

Marek Baran

DOI: 10.4312/vh.26.1.35-56

Universidad de Łódź

La emotividad y la tipificación sociopragmática de los ethnolectos

Palabras clave: emotividad, ethnolectos, ethos comunicativo, convención sociopragmática, etnografía de la comunicación

1 A modo de introducción

Con esta contribución pretendemos acercarnos a uno de los parámetros clasificatorios de los así llamados perfiles comunicativos: nos referimos, en concreto, a la emotividad concebida en términos de una convención socio-cultural. De acuerdo con la perspectiva social e intercultural que adoptamos, diferentes reglas, normas y usos conversacionales propios de unas determinadas comunidades de habla pueden interpretarse como una conjunción de hechos lingüístico-discursivos coherentes que, por su parte, presuponen la existencia de un estilo interaccional preferido, concebido a menudo como ethos comunicativo (Kerbrat-Orecchioni, 1994, 2005; Baran, 2010a). En su delimitación y descripción cabrían seis parámetros de índole sociocomunicativa, a saber, la verbosidad, las relaciones interpersonales, la concepción de la cortesía verbal, el concepto del individuo, la ritualización, así como la emotividad.

Acercándonos al último de los ejes constitutivos del ethos comunicativo, nos gustaría profundizar en la pareja de valores comunicativos asociados con la emotividad. De un modo un tanto estereotipado, suele oponerse un ethos esencialmente emotivo al llamado perfil pudoroso de acuerdo con el que se censura la exteriorización verbal de los sentimientos o de las emociones. Como trataremos de demostrar, la emotividad analizada en términos sociopragmáticos no debería vincularse tan solo con la llamada carga afectiva de

la enunciación o la externalización verbal de los estados afectivos. Según el planteamiento que defendemos, se trata más bien de un atributo casi ritual de interacción que acentúa la involucración conversacional, oponiéndose al mismo tiempo a las estrategias centradas en la no-interferencia y el distanciamiento (valorado estos como marca de respeto hacia la autonomía de los interlocutores). Como una forma de posicionamiento de tipo participativo en la interacción, la emotividad abarcaría distintos mecanismos y estrategias de solidaridad, proximidad o afiliación (vinculados, *grosso modo*, con el modelo de cortesía positiva de Brown y Levinson, 1987), concordando, además, con determinados valores socioculturales premiados en las comunidades de habla observadas.

En la parte analítica del artículo recurriremos a unas cuantas categorías que se presentan como especialmente relevantes para la codificación sociopragmática de las comunidades hispanohablantes. Entre los denominados marcadores emotivo-interaccionales incluiremos los vocativos gramaticalizados (*hombre, mujer, guapo, hijo/a...*), los imperativos gramaticalizados (tipo *venga, vaya, anda, vamos*), así como los fenómenos interruptivos.

2 En torno a la tipificación sociopragmática de los perfiles comunicativos

Diferentes planteamientos derivados de la etnografía de la comunicación, así como de la sociopragmática transcultural, sin menospreciar la dimensión estratégica que caracteriza los intercambios verbales, presuponen la existencia de determinadas tendencias generales que trascienden las variaciones sociolingüísticas propias de las comunidades de habla sometidas a estudio. De ese modo, en el análisis conversacional, las negociaciones puntuales que se llevan a cabo entre los participantes en la interacción deberían contemplarse teniendo en cuenta no solamente los condicionamientos situacionales y las finalidades discursivas, sino también los valores socioculturales que actúan como una especie de trasfondo de las prácticas interaccionales. Dichos valores reflejarían una concepción básica de las relaciones sociales, formando lo que en los estudios de índole trans e intercultural suele denominarse *ethos comunicativo*. La concepción aquí esbozada corresponde, al menos en parte, al enfoque definido por Hymes (1967: 18), para quien acceder a una determinada comunidad de habla¹ supone compartir el mismo re-

1 Apuntemos de inmediato que en el marco de los estudios de índole sociopragmática la noción de comunidad de habla se presenta especialmente recurrente. El análisis de los rasgos tipológicos de ethnolectos no debería efectuarse nunca en términos de una (misma) lengua.

peritorio de normas que regulan la interacción y que quedan en una estrecha relación con la misma concepción social y cultural del mundo. Las normas a las que nos estamos refiriendo constituyen un tipo de principios genéricos (rectores o evaluadores) de la conducta social que los miembros de una determinada comunidad adquieren, de modo explícito o implícito, en el proceso de socialización.

El amplio sistema de valores y preferencias colectivas que se van manifestando en la realidad de los intercambios verbales está a la raíz de un supuesto estilo interaccional preferido, el cual abarca distintas reglas, normas o rutinas propias de las prácticas conversacionales. El ethos comunicativo se manifestaría fundamentalmente en la regulación de la función interpersonal, sometiendo a control diferentes tipos de comportamientos verbales en los que los interlocutores ponen en juego su imagen². El ethos constituye, del mismo modo, un importante elemento portador de indicios acerca de la dominancia relativa de determinados valores o actitudes en las comunidades de habla estudiadas. Las corrientes interaccionales modeladas a través de la teoría de ethos comunicativo presuponen la posibilidad de delimitación de distintos ethnolectos que, por su parte, servirían para designar características fundamentales de las comunidades definidas por su pertenencia sociocultural. La búsqueda de rasgos definitorios de ethnolectos se fundamenta en la propuesta metodológica de Kerbrat-Orecchioni (2005), quien aboga por la observación y la posterior interpretación de datos ubicados en tres niveles:

- (a) el primero, el llamado nivel de superficie, remite a la identificación de hechos aislados que parecen pertinentes desde el punto de vista sociocultural (se trataría, entre otros, de las palabras clave [en el sentido que les otorga Wierzbicka, 1997], formas de tratamiento, actos de habla, fórmulas ritualizadas, comportamientos proxémicos). La agrupación de dichos hechos, junto con la observación de su funcionamiento en la interacción, podría constituir una primera pista interpretativa para la delimitación del ethos;
- (b) el segundo, el denominado nivel intermedio, se encaminaría hacia una agrupación de los marcadores de naturaleza diversa, pero de significación sociocultural común, todo ello con el fin de tratar de reconstruir el perfil

Estamos convencidos de que el hecho de compartir la misma modalidad lingüística no debe conducir necesariamente a las mismas características de tipo sociocultural o sociopragmático. En este sentido, distintas variedades diatópicas del español, portugués, inglés o de cualquier otra lengua pueden desembocar en diferentes estilos comunicativos (estos sí pueden coincidir en ciertos puntos, pero sin presentarse como totalmente semejantes).

