede ser percibida con baja estima o con bajo perfil.

En un trabajo más reciente, Mostacero (2012) agrega el término “autocortesía maquinada”, que es aquella mediante la cual el hablante manipula estratégicamente la autovaloración con un fin específico. Del mismo modo, la autora incluye el concepto de *intersubjetividad del discurso*, el cual busca una relación pragmática de la autocortesía entre el hablante y su interlocutor. Finalmente, Mostacero (2012) define esta como

[...] la auto presentación deliberada que un hablante hace de sí mismo, sea enunciador o enunciatario, ya sea en la perspectiva intra o intersubjetiva del discurso, y de la cual se desprende una imagen favorable o desfavorable, enaltecedora o denigratoria. Además, la autocortesía puede ser auténtica y no auténtica, esto es, sincera o maquinada [...] (p. 651).

Por último, creemos que la autocortesía se realiza de manera sincera como un juego interaccional entre los participantes, y los cumplidos pueden apoyar esta apreciación.

Cumplidos

Una de las definiciones clásica y completa del *cumplido* la presenta Holmes (1988), para quien este es

[...] un acto de habla que implícita o explícitamente honra a otra persona diferente al hablante, usualmente al interlocutor, por su (posesión, característica, habilidad, etc.) y que es valorado de manera positiva tanto por el hablante como por el oyente¹ (p. 446; traducción propia).

1 La versión original es: “A compliment is a speech act which explicitly or implicitly attributes credit to someone

Esta definición involucra un juego de imagen positiva entre los interlocutores, un juego en el que el cumplido ayuda a mantener las buenas relaciones entre ellos. No obstante, Holmes (1995) sostiene que los cumplidos pueden tener un lado oscuro. En ocasiones, el interlocutor puede tomar el cumplido como algo negativo, como un acto amenazante, o como algo sarcástico. Con anterioridad, Brown y Levinson (1987) habían indicado que los cumplidos pueden funcionar como actos amenazantes, ya que el interlocutor los puede usar con un tono de envidia o con el fin de obtener algo de su interlocutor.

Clasificación de los cumplidos

Existe una clasificación variada de los cumplidos, elaborada por diferentes investigadores (Manes y Wolfson, 1981; Manes, 1983; Herbert, 1989; Curcó, 1998; Campo y Zuluaga, 2000; Achugar, 2002; Bustos, 2007; Jucker, 2009; Rees-Miller, 2011; Reyes, 2014). A partir de los diferentes aportes y de la investigación “Análisis sociopragmático de los cumplidos en una población universitaria en Medellín, Colombia”, presentamos la siguiente clasificación, que concentra a los cumplidos de manera general y pertinente (Lopera, 2014):

- *Apariencia*: el hablante halaga algo relacionado con el físico de su interlocutor: “¡Qué motilado tan cuca!”²
- *Posesión*: el hablante halaga un elemento que posee su interlocutor: “¡Qué bolso tan bonito!”

another than the speaker, usually the person addressed, for some ‘good’ (possessions, characteristic, skill etc.) which is positively valued by the speaker and the hearer”.

2 *Motilado* hace referencia a corte de cabello y *cuca* a bonito. En estos ejemplos y en los que siguen se presenta un uso frecuente del *parlache*. Este se define como “un dialecto social que surge y se desarrolla en los sectores populares de la ciudad de Medellín y de su área metropolitana” (Henao y Castañeda, 2001, p. 104).

- *Habilidad*: el hablante halaga alguna destreza (física o mental) de su interlocutor: “¡Sos un monstruo pa’ jugar fútbol!”
- *Personalidad*: el hablante halaga una cualidad de la personalidad de su interlocutor: “Eres muy maduro para tu edad”.

