

5ª exposición:

LA CORTESÍA (POLITENESS)

Xose.Padilla@ua.es

Universitat d'Alacant

Grupo GRIALE

1. INTRODUCCIÓN

Hasta el momento hemos hablado del lenguaje en el contexto, del lenguaje en uso, de cómo comunican los htes, pero no hemos tratado realmente la vertiente social del lenguaje. Es decir, cómo el lenguaje es un hecho fundamentalmente interactivo que afecta, como mínimo, a dos, y esos dos no sólo intercambian información. Los estudios sobre la cortesía van a tratar este aspecto.

Si, además de transmitir información, el lenguaje es un vehículo de intenciones, debemos conseguir la colaboración de nuestro interlocutor, del oyte, del destinatario del mensaje. En cierto modo lo vimos en Grice (1975) en su principio de cooperación, pero si el lenguaje no es sólo comunicar, sino un medio para lograr unos propósitos, debemos actuar de tal manera que nuestro interlocutor caiga en la red de nuestras intenciones. Pero como nuestras intenciones pueden no ser exactamente las de nuestros interlocutores y no siempre disponemos de la capacidad ni de la posición(-jerarquía) social para conseguir todo lo que queremos, hemos de utilizar determinadas estrategias que combinan lo social y lo lingüístico.

2. ¿NORMA SOCIAL O ESTRATEGIA LINGÜÍSTICA?

Si de lo que se trata es de conseguir que nuestro interlocutor contribuya o acepte nuestro beneficio sin que llegue a percatarse de ello -o que percatándose lo acepte- se plantea inevitablemente la cuestión de si la cortesía es solamente una norma social o puede estudiarse desde un punto de vista lingüístico.

La cortesía como fenómeno social es indiscutible. A todos desde pequeños nos enseñan a ser corteses y todos llegamos a ser conscientes (unos más que otros) que la cortesía es un medio necesario de relación con las personas de nuestro entorno. Si

queremos ser aceptados, debemos ser corteses, es más si somos corteses obtenemos ciertos beneficios (afectivos, económicos o de cualquier otro tipo).

La cortesía social se aprende. Un niño bien educado aprende a ser cortés; un adulto debe serlo. O, al menos, eso esperamos. La falta de cortesía acarrea problemas al pobre y al poderoso, al culto y al poco formado. Pero si la cortesía social se aprende, no es de extrañar que sus mecanismos difieran según las culturas y los países. Utilizar dos besos para saludar a una señora nos puede costar la cabeza en Arabia Saudí, pero el eructo final de banquete le puede costar el negocio a un empresario saudí en Londres.

La cortesía social depende, pues, de relaciones afectivas, jerárquicas y culturales ¿hay una cortesía lingüística?

Si consideramos que con el lenguaje conseguimos objetivos, el hte no sólo deberá tener en cuenta la adecuación de su mensaje al contexto, sino a las características del oyte (jerarquía, relación social, sexo, edad, etc.). Por lo tanto, la cortesía también puede entenderse como un conjunto de estrategias conversacionales (Leech, 1983).

3. GRICE (1975) Y LA CORTESÍA

Hablar de estrategia conversacional nos obliga a recordar las máximas de Grice (1975). ¿Cumple la cortesía las máximas de Grice? El principio de cooperación, como sabemos, tiene como objetivo asegurar la comunicación, la cortesía, conseguir un objetivo. Es normal, por lo tanto, que entre unos y otros haya conflictos.

Chiste del gato y la palmera: Esto eran dos amigos: Manolo y Pedro. Pedro tenía un gato al que quería mucho. Pedro se va de vacaciones y deja el gato al cuidado de Pedro. Al volver de vacaciones, Manolo le espeta a Pedro: “Tu gato se ha muerto”. Pedro se enfada y le dice: “pero, hombre, cómo ha sido qué ha pasado”, etc. Manolo le explica que se subió a una palmera y se cayó, que lo llevó al veterinario y éste no pudo hacer nada. Pedro lo entiende pero le dice: “hombre, si sabías que yo quería tanto al gato, haberme avisado con un telegrama y me dices: tu gato se subió a la palmera y se ha caído. A la semana me envías otro y me dices: tu gato no se encuentra muy bien, etc., y yo así me voy acostumbrando a la desgracia”. Al año, Pedro se va de vacaciones de nuevo y esta vez le deja a su abuela que está ciega y pesa 120 Kgs. A la semana, Manolo envía un telegrama a Pedro en los siguientes términos: *Tu abuela se subió la palmera.*

Es obvio que para ser cortés Manolo debe infringir algunas máximas: la de cantidad (decimos de más), la de manera (no somos claros), la de calidad (decimos algo no es

exactamente verdadero), pero el beneficio es que su amigo Pedro no se sienta tan triste. Por lo tanto, la cortesía se convierte en un principio superior que hace legítima la trasgresión de las máximas.