2 Recurrimos, obviamente, al famoso concepto de Goffman (1967), pensando, de igual modo, en el *face-work* del que hablan Brown y Levinson (1978, 1987).

comunicativo de la comunidad de habla observada. Se trataría, pues, del restablecimiento de los llamados *networks of conspiracies* (Wierzbicka, 1991: 282);

- (c) el tercero de los niveles de observación e interpretación de datos, el nivel macro, abarcaría el conjunto de valores constitutivos de una cultura dada, los cuales se hacen manifiestos tanto en el estilo comunicativo dominante como en todo tipo de comportamientos sociales³.

Entre los parámetros clasificatorios⁴ del ethos comunicativo cabría enumerar seis ejes fundamentales de análisis, a saber:

- la verbosidad,
- las relaciones interpersonales,
- la concepción de la cortesía verbal,
- la concepción del individuo,
- el grado de ritualización,
- la emotividad.

Cada uno de los ejes de análisis⁵ remite a una serie de indicios lingüísticos (y también no lingüísticos), cuya detenida observación hace posible la reconstrucción del estilo comunicativo-interaccional dominante en las comunidades de habla estudiadas. Como en esta ocasión nos interesará básicamente reflexionar acerca del último de los parámetros delimitados, de momento apuntemos solamente que los cinco restantes corresponden a una compleja red de elementos tales como: la importancia concedida a la verbosidad y al silencio

3 La trayectoria teórico-interpretativa que acabamos de esbozar (nivel de superficie [micronivel] → nivel intermedio → macronivel: interpretación etnolingüística) no puede considerarse nada más que una especie de ideal metodológico e interpretativo que, en realidad, parece difícil de conseguir. Pensamos, ante todo, en la (im)posibilidad de reconstituir el ethos comunicativo de una comunidad de habla dada bajo la forma de un sistema global y coherente, absolutamente homogéneo, por no decir monolítico. Por otro lado, la reconstrucción de determinados perfiles comunicativos puede tropezar con distintas dificultades de tipo metodológico. Una de ellas es la delimitación de los grupos observados: es obvio que las normas comunicativas pueden variar dentro del mismo espacio lingüístico. Convendría también darse cuenta de la dificultad relacionada con la neutralización de los factores de variación que son de tipo estratégico y que se vinculan básicamente con las características particulares de los interactantes y con la situación de interacción. Además, la interpretación de datos los obtenidos puede privilegiar un cierto punto de vista que se desprende tanto de la lengua de descripción junto con sus términos y sus categorías descriptivas como de las normas culturales interiorizadas por el propio investigador. Para más detalle sobre esta cuestión, véase Baran, 2010a, 2011.

4 Nuestra propuesta constituye una configuración ligeramente modificada de los criterios delimitados por Kerbart-Orecchioni (1994: capítulo II).

5 Una caracterización exhaustiva de cada uno de los parámetros clasificatorios del ethos se ofrece en Baran (2010a: 42-60).

comunicativo, los factores de distancia y poder observados en las relaciones interpersonales, el principio de (no)interferencia en el espacio comunicativo ajeno, la relación entre la cortesía negativa y la cortesía positiva (en el sentido que les dan Brown y Levinson, 1987), la oposición *in-group* / *out-group* registrada en las denominadas sociedades individualistas y colectivistas, el grado de ritualización y normalización observados en los intercambios verbales.

El ethos cultural (en términos antropológicos) y el ethos comunicativo (en términos de lingüística interaccional) pueden definirse según dos retóricas interpersonales que abarcan principios antagónicos. Hernández Sacristán (2003: 39-43), en sus acercamientos a las cuestiones de interculturalidad, transculturalidad y valores de la acción comunicativa, delimita cinco parejas de principios que, por su parte, corresponden a dos bloques fundamentales, esto es, la llamada *retórica de la continuidad* y la *retórica de la discontinuidad*. De modo más concreto, se establecen las siguientes oposiciones:

→ armonía *vs* competitividad⁶

(la dinámica social puede moverse entre un mínimo grado de concordancia entre los objetivos e intereses de los miembros de una sociedad y cierto grado de discordancia entre los mismos);

→ solidaridad *vs* no-interferencia

(la cooperatividad entre los individuos de una comunidad puede verse confrontada con el principio dominante de preservación del espacio de autonomía);

→ autenticidad *vs* ceremonialidad

(el grado de ritualización que se registra en los intercambios verbales puede variar notablemente según diferentes comunidades de habla);

→ afectividad *vs* mostración pudorosa

(algunas comunidades pueden valorar muy positivamente la exhibición de marcas e indicios emotivos; otras, en cambio, exigen velar dichas marcas o indicios);

→ exculpación *vs* relación fiduciaria

(de acuerdo con el principio de relación fiduciaria, la dinámica social supone una sólida adhesión a las normas sociales, entendidas como guiones preestablecidos de conducta social.

6 En cada una de las oposiciones que detallamos, siguiendo a Hernández Sacristán (2003: 41-42), el primer elemento corresponde a la retórica de continuidad, mientras que el segundo pertenece al bloque de la retórica de la discontinuidad.

El principio de exculpación, en un sentido diferente, nos permite establecer un margen para el incumplimiento –socialmente asumible– de lo que regulan las normas sociales)⁷.

El análisis de las similitudes y las diferencias que suelen darse a nivel de las interacciones comunicativas contempladas en el marco de la pragmática trans e intercultural aspira, efectivamente, a perfilar en qué medida difiere el alcance normativo asignado a los valores socioculturales definidos *supra*. En este sentido, el ethos comunicativo y, por consiguiente, los ethnolectos, pueden variar en cuanto a la interpretación sociocomunicativa de la que se dota conceptos como distancia/cercanía, interferencia/no interferencia, afectividad/mostración pudorosa de estados emotivos...