Estudio de la autocortesía en los cumplidos

Reyes (2014) encuentra que el autoelogio cumple la función inversa a la habitual, ya que el hablante dirige el cumplido a sí mismo dentro de una interacción. En un análisis de películas mexicanas, la autora encontró siete muestras de producción y respuestas de los autocumplidos.³ Reyes (2014) señala que los autocumplidos tienen un lugar propio en la conversación y cada cumplido tiene su justificación: beneficiar al hablante o emplearse como estrategia de convencimiento:

García: ¿Qué, no es lo que hacen los buenos papás como yo?
(*El infierno* 2010)
Tato: ¿Talento? Aquí hay mucho talento, Tato Verduzco pa’servirle a usted.
(Rudo y Cursi, 2008) (Reyes, 2014, p. 227).

No obstante, la autora sostiene que no puede afirmar si el autocumplido humilla o resulta anti-pático para el oyente.

Aspectos metodológicos

Las *conversaciones espontáneas* se caracterizan por que los hablantes no están condicionados por ser observados o analizados, y el lenguaje en acción se presenta de manera natural. Golato (2005, p. 20) sostiene que este instrumento ayuda al investigador a analizar los patrones de comunicación que se hallan en las interacciones verbales. Una de las ventajas consiste en que el investigador puede hacer un análisis detallado de los turnos de habla en las interacciones de los participantes.

3 La autora utiliza el término “autoelogio”.

Algunos de los elementos susceptibles de análisis por su relevancia para el estudio son, entre otros, las pausas, el silencio o la risa. Sin duda, una de las desventajas es que la grabación y la transliteración de las conversaciones requieren mucho tiempo, lo que puede prolongar el trabajo de la investigación. También, si los participantes se dan cuenta de que están siendo grabados, su comportamiento lingüístico cambia y podría no ser tan natural como se esperaría (Golato, 2005; Kasper, 2000).

Finalmente, López (1994) argumenta que el texto oral posee unas características propias de las que el alfabeto común no puede dar cuenta en las especificidades de este formato, y es por eso por lo que algunos investigadores desarrollan ciertas convenciones gráficas. Además, si se sigue un formato de transcripción determinado, se podría obtener un trabajo más objetivo. Por lo anterior, se siguió el sistema de transliteración elaborado por Briz y el grupo Val.Es.Co (2002) para las conversaciones espontáneas.

432

Corpus

Se analizaron trece conversaciones espontáneas grabadas en Medellín, Colombia. Las conversaciones eran parte del proyecto de investigación “Fórmulas de tratamiento pronominales en Antioquia (Colombia): primera fase”, dirigido por Ji Son Jang, profesor del Departamento de Lingüística y Literatura, de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad de Antioquia. Con relación a los informantes, la edad oscilaba entre los 17 y 56 años, pertenecían a los estratos socioeconómicos 3, 4, 5, 6;⁴ sus ocupaciones eran variadas (profesores, estudiantes universitarios, amas de casa, trabajadores, secretarías, ingenieros), e incluían tanto mujeres como hombres.

4 En Colombia, oficialmente se establece un sistema socioeconómico que comprende seis estratos, siendo 1 las personas de más bajo recurso económico, y 6, las de más alto recurso económico.

Todas las grabaciones se efectuaron en reuniones de amigos y familiares, sin que los participantes tuvieran conocimiento de la presencia de la grabadora. Sin embargo, una vez terminada la grabación se les informó del hecho y se les pidió autorización para su uso en el trabajo de investigación. Finalmente, el tiempo de las grabaciones fue de 6 horas y 45 minutos.

Criterio de análisis

Esta es una investigación de corte pragmalingüístico y para el análisis de la autocortesía de los cumplidos se tuvieron en cuenta tres niveles del lenguaje coloquial (Briz, 1996): 1) *nivel fónico*: uso de entonación, alargamientos, pérdida y adición de sonidos, y pronunciación marcada; 2) *nivel morfosintáctico*: uso de conectores pragmáticos, intensificadores, atenuantes y deícticos; 3) *nivel léxico-semántico*: uso de palabras que se aplican a todo, de frases o expresiones metafóricas y del léxico argótico. Finalmente, se tuvo en cuenta la organización secuencial conversacional entre los interactuantes.