En realidad, practicamos esta manera de actuar en muchas situaciones de la vida cotidiana cuando en lugar de *gorda* utilizamos *un poco gruesa*, cuando en lugar de *canijo* utilizamos *no es demasiado alto*, etc. Esto no significa, sin embargo, que la cortesía sea un principio de obligado cumplimiento en todas y cada una de las situaciones en que nos ponemos a hablar. Por ejemplo, si vamos a cruzar la acera y un individuo despistado va a cruzar sin mirar y se aproxima un camión a 120 km/h, tendrá menos éxito: “Perdone, señor, se aproxima un vehículo pesado y si colisiona con usted, tiene pocas posibilidades de sobrevivir” que: “¡Cuidado, majadero!” Algo parecido ocurre en muchas otras situaciones en las que la transmisión de información no es interaccional sino transaccional. Entre ambas, por supuesto, hay un continuo.

4. LAS REGLAS DE CORTESÍA DE LAKOFF (1973)

Lakoff (1973) pretende resolver el posible enfrentamiento entre las máximas de Grice (1975) y el principio de cortesía, estableciendo dos únicas reglas de adecuación conversacional:

- a) sea claro,
- b) sea cortés.

La regla sea cortés presenta tres posibilidades:

1. No se imponga,
2. Ofrezca opciones,
3. Refuerce los lazos de camaradería.

La primera posibilidad (no se imponga) se produce cuando la relación entre los interlocutores no es de igualdad o al menos no es familiar. Normalmente, se utilizan fórmulas indirectas:

¿Le importaría, si no es mucha indiscreción, decirme cuánto le ha costado a usted el bungalow de la playa?

Creo que el coche necesita una lavadita vs. Lávalo, guarro, que no encoge.

La segunda posibilidad (ofrezca opciones) se produce cuando hay equilibrio entre los interlocutores, pero no confianza:

A: El Barça va a ganar la liga este año

B: Bueno, parece que tanto el Barça como el Valencia tienen buen equipo.

La última opción (refuerce los lazos de camaradería) puede ejemplificarse de la siguiente manera:

A: ¿Qué, nos tomamos una cervecita?

Como vemos, se refleja en el uso de los pronombres, de ciertas palabras y diminutivos, etc.

5. EL PRINCIPIO DE CORTESÍA DE LEECH (1983)

Leech (1983) decide sustituir las reglas de Lakoff (1973) por un principio de cortesía desarrollado a través de unas máximas al estilo de Grice (1975).

Para Leech existe una relación entre los interlocutores que influye en la forma final del enunciado. Esta relación marca una distancia entre ellos, en la comunicación se pueden dar dos situaciones: (a) que la distancia se mantenga en equilibrio (no cambie) y (b) que se modifique (bien para acortarla, bien para alargarla).

Justamente la cortesía es el medio regulador de la distancia entre los interlocutores. Leech señala dos tipos de cortesía: absoluta y relativa. La primera es propia de algunos actos (los ofrecimientos; las órdenes, no); la segunda, depende de las posiciones sociales de los interlocutores.

La cortesía absoluta se mide en costes y beneficios. Así, una acción es descortés cuanto mayor es el coste para el oyente y menor su beneficio, y al contrario. De acuerdo con lo anterior, Leech establece general de las intenciones en cuatro categorías principales entendidas como un continuo:

- a) las que apoyan la cortesía (felicitar, agradecer, etc.),
- b) las que son indiferentes para la cortesía (informar, anunciar),

- c) las que entran en conflicto con la cortesía (ordenar, etc.)
- d) las que se enfrentan directamente con ella (maldecir, acusar, etc.)

Leech establece, como hemos dicho, costes y beneficios para el oyte y relaciona los actos (directos e indirectos) con mayor o menor cortesía. Así:

Contesta el teléfono	directo	-----descortés
...		
¿Te importaría contestar el teléfono?	indirecto	----- cortés

6. BROW Y LEVINSON

La teoría más influyente hasta el momento ha sido la propuesta por Brown y Levinson, puesto que introduce el concepto de *imagen pública (face)*, que a su vez viene de Goffman (1981), y disciernen entre *imagen positiva* e *imagen negativa*. Nos basaremos en esta última, ya que estos términos son los que vamos a intentar relacionar con la ironía.

La cortesía se puede entender de dos modos diferentes. En primer lugar, la cortesía se define como un conjunto de normas sociales, que se establecen en cada sociedad y regulan el comportamiento de sus integrantes. De esta manera, lo que se ajusta a la norma sería cortés, mientras que lo que no se ajusta a la norma sería descortés. En segundo lugar, se puede estudiar como una estrategia conversacional capaz de evitar conflictos y mantener buenas relaciones entre los individuos de la sociedad. Para Brown y Levinson (1978, 1987: 13), la cortesía se basa en el concepto de *imagen pública*, que hay que proteger y, para ello, hay que evitar dañar la imagen pública de los demás.

Central to our model is a highly abstract notion of face which consists of two specific kinds of desire (face-wants) attributed by interactants to one another: the desire to be unimpeded in one's actions (negative face), and the desire (in some respects) to be approved of (positive face).

Este último concepto se divide en dos: *imagen positiva* e *imagen negativa*. La imagen positiva es aquella que el individuo tiene de sí mismo y que aspira a que sea reconocida por el resto de miembros, esto es, que los demás acepten su forma de ser y actuar en alguna de sus manifestaciones. La imagen negativa se refiere al deseo de cada individuo de que sus actos no sean irrespetados por otros, es decir, que sus acciones no sean

impedidas y se afiance su derecho a la intimidad. De esta manera, el hablante desarrolla estrategias de comunicación que le sirven para mantener su imagen positiva y para defender su imagen negativa ante el oyente.