3 Parámetro de emotividad

3.1 Hipótesis interpretativa de partida

Como acabamos de ver, la denominada afectividad o, en otros términos, emotividad, se presenta como uno de los parámetros clasificatorios de los ethnolectos. La concepción básica del ethos comunicativo (defendida, como ya hemos apuntado en la parte introductoria del estudio, por Kerbrat-Orecchioni, 1994; 2005) concibe la emotividad como exteriorización de sentimientos o emociones, oponiendo las llamadas culturas emocionales a las dotadas de un ethos de mostración pudorosa de emociones. En varias ocasiones, suele indicarse la existencia de distintos guiones culturales referidos, efectivamente, a la exteriorización o al ocultamiento de las emociones. De forma casi canónica, se cita el ejemplo de la cultura nipona en la que, según afirman Goddard y Wierzbicka (2001: 342), la alta sensibilidad hacia los sentimientos de los demás corre pareja con la tendencia a ocultar las muestras explícitas de emociones (las actitudes culturales de los japoneses desalentarían la verbalización de las propias emociones estimulando, al mismo tiempo, la sensibilidad emocional hacia los demás)⁸.

7 Parece obvio que las parejas de valores propios de la acción comunicativa no deberían considerarse conceptos contradictorios en el sentido de la lógica veritativa. Tal y como se sostiene en los planteamientos de pragmática sociocultural, en la tipificación de las comunidades de habla deberían observarse ante todo las relaciones de prevalencia entre los valores puestos en juego en la construcción de las identidades sociales. Son también de suma importancia las posibles relaciones jerárquicas que se mantienen entre dichos valores.

8 El guion formulado en el metalenguaje semántico natural podría representarse del modo siguiente:

A nuestro parecer, las prácticas conversacionales junto con las elecciones que efectúan los hablantes a lo largo de sus intervenciones, parecen indicar que lo emotivo no debería relacionarse únicamente con la externalización física de los estados afectivos. Estamos convencidos de que, en un amplio abanico de situaciones sociales, los interlocutores recurren a las manifestaciones teñidas de emotividad en función de diferentes intencionalidades pragmáticas y comunicativas, lo cual no debe equivaler al hecho de experimentar realmente unos determinados estados afectivos⁹. Así pues, como hipótesis metodológico-interpretativa de partida proponemos distinguir entre emotividad y expresividad. La primera de las modalidades delimitadas, fundamental según nosotros para los análisis de pragmática sociocultural, se ve ante todo como una forma de posicionamiento de tipo participativo en la interacción y abarca diferentes estrategias y mecanismos lingüístico-interaccionales que se adscriben a la cortesía positiva (Brown y Levinson, 1987). Se trata, en realidad, de diferentes mecanismos de solidaridad, proximidad o afiliación que se usan intencionalmente en una amplia variedad de situaciones sociales y que se relacionan, además, con determinados valores premiados en las comunidades de habla observadas (Baran, 2010a: 7-8). La expresividad, por su parte, se asociaría con la zona de muestras afectivas espontáneas no planificadas o con la mencionada antes externalización física de estados afectivos cuyo fin «transaccional» no debería verse como primordial. La perspectiva de análisis que iremos defendiendo supondrá la convencionalización de lo emotivo estudiado a través de la teoría pragmática. Dicha convencionalización, al menos en determinadas comunidades de habla, puede llevar a la actualización de marcas emotivas como atributos casi rituales de la interacción.

-
- (a) *cuando yo siento algo*
no es bueno decirle nada sobre eso a otra persona
si lo hago, esa persona podría sentir algo malo
no puedo decir lo que siento
- (b) *es bueno si yo puedo saber lo que otra persona siente*
esa persona no tiene por qué decirme nada
- (c) *cuando alguien me dice algo sobre alguna cosa*
yo no puedo decir algo como esto:
«no pienso lo mismo»
es bueno decir algo como esto:
«yo diría lo mismo». (Goddard y Wierzbicka, 2001: 342).

9 En este sentido, nos acercamos al concepto de *performance* propio de los inicios de la pragmática lingüística. Austin (1962) menciona las emociones estipuladas en actos performativos convencionales y en diferentes aspectos elocutivos producidos de manera performativa.

3.2 El componente afectivo y la lingüística moderna: lo emocional vs. lo emotivo

La percepción más global de las emociones dentro de las ciencias del lenguaje puede constituir una de las primeras pistas interpretativas de la separación delimitadora por la que abogamos en nuestro estudio. Como es bien sabido, durante un tiempo considerable, los estudios lingüísticos, básicamente de orientación estilística, tomaban en cuenta fundamentalmente aquellos recursos o procedimientos por los que las emociones se manifestaban en la lengua. Así pues, la estilística estructuralista proponía centrarse en los denominados «vectores potenciales de afectividad» que se manifestarían sobre todo a través de procedimientos fonéticos y prosódicos, interjecciones, exclamaciones y frases exclamativas, sufijos diminutivos o procedimientos de intensificación, orden de palabras y, en particular, la anteposición del adjetivo, léxico estilísticamente marcado, figuras de estilo, etc. Los análisis lingüísticos recurrían, además, a la bien conocida noción de *función expresiva* de Jakobson, quien, desgraciadamente, no la distinguió de la emotiva (ambas denominaciones cubrían el mismo contenido funcional)¹⁰.