Golato (2005, p. 86) argumenta que la base semántica y sintáctica aislada no demuestra que un cumplido desempeña una función determinada. La autora sostiene que un cumplido se puede utilizar como base o punto para realizar otras acciones: reprochar, criticar o interrumpir. Es el lugar secuencial de un cumplido potencial el que determina su función dentro de la interacción. La autora demuestra que lo que determina la función de los cumplidos (la construcción solidaria social) es el lugar en que se ubica el cumplido dentro de una secuencia amplia de la interacción

Por otro lado, este estudio no tuvo en cuenta las variables sociolingüísticas para el análisis; solamente se seleccionaron y analizaron los cumplidos presentes en el corpus. En estudios futuros sería de vital importancia investigar las variables de género, edad y estrato socioeconómico en el análisis de la autocortesía.

Resultados

Un total de 32 cumplidos aparecieron en las conversaciones, de los cuales 15 corresponden al cumplido de apariencia, 13 al cumplido de habilidad y 4 pertenecen al cumplido de posesión. No se encontraron cumplidos referentes a la categoría personalidad.

A continuación se muestran algunos ejemplos, con su respectivo análisis lingüístico, de los cumplidos que contienen la autocortesía.

Cumplido de apariencia

(1) Contexto: los participantes hablan acerca de probar y comprar ropa.

[...]

C: ¡mi amor! pero yo ya le pregunté y ya vi la ropa porque Paula Cañas me agregó al *Face*⁵ y yo ya vi y no hay marca Trucos y a mí me gustan los Trucos porque me suben hasta acá §

E: § así uno tiene marcar que un solo bluyín §

C: § sí a una marca / imagínese que el sábado / ¿sabe qué? Yo / iban hacer las cinco / y yo embalada⁶ pa salir (()) / tengo un bluyín blanco y no me pasaba de acá / y yo ¡ay apa! / cuando me fui pa la pieza de Lina / y yo *Lenry* / me deja ver si me sirven sus bluyines // **me quedan mejor que a ella**⁷

E: ¡sí sí! §

C: mi papá era / ¡a no esto salió más barato / compró un bluyín pa las dos!

(risas)

D: ¿y se va a emputar como la – como Lorena donde la vea que está **más chimba**⁸ **usted!**? §

[...].

En el enunciado específico de autocortesía que produce C se percibe el nivel morfosintáctico al hacer la comparación (“me quedan mejor que a ella”). Del mismo modo, aparece el nivel fónico en el preámbulo de la producción del autocumplido, ya que C contextualiza a sus interlocutores sobre

5 *Face*: Facebook.

6 *Embalada* significa “en problemas”.

7 La negrita y el subrayado se utilizan para destacar el fenómeno lingüístico que se está analizando.

8 *Chimba* tiene significado de “bonita”.

la prenda de vestir (bluyines) y hace supresión de sonidos (pa’: para; apá: papá). En el turno de C, también aparece la palabra “embalada”, que pertenece al nivel léxico-semántico.

En cuanto a la organización secuencial interactiva de los interlocutores, E coopera con la afirmación de C, ya que la confirma con un “sí”. D aún apoya más la autocortesía, al comentar que “¿Y se va a emputar como la, como Lorena, donde la vea que está más chimba usted!?”, con efectos de comparación.

Lo anterior concuerda con lo expresado por Haverkate, quien argumenta que el oyente es consciente y coopera cuando el hablante utiliza la autocortesía. Del mismo modo, el autocumplido se produce y se negocia entre los interactuantes (Golato, 2005). Por lo tanto, la imagen de la persona que produce el autocumplido no se ve amenazada entre los interlocutores y se confirman las imágenes de autonomía y de afiliación.

En el siguiente ejemplo igualmente se nota el trabajo interaccional de los participantes y no se percibe amenaza de imagen, y se confirman las imágenes de autonomía y de afiliación, ya que los interlocutores cooperan conjuntamente:

(2) Contexto: los interactuantes hablan acerca de una niña:

[...]