Las denominadas gramáticas comunicativas (como, por ejemplo, la de Leech y Svartvik, 1976), introducen una óptica modificada, insistiendo poco a poco en la ritualización de expresiones cuyo valor es cercano al emotivo. El acento se pone, pues, no tanto en la *expresión* de las emociones como en su *comunicación*. Evocando la expresión y la comunicación de las emociones, nos mantenemos fieles a la antinomia de Bally, quien introdujo efectivamente una oposición entre la *expresión* (que se sitúa del lado de la experiencia íntima del sujeto y de la *parole autocentree*, siguiendo la terminología original) y la *comunicación* (situada dentro de los procesos relacionales e interpersonales que nos interesan en particular al adoptar un enfoque propio de sociopragmática). Apuntemos, de paso, que la reorientación de tales características coincide con el desarrollo de los estudios de corte intercultural. Las emociones integradas dentro de los planteamientos lingüísticos dejan de percibirse a través de la dicotomía biología vs. cultura (Baran, 2010a: 161). Se hace hincapié en que la categorización de las emociones no debe coincidir necesariamente en distintos idiomas. Se sugiere, además, que no es solamente el llamado *lexicón* el que proporciona pistas acerca del *emotional universe of culture*. Gramática, fraseología, estructura del discurso, junto con elementos gestuales, entonativos, interjectivos, así como

10 Tal vez, la función impresiva podía considerarse como la que, al menos en parte, cubría los contenidos funcionales propios de lo que presentamos como comunicación emotiva.

los que se refieren a las formas de tratamiento, pueden resultar significativos. Las emociones aparecen, por fin, como *cultural artefacts* (término propuesto por Wierzbicka y Harkins, 2001: 17).

Las corrientes de orientación pragmática e interaccional seguirán en la misma línea, insistiendo en que el componente emotivo y las emociones como tales deben considerarse en su dimensión comunicativa, es decir, como una experiencia por compartir, la cual no se localiza tan solo en el sujeto, sino entre dos (o más) sujetos (interactantes), siendo una experiencia intersubjetiva que se integra de lleno dentro de la totalidad de los procesos de índole relacional (Kerbrat-Orecchioni, 2000: 49-50)¹¹. Bajo esta perspectiva, la comunicación de las emociones implica una adaptación al otro o, mejor dicho, a la situación comunicativa en su conjunto y supone, al mismo tiempo, una incesante activación de los mecanismos de regulación, intersincronización y negociación interaccional.

3.3 La emotividad y la cortesía verbal

Los estudios de cortesía verbal desarrollados con Brown y Levinson como sus máximos representantes suponen la necesidad de redefinición del concepto de emotividad. Aunque los mismos investigadores señalan ante todo las manifestaciones emocionales, tratadas la mayoría de las veces como potenciales *Face Threatening Acts*¹², las propuestas metodológicas desarrolladas en base a su modelo más recientemente proponen integrar el componente definido como «la relación emocional entre los interlocutores» dentro de los factores que determinan la (des)cortesía de los actos de habla. Así pues, se vuelven a revalorizar las emociones que no tienen por qué considerarse necesariamente como factores irracionales e inaceptables en la comunicación. Al contrario, las emociones se presentan como un parte importante de los fines comunicativos

11 En la misma línea, Szumska (2000: 203), inclinándose abiertamente por el análisis pragmático de las emociones, afirma que la explicación puramente lingüística de las emociones debería tomar por objetivo la detección de las causas por las cuales sus verbalizaciones se manifiestan en el discurso (se trataría, por tanto, de centrarse ante todo en las intenciones comunicativas de los interlocutores).

12 Observemos, a este respecto, que dicha postura puede considerarse legado de una larga tradición germánica en la que los sentimientos y las emociones se veían básicamente como irracionales y, por lo tanto, peligrosos. Se los consideraba causa de confusión y de desorden, también en el plano social, insistiendo al mismo tiempo en la necesidad de su canalización y no-verbalización. En este sentido, véase también Gruszczyńska (2003: 125-137), quien, al comparar la expresión de ira en polaco y en sueco, señala la postura antiemocional de las comunidades escandinavas.

de los interlocutores. En esta línea, Kienpointer (2008: 25-52) acentúa el papel de las emociones (tanto positivas como negativas), situándolas entre los fines estratégicos de la interacción. En su concepción, la emotividad entendida en términos interactivos parece manifestarse como principio motivador en la formulación de los actos de habla: el rango de imposición de un acto de habla en una cultura frecuentemente implica emociones, por ejemplo, el miedo a la intrusión en la cultura inglesa o el deseo de afiliación en la cultura española (Kienpointer, 2008: 26). Los planteamientos así perfilados se desprenden, al menos en parte, de la *etnoteoría de las emociones* descrita por Lutz y White (1986). Dicho enfoque considera lo emotivo como un conocimiento cultural, indicando que las emociones constituyen una suma organizada de significados con capacidad generativa. Las emociones deberían verse, además, como medio y mensaje de socialización (dentro de los estándares normativos y en la jerarquía de objetos y comportamientos se incluye la construcción de los consensos emotivos) (Ceballos Saavedra, 2008: 264-265).

Como estamos viendo, la delimitación de la modalidad denominada como comunicación emotiva supuso el abandono de la perspectiva fundamentalmente estilística en favor de los acercamientos pragmáticos e interaccionales. En estos últimos, la emotividad se concibe ante todo como una estrategia comunicativa de carácter intencional, considerada siempre dentro de los procesos relacionales e interpersonales. Entre sus funciones, aparte de los valores comunicativos estratégicos, puede citarse la función persuasiva o apelativa (Baran, 2010a: 163-164). La comunicación emotiva, vinculada estrechamente a la emotividad, contrasta con la comunicación emocional, definida esta como *a type of spontaneous, unintentional leakage or bursting out of emotion in speech* (Caffi y Janney, 1994: 328)¹³. Es solamente la primera la que puede considerarse realmente un fenómeno social. Es así porque la comunicación emotiva cabe de lleno en la categoría de estrategias con las que somos capaces de guiar la atención de nuestros interlocutores o influenciar sus comportamientos. En este sentido, la comunicación emotiva se basa en lo que Caffi y Janney (1994: 327) denominan como «*emotive capacity: certain basic, conventional, learned, affective-relational communicative skills*¹⁴ *that help them interact smoothly, negotiate potential interpersonal conflicts, and reach different ends in speech*». En cuanto a las llamadas categorías emotivas, tienen cabida en este grupo fenómenos tales como

13 Como base sirvieron, en este caso, las afirmaciones previas de Arndt y Janney (1991: 526): «[...] *emotional communication is an automatic nonsymbolic manifestation of internal affective states* [...]».

14 El subrayado es nuestro.

marcadores discursivos, modalizadores, estrategias de protección de imagen (*face saving strategies*), formas de tratamiento, estrategias directas/indirectas típicas en la formulación de los actos de habla¹⁵.