C: ¡qué biblia! /// Amaury ¿y la bebé? →

A: está hermosa

C: ¿sí! y su hermanita ¿feliz?

A: ¡claaaro! §

C: § parece jugando muñequero ¿No? / Uno parece jugando muñequero ya con esos bebés /// ¡ay es que está hermoosa! / Pero si se parece mucho a ella / tiene los mismos ojos del tío / así todos expresivos todos §

B: § tiernos /// todos Giordanos! §

C: § sí la cara de Amaury y los ojitos de Amaury son así todos tiernos y así son los de ella §

A: § **no / ¡los ojos míos son una elegancia!**

B: [todos Giordano]

C: [¡por eeso!]

A: [puro Giordano]
 A: ¡**chimbas de ojos los míos, hija!**
 B: ¡puro Giordano!
 C: muy lindos // ¡está muy hermosa!
 B: [con ese ojote y con el otro remata]
 [...]

En la conversación anterior, C le pregunta a A por su sobrina. A responde que está hermosa y luego C dice que la sobrina tiene unos ojos expresivos como los de A. Luego, B reafirma que son tiernos y C confirma aún más, al comparar la ternura de los ojos de A con los de su sobrina. Finalmente, y ante el uso insistente de los dos interlocutores de los cumplidos, A se autovalora y produce un cumplido (“¡No / ¡Los ojos míos son una elegancia!”). Al respecto, B y C confirman el autocumplido (“Todos Giordano”; “por eso”) y A vuelve a brindar un autocumplido (“¡Chimbas de ojos los míos, hija!”), y C y B de nuevo se vuelven a afiliar con A y confirman los hermosos ojos, pero ahora con la sobrina de A.

434

Con relación al análisis de los niveles lingüísticos, se percibe el nivel morfosintáctico debido a que A emite dos veces un autocumplido de manera exclamativa y en el segundo autocumplido (“¡Chimbas de ojos los míos, hija!”) eleva aún más la fuerza ilocutiva del cumplido, ya que la palabra “ojos” sufre un cambio de sustantivo a adjetivo para resaltar la cualidad. También se percibe el nivel léxico-semántico en el uso de palabras que pertenecen al parlache (chimbas, elegancia).

Cumplido de habilidad

(3) Contexto: llega una persona a visitar a sus familiares y la conversación gira en torno al arreglo navideño de esa casa:

C: ¡hola Ángela qué más! ¿Bien o no? →
 A: ¡hola Chava que más!
 C: ¡ay, vine a ver la navidad de la casa! / ¡Hola tío qué más!
 B: ¡Quiubo mami! ¿Cómo estás? →
 C: ¡bien gracias a Dios! / ¿Turo usted qué?
 B: ¡ah bieeen! / ¡vea como nos quedó de linda la navidad! §

A: § jay me dijo que eso quedó muy mañée! / lo de las escalas
 C: jay no / a mí me parece muy bonito! §
 A: § él dice que tan mañee que eso no se usa en las casas
 [...]

En el ejemplo anterior, B produce un autocumplido que involucra a él y a su familia (nos), debido a que la visitante comentó el propósito de su visita (“¡Ay, vine a ver la navidad de la casa!”) y B brinda una autovaloración del arreglo navideño (“¡Vea como nos quedó de linda la navidad!”). Al respecto, A intenta desmentir un poco la apreciación de su familiar A, pero C confirma que el arreglo navideño quedó bonito. De nuevo, hay un trabajo de cooperación interaccional y la imagen de la persona que produce el autocumplido no sufre amenaza alguna entre los interlocutores y se confirman las imágenes de autonomía y de afiliación.

Con relación al análisis de los niveles lingüísticos, se percibe el nivel fónico por el alargamiento de *e* en la respuesta del saludo en el turno de habla de B antes de la producción del autocumplido. Se presenta el nivel morfosintáctico por el uso del adverbio “muy”, que ayuda a que el enunciado tenga mayor exclamación.

(4) Contexto: la conversación se da en un *spa* y dos mujeres hablan de los servicios que este brinda (una de ellas es la dueña). Esta última le ofrece los servicios a su interlocutora:

[...]
 M: eeeh usted tiene clase de yoga / tiene todo lo que es relacionado con el espáa / la hidroterapia es dirigida / el yacusi que nosotros tenemos es un yacusi muy especializaado / tiene reflexología / tiene cromoterapia / manejamos la aromaterapia en el yacusi⁹ →
 B: ¡ay, qué riico! →

9 Este cumplido también puede ubicarse en la categoría de posesión. No obstante, decidimos ubicarlo en la categoría de habilidad física, debido a los servicios “especializados” que ofrece el *spa*.

M: y el Yogui es el que les hace toda la terapia en el yacusi

En el ejemplo anterior, la persona que promociona el servicio de *spa* hace alargamientos fonéticos que tienen como fin enfatizar los buenos servicios que ofrece el lugar (especializaado, reflexología, cromoterapia, aromaterapia) y esto se enmarca en el nivel fónico del lenguaje. Asimismo, el hablante hace uso del nivel morfosintáctico, ya que utiliza el adverbio *muy* para intensificar (*muy* especializaado) su enunciación. Al producir la autovaloración del *spa*, la interlocutora usa el pronombre personal “nosotros” de manera directa para ponderar la calidad en los servicios y tiene como fin una estrategia de venta. La oyente, por su parte, se afilia a su interlocutora y produce el enunciado exclamativo “¡ay, qué riico!”, que surge como reacción a lo que la otra persona está diciendo y sirve para valorizar la imagen del interlocutor. Es importante anotar que el interlocutor hace un alargamiento vocálico y utiliza una interjección para intensificar su enunciado.

Por otro lado, la vendedora refuerza el servicio que ofrecen con el comentario de que *Yogui*¹⁰ es la persona que hace la terapia.

Cumplido de posesión

(5) Contexto: los interactuantes hablan acerca de la instalación de un televisor en un mueble, y de unas lámparas:

[...]

G: Por eso↑// no pero es que ((nada más es)) pa escuchar música de los años 60 //en la 70¹¹ /// y eso se mantiene asíii David vea↑/ porque a la gente le gusta mucho la música romántica / y ento(nc)es son esos artistas / ¡dame fresquito ((Soledad)) me hace el favor! /// ¿Y entonces qué David? ¡Muy bacano! / Uno ver el cantante y el video // vea hay artistas que uno ve en

10 Según la Real Academia Española, “Persona que practica los ejercicios físicos y mentales del yoga” (2014). Puede ser también apodo de alguien que conocen las dos personas que hablan y que supuestamente debe ser muy bueno en su área.

11 Calle de Medellín.

esos cosos de los 60¹² que yo no conocía / y la música si la oía pero yo no los conocía en vivo /// no los conocía /// ¡Ah, no pero bacano vea! // ¿Entonces sí quedó bacano el mueble David? Vea ↑// 200.000 pesos valió ese mueble vea → //:Ahh? ↑/// No y vea las lámparas que le tengo mijo vea ↑

D: ¿Qué? →

G: § Las lámparas / y eso que está de noche ((y no)) está de día / si no // ¡Avermaría! ↑

D: ¿Las lámparas? ↑§

G: § ¡Oigan a él! ↑/ Vea ↑/ David vea ↑ /// esto se le pone de noche mijo a esto por aquí y eso queda hermoso David↑// **pero yo se las puse anoche** ((por aquí así)) vea /// mire pues ¿Ya entiende? (RISAS)

D: y con qué ¿Cómo es la vuelta con esto? → (Risas)

G: **Vaya mirando que eso es pura cuca mijo // vea Davinchi vea / vea** // [azulita] [...].

En la conversación anterior, G brinda una autovaloración positiva del mueble y el televisor que adquirió (“¡Ah, no, pero bacano, vea!”). Además, brinda información del precio del mueble (“200.000 pesos valió ese mueble, vea”) y utiliza una interjección (“ah”). También brinda una valoración de las nuevas lámparas que él mismo instaló la noche anterior (“pero yo se las puse anoche”) y confirma aún más su elemento poseído con la expresión “Vaya mirando que eso es pura cuca, mijo”. Del mismo modo, el hablante utiliza el conector discursivo imperativo gramaticalizado *vea* (“vea, Davinchi, vea, vea”) en la interacción.