4 Categorías analíticas: posibles vías de exploración

Según nuestro punto de vista, la configuración de roles e identidades comunicativas, la cual es propia de cada intercambio verbal, no puede llevarse a cabo sin un posicionamiento de tipo emotivo. En otras palabras, las actitudes que adoptan los interlocutores vienen estructuradas social, cultural y lingüísticamente junto con la articulación de la posición emotiva. La comunicación intercultural proporciona numerosas pruebas de que existen diferentes expectativas en cuanto al componente emotivo que se manifiesta (o que se debería manifestar) a lo largo de los intercambios comunicativos. Los patrones o guiones socioculturales pueden variar, en este caso, según diferentes comunidades de habla, conduciendo, en ocasiones, a malinterpretaciones, malentendidos, consideraciones etnocéntricas o incluso incompreensión entre los hablantes de sociedades distintas. Al mismo tiempo, las estructuras verbales, las estrategias o mecanismos comunicativos coincidentes desde el punto de vista puramente formal pueden recobrar interpretaciones sociopragmáticas divergentes en distintas comunidades de habla¹⁶.

A continuación, a modo de ejemplo, mencionamos tres fenómenos lingüísticos propios del uso comunicativo de las comunidades hispanohablantes, que, a nuestro modo de ver, pueden interpretarse desde el punto de vista de la emotividad concebida en términos sociopragmáticos y que, al mismo tiempo, constituyen indicios importantes para la reconstrucción del ethos comunicativo de las comunidades en cuestión.

15 Para la revisión más completa de las categorías propias de la emotividad concebida en términos lingüísticos (*emotive categories*), véase Caffi y Janney (1994: 342-343). La distinción entre «comunicación emotiva» y «comunicación emocional» se somete al análisis también en Baran (2010b).

16 Recordemos a este respecto que la sociopragmática debe analizar cómo las conceptualizaciones de tipo social o cultural determinan el uso lingüístico. En este sentido, los análisis de tipo sociopragmático someten a estudio los mecanismos que regulan la interacción comunicativa, relacionándolos con los principios y valores más generales propios de la praxis sociocultural. Es, por tanto, de suponer que a distintos mecanismos comunicativo-interaccionales (entre ellos, formas alocutivas, formulación de actos de habla, tratamientos, sistema de alternancia de turnos de habla, empleo de modalizadores o marcadores conversacionales) no se les asigna tan solo una determinada fuerza pragmática, sino también se los dota de una determinada percepción de tipo social y cultural.

4.1 Vocativos gramaticalizados

Los vocativos –entre ellos los llamados vocativos gramaticalizados tipo *hombre*, *mujer*, *chico*, *guapo*– al ser indicadores del campo, modo y tenor del discurso, pueden actualizarse obviamente en sus distintas formas según una serie de factores que son de orden sociolingüístico. Observemos, no obstante, que los condicionamientos y parámetros ligados a una situación contextual y discursiva muy concreta condicionan el uso de los vocativos en la misma medida que la preferencia de tipo sociopragmático. Como hemos señalado anteriormente, dicha preferencia equivale a menudo a una característica derivada del ethos comunicativo dominante. Las unidades vocativas gramaticalizadas, que nos interesan en particular en este momento, se conciben a menudo como altamente ritualizadas, recibiendo la denominación de idiomatismos propios de las situaciones de diálogo. No faltan acercamientos en los que formas como *hombre*, *mujer*, *chico*, *chica*, *hijo*, *hija*, *guapo* o *guapa* se consideran simples muletillas del discurso o apoyaturas coloquiales, de significado más o menos neutro. Su abundancia cualitativa, así como la polifuncionalidad de la que dan cuenta, nos hacen pensar que posiblemente estamos ante marcadores fáticos de una nítida carga focalizadora que, además, concuerdan perfectamente con las estrategias de cortesía positiva o con las estrategias que Bravo (1999) considera «de afiliación»¹⁷. En este sentido, aparte de asegurar determinadas funciones de planificación o cohesión textual¹⁸, los operadores en cuestión contribuyen al establecimiento de una dinámica interaccional particular en la que las matizaciones emotivas juegan un papel importante. Lo ilustran las secuencias comunicativas que citamos a continuación (todas ellas proceden del CREA)¹⁹:

17 Las convenciones socioculturales compartidas por los interlocutores pueden encaminarse hacia la imagen de autonomía, poniendo de relieve los valores como la no-interferencia y el respeto del territorio ajeno, o responder más bien al perfil afiliativo en el que se recalcan características y comportamientos que identifican el individuo con el grupo.

18 Somos perfectamente conscientes de que el análisis funcional de la categoría en cuestión ha de tomar en cuenta una serie de factores como: el tipo de intervención (iniciativa, reactiva, argumentativa, ...), la posición del vocativo dentro del enunciado (inicial, final, posición relativa o premarginal, ...) junto con un amplio abanico de condicionamientos contextuales y situacionales. En este momento, nuestra modesta ambición consiste, sin embargo, en señalar que los elementos que acabamos de mencionar, deberían interpretarse también en el marco de las preferencias de índole interaccional que se pueden observar en las comunidades de habla estudiadas.

19 Dados los límites que nos tenemos que imponer en el marco del presente estudio, proponemos tan solo unas cuantas ejemplificaciones de cada categoría analítica. Somos perfectamente conscientes de que los fenómenos analizados resultan bien representados en los intercambios comunicativos reales y que los ejemplos podrían multiplicarse.

- (1) - Pero Coral, tú dices que el kárate de una explicación del golpe a un señor de Ormaechea que le dio pachepepuá, y ahora son amigos.
 ^ *Hombre*, yo lo veo un poco difícil. La verdad es que en el taekwondo nos enseñan y luego a ser amigos, pero lo nuestro es un deporte.
 - O sea, que no es como la política.
 ^ Yo creo que no, las amistades algunas veces se encienden, pero otras no.
 Radio, Variedades, CREA, 2018
- (2) - ¿Se puede saber un poquito?
 ^ Sí, *mujer*, dime algo, qué quieres saber tú de los españoles.
 - No sé, un poquito cómo va a ser este año mil novecientos ochenta para nosotros.
 TVE 1, Magacines (Ahí te quiero ver), CREA, 2018
- (3) - Te quedas sola y a mí sola no me gusta estar.
 ^ No y no vas a estar sola.
 - Y pierdes mucho en lo personal.
 ^ Nunca vas a estar sola, estaremos siempre contigo, Celia Villalobos.
 - Gracias, Carmen, *hija*.
 TVE 1, Magacines (¡Ay! Vida mía), CREA, 2018
- (4) - Señorita, somos muchos. Sí, muchos, y muy pobres. Porque ... no porque no te puedes pagar la letra de un coche.
 ^ Oye, *guapo*, pues cómprate un segunda mano, si no tienes dinero para otro.
 Radio Vallecas B, Canela en rama, Punto de mira, CREA, 2018

4.2 Marcadores conversacionales tipo *venga, vaya, anda, vamos*

De nuevo, estamos ante una categoría polifuncional que, tomando en cuenta los usos conversacionales de las comunidades hispanohablantes, destaca tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativo. Numerosas funciones textuales y discursivas que se les adscribe (entre ellas, las de marcadores exhortativos, partículas yusivas, marcadores de rectificación, palabras de reformulación, marcadores evaluativos, operadores fáticos, interjecciones de carácter expresivo, partículas intensificadoras de afirmación, ...) parecen compaginarse perfectamente con una estrategia conversacional de mayor rango de acuerdo con la cual las formas de imperativos gramaticalizados, utilizados por los hablantes nativos de forma recurrente y de un modo absolutamente espontáneo, «participan» en

la búsqueda de la complicidad o la coparticipación con el interlocutor (dichas complicidad y coparticipación poseen a menudo un carácter puramente convencional, dictado éste por el estilo interaccional dominante).

- (5) - ¿Vamos a dar una pista?

^ Sí.

- Bueno, pues, no sé ... Vamos a darla, *venga*.

Radio Vallecas, Debates

(Canela en rama, Punto de mira), CREA, 2018

- (6) - [...] Uno viene por la mañana y otro por la por la por la tarde.

^ ¿A qué vienen?

- Pues a cada uno a quejarse de lo suyo. Somos cuatro vecinos y mal avenidos. Todos viejos, solterones, aburridos, y y no sé qué pasa, pero nos llevamos de mal.

^ ¿Sí? ¿qué pena!, ¿no?

- A mí me nombraron presidente y administrador hace seis años. Y al mes ya lo había dejado. ¡Era horrible! ¡Horrible!

^ *Vaya, vaya*.

Parada de un autobús, conversación entre amigos,

Madrid, 14/5/91, (formalidad = baja, audiencia = interlocutor, canal = cara a cara), CREA, 2018

- (7) - ¡*Anda!*, ¿te van a vestir así con los pantalones bombachitos?

^ Sí, para que me haga el modelo que llevó Alonso concretamente a la boda de Álvarez Cascos, ¿sabes?

- *Anda, anda*, ¿y te lo han hecho igual?

^ Y me lo han hecho igual igual igual igual.

Radio, Cadena SER, Magacines

(A vivir que son dos días), CREA, 2018

- (8) - (...) Y lo que no se ha atrevido nadie a decir es la relación sentimental del Marqués de Villaverde con una chavala impresionante.

^ Que era su mujer, que no la conoces, que se ha hecho un lifting, ¡mujer!

- Pero pero *vamos*, ¿cómo un lifting?, tendría que haberse metido ¡*vamos!*

Radio, Tertulias, CREA, 2018

Deberíamos ser conscientes de que las intervenciones directivas que incluyen los marcadores tipo *vamos*, *venga*, *anda* se tiñen muy a menudo de valores

comúnmente considerados como expresivos que, en realidad, en los usos comunicativos del español pueden interpretarse de igual modo como matizaciones emotivas ritualizadas. En cambio, en las comunidades de habla que no comparten el mismo *ethos* comunicativo, tal «sobrecarga emotiva» podría considerarse como una manifiesta imposición verbal que daña la imagen negativa del destinatario.

Los operadores a los que acabamos de acercarnos, aparte de asumir determinadas funciones en la estructuración de la enunciación, actúan en el nivel del cuadro de participación en la interacción, manifestando matices en las relaciones entre los hablantes (relaciones en las que el componente emotivo se presenta como nada desdeñable). Tanto los vocativos gramaticalizados como los marcadores pragmáticos interactivos favorecen el establecimiento de una esfera enunciativa común. En varias ocasiones, observando ante todo el funcionamiento de los marcadores tipo *vamos*, *venga*, *anda*, *vaya*, resulta posible notar que, incluso como elementos de ajuste temático-semántico, dichos marcadores repercuten en el ambiente y en la atmósfera comunicativa. Las dos categorías analizadas, al contribuir a suavizar los actos como órdenes, sugerencias, peticiones o súplicas, desempeñan en numerosas ocasiones una función intensificadora. Su carácter atenuante, el que se deja observar a nivel del enunciado, es posible, de hecho, tan solamente gracias a la intensificación que se da a nivel de la relación interpersonal y coparticipativa (dicha intensificación se muestra acorde con determinados valores de la cortesía positiva o del principio pragmalingüístico de afiliación premiados en las comunidades hispanohablantes).

4.3 Fenómenos interruptivos

Otra de las categorías que, siguiendo los enfoques de índole sociopragmática, podría analizarse desde la perspectiva de emotividad de los intercambios verbales es el llamado cambio interruptivo. Los estudios dedicados al sistema secuencial de la conversación²⁰, al tratar de describir la coordinación de los llamados turnos de habla, indicaban las posibles causas que motivan la aparición de cambios interruptivos. Investigadores como Zimmerman y West (1975), al operar con conceptos tales como control o dominancia, defendían la influencia de factores y valores sociales como el estatus y el poder, considerando la interrupción como una estrategia de control de la conversación. De