En los enunciados previos se percibe el nivel morfosintáctico del lenguaje, ya que el hablante utiliza conectores y exclama su enunciación. Igualmente, se presenta el nivel léxico-semántico, por el uso de palabras que pertenece al parlache (“bacano”, “pura cuca”).

Con relación al trabajo interaccional de los participantes, no se percibe amenaza de imagen, ya que los interlocutores cooperan conjuntamente. Al respecto, las risas de los interlocutores pueden

12 Negocios donde se escucha música de los años sesenta.

apoyar esta apreciación. Lo anterior confirma la imagen de autonomía y la de afiliación.

Conclusiones

Este artículo tuvo como objetivo analizar la autocortesía como fenómeno pragmalingüístico en los cumplidos en conversaciones espontáneas que se grabaron en Medellín, Colombia. Para el análisis se tuvieron en cuenta tres niveles del lenguaje (Briz, 1996): nivel fónico, nivel morfosintáctico y nivel léxico-semántico. En el mismo sentido se incluyó la organización secuencial conversacional entre los hablantes (Golato, 2005).

En el nivel fónico, los interlocutores hacen alargamientos fonéticos (“el yacusi que nosotros tenemos es un yacusi muy especializaado”).

En el nivel morfosintáctico, los hablantes utilizan la comparación (“Me quedan mejor que a ella”), formas exclamativas (“¡Chimbas de ojos los míos, mija!”) y conectores (“pero yo se las puse anoche”; “Vaya mirando que eso es pura cuca, mijo”).

Con relación al nivel léxico-semántico, los interlocutores utilizan vocabulario perteneciente al parlache (“embalada”, “elegancia”, “chimbas”, “bacano”, “cuca”).

El análisis de la organización secuencial conversacional entre los hablantes arroja que los interlocutores cooperan cuando el hablante produce la autocortesía. Al respecto, los interlocutores pueden confirmar el autohalago (“sí”), reafirmar la enunciación del autocumplido. Además, un tercer participante puede entrar en escena para confirmar aún más la autovaloración del cumplido (“Todos Giordano”; “Muy lindos”) y se confirman las imágenes de autonomía y de afiliación entre los interlocutores medellinenses.

Por otro lado, la autocortesía puede usarse como una estrategia para lograr un objetivo (Mostacero, 2012), debido a que en una de las muestras se utilizó con efectos de venta (“el yacusi que nosotros tenemos es un yacusi muy especializado”).

Para la producción de la autocortesía, el hablante utiliza explícitamente el pronombre de primera persona en singular o en plural (“pero yo se las puse anoche”; “el yacusi que nosotros tenemos es un yacusi muy especializaado”), pronombre átono “me” y el posesivo “mío” (“Me quedan mejor que a ella”; ¡Chimbas de ojos los míos, mija!) para poner en juego su propia imagen en la interacción con el hablante. No se percibe amenaza de imagen alguna, debido a que el interlocutor le da importancia al hablante y coopera con la confirmación del autohalago. En otras palabras, el autocumplido tiene un efecto cortés sobre el oyente (Kaul de Marlangeon, 2013).

La autocortesía puede ser directa o motivada (causada). En la primera, el hablante produce su autovaloración de manera abierta y espontánea en las interacciones, tal como se presentó en la conversación (1) (“Me quedan mejor que a ella”). La autocortesía es motivada o causada cuando el hablante se ve con algún tipo de compromiso o responsabilidad (en la conversación 3, la visitante comentó el propósito de su visita: “¡Ay, vine a ver la navidad de la casa!”) y el interlocutor produce un autocumplido (“¡Vea cómo nos quedó de linda la navidad!”). También el hablante se motiva para producir una autovaloración cortés cuando los interlocutores le brindan constante un cumplido a este (tal como sucedió en la conversación 2) o cuando se utiliza para un fin (como estrategia de venta, tal como aconteció en la conversación 4).