20 Concebida esta como una forma prototípica de la interacción humana.

ese modo, basándose en la teoría de las *características de estatus*²¹, se afirmaba que la interrupción es privilegio del interlocutor que aparenta un estatus más alto en la interacción (Cestero Mancera, 2000: 142). No es de extrañar que los enfoques de índole pragmática pusieran en duda las hipótesis así definidas. Teniendo en cuenta distintas intencionalidades de los hablantes, se empezó, por consiguiente, a distinguir entre alternancias impropias: voluntarias²² e involuntarias²³. Las clasificaciones existentes sugieren, además, hablar de las interrupciones de tipo competitivo (las que, acompañadas de un tono de voz especialmente elevado, tratan de imponerse) y de las interrupciones o turnos colaborativos (cuya finalidad es la de terminar el turno con las mismas palabras que el hablante). El deseo de controlar a los demás no debería, por consiguiente, interpretarse como una motivación principal de los cambios interruptivos. Recurriendo a los conceptos propios de la teoría de la cortesía verbal, parece legítimo sostener que los mecanismos de la toma de turnos (entre ellos, las interrupciones y los solapamientos, particularmente frecuentes en los intercambios comunicativos entre los hispanohablantes) se hacen operativos en función de la gestión de las imágenes que los interlocutores ponen en juego a lo largo de los intercambios comunicativos. No es de descartar que en numerosísimos casos la proyección de una imagen afiliativa domina sobre el principio de no-interferencia y respeto del territorio ajeno (privilegiado éste, por ejemplo, en el mundo anglosajón) (Baran, 2015: 291-296).

Las interrupciones no deberían verse, por consiguiente, como un acto intrínsecamente amenazante (*Face-Threatening Act [FTA]* en la terminología de Brown y Levinson, 1987). Los condicionamientos contextuales y situacionales, junto con todo el abanico de factores derivados del ethos comunicativo dominante, pueden llevar a interpretaciones pragmáticas diferentes. La instancia interruptiva pertenece, por consiguiente, a una amplia clase de estrategias (socio)pragmáticas cuya finalidad es básicamente intensificadora²⁴ y que, por lo tanto, puede teñirse de matizaciones emotivas.

21 Véase la denominada *Status characteristics theory* de Berger, Fisek, Norman y Zelditch (1977).

22 Son las que se producen cuando los conversadores no atienden, conscientemente, las indicaciones de sus interlocutores; no prestan atención al significado de las marcas que se emiten en el turno en marcha (Cestero Mancera, 2000: 143).

23 Se trata de las alternancias que se producen cuando los conversadores no interpretan bien o no reconocen el valor significativo de las marcas que se emiten en el turno en marcha (de hecho, estamos ante anomalías en el sistema de cambio de hablante, fenómenos peculiares en la conversación) (Cestero Mancera, 2000: 143).

24 Pensamos, obviamente, en la intensificación que se da a nivel de las relaciones interpersonales que se van estableciendo entre los interlocutores.

5 A modo de conclusión

Awdiejew (2007: 47), en los planteamientos propios de la denominada «gramática de la interacción verbal», observa que la búsqueda de la solidaridad emotiva constituye uno de los objetivos fundamentales que los hablantes persiguen en sus intercambios verbales. Al tomar en cuenta las máximas conversacionales de Grice (cantidad, calidad, relevancia y modo), podría pensarse que la comunicación de las emociones, si no es innecesaria, se presenta por lo menos como secundaria en relación con los fines básicos de la interacción. En realidad, cada tipo de contacto lingüístico adquiere una dimensión pragmática en la que el componente emotivo desempeña un papel importante. Además, los llamados actos emotivos no tienen que reflejar los estados afectivos experimentados realmente por los hablantes. En la mayoría de los casos, el hecho de experimentar un determinado estado afectivo es absolutamente secundario; en las comunicaciones reales estamos básicamente ante una expresión de sentimientos y emociones que viene dotada de un carácter puramente convencional. Su función es fundamentalmente reguladora, o sea, centrada en la modificación de las actitudes y conductas verbales de los interlocutores. En este sentido, el principio pragmatolingüístico de solidaridad emocional (o emotiva) no depende de la lógica natural: las convenciones socioculturales pueden variar notablemente en función de distintas comunidades de habla junto con sus respectivas zonas de *habitus* interaccional.

El modelo de emotividad por el que nos hemos pronunciado en este estudio cabe de lleno en las metarrepresentaciones culturales acerca de los sistemas de cortesía en los que los individuos pueden interactuar. La observación del *ethos* comunicativo y, por consiguiente, la delimitación de diferentes *ethnolectos*, se encaminan hacia el reconocimiento de determinados perfiles comunicativos, lo que presupone, por su parte, la existencia de una imagen sociocultural básica, la cual da cuenta de una representación consensuada y extendida en la sociedad de pertenencia.

Como hemos podido comprobar, la emotividad, concebida en oposición a la comunicación emocional, se traduce en distintos mecanismos y estrategias de índole comunicativa, conversacional o, en general, interaccional que van enfocados a la modificación consciente y estratégica de las señales afectivas (a menudo de carácter puramente convencional dentro de la comunidad de habla estudiada), todo ello con el fin de influir en el comportamiento de otros o de marcar un posicionamiento de tipo relacional. La actuación que podría calificarse de emotiva, viene, por tanto, regulada por las normas interactivas

y las expectativas socioculturales, de ahí que determinados medios y estructuras, aunque presentes en distintos sistemas lingüísticos, no siempre puedan interpretarse automáticamente como equivalentes desde el punto de vista sociopragmático.