Por último, diferentes autores han sostenido que las actividades de imagen de cortesía siempre deben ir dirigidas al interlocutor (Kerbrat-Orecchioni, 1996; Bravo, 2005; Barros, 2011) y no hacia el mismo interlocutor. No obstante, este estudio muestra que el mismo hablante se dirige a sí mismo, y esta autovaloración ayuda al trabajo de imagen entre los interlocutores, que en nuestro caso son los medellinenses. Sin embargo, se necesitan más estudios de autocortesía para validar esta conclusión.

Referencias

- Achugar, M. (2002). Piropos: cambios en la valoración del grado de cortesía de una práctica discursiva. En M. Placencia y D. Bravo (Eds.), *Actos de habla y cortesía en español* (pp. 175-192). Múnich/Newcastle: Lincom Europa.
- Albelda, M., y Briz, A. (2010). Aspectos pragmáticos. Cortesía y atenuantes verbales en las dos orillas a través de muestras orales. En M. Izquierdo y J. Enguita J. (Eds.), *La lengua española en América: normas y usos actuales* (pp. 237-260). Valencia: Universidad de Valencia. Recuperado de <http://www.uv.es/aleza/esp.am.pdf>
- Barros, M. (2011). *La cortesía valorizadora en la conversación coloquial española: estudio pragmatolingüístico* (Tesis doctoral). Universidad de Granada. Recuperado de <http://digibug.ugr.es/bitstream/10481/17612/1/19835851.pdf>
- Bernal Linnarsand, M. (2007). *Categorización socio-pragmática de la cortesía y de la descortesía* (Tesis doctoral). Universidad de Estocolmo, Estocolmo. Recuperado de <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:196989/FULLTEXT01.pdf>
- Bravo, D. (1999). ¿Imagen positiva vs. imagen negativa?: pragmática social y componentes del *face*. *Oralia* 2, 155-184.
- Bravo, D. (2003). Actividades de cortesía, imagen social y contextos socioculturales: una introducción. En D. Bravo (Ed.), *Actas del I coloquio del programa EDICE* (pp. 98-108). Estocolmo: Universidad de Estocolmo.
- Bravo, D. (2005). Categorías, tipologías y aplicaciones. Hacia una redefinición de la cortesía comunicativa. En D. Bravo (Ed.), *Estudios de la (des)cortesía en español* (pp. 21-52). Buenos Aires: EDICE/Dunken.
- Briz, A. (1996). *El español coloquial: situación y uso*. Madrid: Arco/Libros.
- Briz, A., y grupo Val.Es.Co. (2002). *Corpus de conversaciones coloquiales. Anejo de la revista Oralia*. Madrid: Arco Libros.
- Brown, P., y Levinson, S. (1987). *Politeness: Some Universals in Language Use*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bustos, J. (2007). Cumplidos. *Clac Circulo*, 31, 3-12. Recuperado de <http://www.ucm.es/info/circulo/no31/bustos.pdf>
- Campo, E., y Zuluaga, J. (2000). Complimenting: A matter of cultural constraints. *Colombian Applied Linguistics Journal*, 2(1), 27-41.
- Chen, R. (2001). Self-Politeness: A proposal. *Journal of Pragmatics*, 33, 87-106.
- 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. En H. Haverkate, G. Mulder y C. Fraile Maldonado (Eds.), *La pragmática lingüística del español. Recientes desarrollos. Diálogos Hispánicos* 22 (pp. 129-171). Ámsterdam: Rodopi.
- Goffman, E. (1967). *Interaccional Ritual: Essays on Face-to-Face Behavior*. Nueva York, NY: Double Day.
- Golato, A. (2005). *Compliment and Compliment Responses*. Ámsterdam/Filadelfia: John Benjamins Publishing.
- Haverkate, H. (1994). *La cortesía verbal*. Madrid: Gredos, S. A.
- Henao, J., y Castañeda, L. (2001). *El parlache*. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.
- Herbert, R. (1989). The ethnography of English compliments and compliment response: A contrastive sketch. En W. Oleksy (Ed.), *Contrastive Pragmatics* (pp. 3-35). Filadelfia, PA: Benjamins.
- Hernández Flores, N. (2006). Actividades de autoimagen, cortesía y descortesía. Tipos de actividades de imagen en un debate televisivo. En J. L. Blas Arroyo (Ed.), *Discurso y sociedad. Contribuciones al estudio de la lengua en contexto social* (pp. 637-648). Castelló de la Plana: Universitat Jaume I.
- Holmes, J. (1988). Paying compliments: A sex-preferential politeness strategy. *Journal of Pragmatics*, 12, 445-465.
- Holmes, J. (1995). *Women, Men and Politeness*. Londres y Nueva York: Longman.
- Jucker, A. (2009). Speech act research between armchair, field and laboratory: The case of compliments. *Journal of Pragmatics*, 41, 1611-1635.
- Kasper, G. (2000). Data collection and pragmatic research. En H. Spencer-Oatey (Ed.), *Culturally speaking. Managing rapport through talk across cultures* (pp. 316-341). Londres y Nueva York: Continuum.
- Kaul de Marlangeon, S. (2013). Actividades de imagen de rol, de autocortesía y de (des)cortesía en reseñas de publicaciones científicas. *Pragmática Sociocultural*, 1(1), 74-99.

- Kerbrat-Orecchioni, C. (1996). *La conversation*. París: Seuil.
- Lopera, S. (2014). El uso del lenguaje coloquial en los cumplidos. *Lingüística y Literatura*, 66, 89-103.
- López Morales, H. (1994). *Métodos de investigación lingüística*. Salamanca: Ediciones Colegio de España.
- Manes, J. (1983). Compliments: A mirror of cultural values. En N. Wolfson y E. Judd (Eds.), *Sociolinguistics and Language Acquisition* (pp. 82-95). Rowley, MA: Newbury House.
- Manes, J., y Wolfson, N. (1981). The compliment formula. En F. Coulmas (Ed.), *Conversational Routine: Explorations in Standardized Communication Situations and Prepatterned Speech* (pp. 116-132). The Hague, the Netherlands: Mouton Publishers.
- Mostacero, R. (2010). Análisis de la imagen y la cortesía intrasubjetiva en un texto autobiográfico. *Lenguaje*, 38(1), 185-207.
- Mostacero, R. (2012). Imagen y cortesía centradas en el ego y en un texto autobiográfico. En J. Escamilla y H. Vega (Eds.), *Miradas multidisciplinares a los fenómenos de cortesía y descortesía en el mundo hispánico* (pp. 635-668). Barranquilla-Estocolmo: Universidad del Atlántico y el Programa EDICE.
- Real Academia Española (2014). *Diccionario de la lengua española*. (23.ª ed.). Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=cCar1hF>
- Rees-Miller, J. (2011). Compliments revisited: Contemporary compliments and gender. *Journal of Pragmatics*, 43, 2673-2688.
- Reyes, M. (2014). ¡Qué gusto verte! El acto del cumplido, su respuesta y su comportamiento cortés en diálogos cinematográficos mexicanos. En J. Infante, y M. Flores (Eds.), *La (des)cortesía en el discurso: perspectivas interdisciplinarias (imagen, actos de habla y atenuación)* (pp. 181-234). Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Zuluaga, F., y Echeverri, D. (2012). Entrevista con Henk Haverkate sobre las fórmulas de cortesía. *Lingüística y Literatura*, 62, 245-251.

How to reference this article: Lopera Medina, S. A., y Castañeda Naranjo, L. S. (2017). Análisis de la autocortesía en los cumplidos en la ciudad de Medellín. *Íkala, Revista de Lenguaje y Cultura*, 22(3), 426-438. DOI: 10.17533/udea.ikala.v22n03a04