Bibliografía

- Arndt, H., Janney, R. W. (1991): «Verbal, Prosodic, and Kinesic Emotive Contrasts in Speech». *Journal of Pragmatics*, 15, 521-549.
- Austin, J. L. (1962): *How to Do Things with Words*. Oxford: Clarendon Press.
- Awdziejew, A. (2007): *Gramatyka interakcji werbalnej*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Baran, M. (2010a): *Emotividad y convención sociopragmática. Una contribución al estudio del ethos comunicativo de la comunidad hispanohablante peninsular*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Baran, M. (2010b): «Comunicación emotiva vs. comunicación emocional en los planteamientos de Lingüística interaccional». *Kwartalnik Neofilologiczny*, LVII, 2/2010, 217-225.
- Baran, M. (2011): «Hacia una delimitación etológica de los perfiles comunicativos». *Studia Romanica Bratislavensia*, 10, 7-22.
- Baran, M. (2015): «Armonía y contraste en los sistemas de alternancia de turnos de habla». En: José María Santos Rovira (ed.), *Estudios sobre la variación dialectal, histórica y sociolingüística del español*. Lugo: Editorial Axac, 289-298.
- Berger, J., Fisek, M. H., Norman, R. Z., Zelditch, Jr., M. (1977): *Status Characteristics and Social Interaction: An Expectation States Approach*. New York: Elsevier.
- Bravo, D. (1999): «Imagen 'positiva' vs. imagen 'negativa'». *Oralia*, 2, 155-184.
- Brown, P., Levinson, S., (1978): «Universals in language usage: Politeness phenomena». En: Esther Goody (ed.), *Questions and Politeness. Strategies in Social Interaction*. Cambridge: Cambridge University Press, 56-289.
- Brown, P., Levinson, S., (1987): *Politeness. Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Caffi, C., Janney, R. W. (1994): «Toward a pragmatics of emotive communication». *Journal of Pragmatics*, 22, 325-373.
- Ceballos Saavedra, M. (2008): «Las emotividades sociales y los medios de comunicación». *Pensamiento y cultura*, 11-2, 263-275.

- Cestero Mancera, A. M. (2000): *El intercambio de turnos de habla en la conversación (análisis sociolingüístico)*. Alcalá de Henares: Universidad de Alcalá de Henares – Servicio de Publicaciones.
- Goddard, C. y Wierzbicka, A. (2001): «Discurso y cultura». En: Teun Adrianus van Dijk (ed.), *El discurso como interacción social. Estudios sobre el discurso II. Una introducción multidisciplinaria*. Barcelona: GEDISA Editorial, 331-365.
- Goffman, E. (1967): *Interaction Ritual: Essays on Face-to-Face Behavior*. New York: Doubleday.
- Gruszczyńska, E. (2003): «Gniew po polsku i po szwedzku. Próba porównawcza». En: Anna Duszak i Nina Pawlak (ed.), *Anatomia gniewu. Emocje negatywne w językach i kulturach świata*. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, 125-137.
- Hernández Sacristán, C. (2003): «Interculturalidad, transculturalidad y valores de la acción comunicativa». En: Grupo CRIT, *Claves para la comunicación intercultural. Análisis de interacciones comunicativas con inmigrantes*. Castelló de la Plana: Universitat Jaume I, 37-87.
- Hymes, D. (1967): «Models of the Interaction of Language and Social Setting». *Journal of Social Issues*, 23/2, 8-28.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1994): *Les interactions verbales. Tome III*. París: Armand Colin.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (2000): «Quelle place pour les émotions dans la linguistique du XXe siècle ? Remarques et aperçus». En: Christian Plantin, Marianne Doury, Véronique Traverso (ed.), *Les émotions dans les interactions*. Lyon: Presses Universitaires de Lyon, 33-74.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (2005): *Le discours en interaction*. París : Armand Colin.
- Kienpointner, M. (2008): «Cortesía, emociones y argumentación». En: Antonio Briz et al. (eds.), *Cortesía y conversación: de lo escrito a lo oral. III Coloquio Internacional del Programa EDICE*. València: Universitat de València, 25-52.
- Leech, G., Svartvik, J. (1976): *A Communicative Grammar of English*. London: Longman.
- Lutz, C., White, G. (1986): «The Anthropology of Emotions». *Annual Review of Anthropology*, 15/86, 405-436.
- Real Academia Española (2018): *Banco de datos (CREA)* [en línea]. *Corpus de referencia del español actual*. <http://www.rae.es>.

- Szumaska, D. (2000): «O emocjach bez emocji». *Język a kultura (Uczucia w języku i tekście)*, 14, 199-208.
- Wierzbicka, A. (1991): *Cross-Cultural Pragmatics. The Semantics of Human Interaction*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Wierzbicka, A. (1997): *Understanding cultures through their key-words: English, Russian, Polish, German, Japanese*. New York: Oxford University Press.
- Wierzbicka, A., Harkins, J. (2001): «Introduction: Emotions and Languages». En: Jean Harkins y Anna Wierzbicka (eds.), *Emotions in Crosslinguistic Perspective*. Berlín/New York: Mouton de Gruyter, 1-34.
- Zimmerman, D., West, C. (1975): «Sex roles, interruptions and silences in conversation». En: Barrie Thorne, Nancy Henley (eds.), *Language and Sex, difference and dominance*. Rowley, MA: Newbery House, 105-129.

Marek Baran

University of Łódź

Emotivity and Sociopragmatic Classification of Ethnolects

Keywords: Emotivity, Ethnolectos, Communicative Ethos, Sociopragmatic Convention, Ethnography of Communication

The article focuses on emotivity as one of the classificatory parameters of the communicative ethos and conversational ethnolects. Emotivity analysed in sociopragmatic terms should not only be linked to the so-called emotional charge of enunciation or the verbal externalization of affective states. According to our approach, it is more similar to a ritual attribute of interaction that accentuates conversational involvement, which opposes the strategies focused on non-interference and distancing. As a form of participatory-type positioning in the interaction, emotivity would encompass different mechanisms and strategies of solidarity, linked, *grosso modo*, with the positive politeness model.

Marek Baran

Univerza v Lodžu

Emotivnost in sociopragmatična tipizacija etnolektov

Ključne besede: emotivnost, etnolekti, sporočanješki ethos, sociopragmatična konvencija, etnografija sporočanja

Prispevek se osredotoča na emotivnost kot enega izmed razvrstitvenih parametrov sporočanješkega ethosa in konverzacijskih etnolektov. Emotivnost se z vidika sociopragmatične analize ne bi smela povezovati le s t. i. čustvenim tonom izrekanja ali besednim pozunanjenjem čustvenih stanj. V skladu s pristopom, ki ga zagovarjamo, gre bolj za skorajda obredno lastnost interakcije, ki pogloblja vpletenost sogovorcev v pogovor in se ob tem zoperstavlja strategijam, osredotočenim na nesodelovanje in vzpostavljanje distance. Kot oblika opredelitve položaja sogovorcev v interakciji bi emotivnost tako obsegala različne solidarnostne mehanizme in strategije, *grosso modo* povezane z modelom pozitivne vpljudnosti.