UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
FACULTAD DE COMUNICACIONES
DEPARTAMENTO DE LINGÜÍSTICA Y LITERATURA



ANÁLISIS SOCIOPRAGMÁTICO DE LOS CUMPLIDOS EN UNA POBLACIÓN UNIVERSITARIA EN MEDELLÍN, COLOMBIA

Tesis doctoral presentada por
Sergio Alonso Lopera Medina

Bajo la dirección de la doctora Luz Stella Castañeda Naranjo

Medellín, mayo de 2016

ANÁLISIS SOCIOPRAGMÁTICO DE LOS CUMPLIDOS EN UNA POBLACIÓN UNIVERSITARIA EN MEDELLÍN, COLOMBIA

Sergio Alonso Lopera Medina

Tesis doctoral presentada para optar al título de Doctor en Lingüística

Bajo la dirección de
Doctora Luz Stella Castañeda Naranjo

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
FACULTAD DE COMUNICACIONES
DEPARTAMENTO DE LINGÜÍSTICA Y LITERATURA

MEDELLÍN - ANTIOQUIA

2016

Nota de aceptación

_____

_____

_____

_____

Firma Presidente del Jurado

_____

Firma del Jurado

_____

Firma del Jurado

A mi esposa y a mis hijos; y en especial a mi madre quien siempre reconoció que con el estudio se podrían lograr cosas maravillosas

Agradecimientos

Primero que todo quiero expresar mis más profundos agradecimientos a la directora final de mi tesis, doctora Luz Stella Castañeda, quien fue incondicional y me guió a la consolidación finita de este trabajo. También, quiero agradecer al director inicial de mi tesis, doctor Francisco Zuluaga, quien siempre estuvo atento a mi proceso de investigación. Las guías, apoyos y correcciones de ambos directores hacen que este trabajo sea el fruto de un gran esfuerzo que se hizo realidad.

Del mismo modo, agradezco a la doctora María Jesús Barros por sus aportes y por la corrección de uno de los capítulos de esta tesis. Asimismo, quiero agradecer a los profesores del doctorado en lingüística de la Universidad de Antioquia, por sus observaciones y comentarios en los coloquios cuando presentaba los avances de la tesis.

Quiero agradecer a la becaria del fondo EPM, Linda Álvarez, por su ayuda en la transcripción de los cuestionarios y conversaciones. Este trabajo fue muy valioso, ya que fue la materia prima de mi tesis.

Un trabajo investigativo requiere de un lector externo para que exista una mirada crítica acerca del objeto de estudio. En este sentido quiero agradecer a los profesores Carlos García e Ignacio Henao por sus valiosas recomendaciones.

Finalmente y debido a que un trabajo de investigación requiere del apoyo de las personas que nos rodean en la vida familiar, quiero agradecer a mi esposa Beatriz, y a mis hijos Juan Camilo y María Fernanda por su comprensión en este proceso. A mis padres, obviamente, les agradezco por sus palabras de motivación hacia el estudio y que en el lugar en que se encuentren se sientan felices por mi nuevo logro académico.

Muchas gracias a todos.

Contenido

Resumen 13

Abstract 15

Capítulo 1 17

Introducción 17

1.1 Preámbulo 17

1.2 Hipótesis de partida 18

1.3 Objetivo 19

1.4 Justificación 20

1.5 Estructura de la tesis 21

Capítulo 2 23

Marco teórico 23

2.1 La cortesía 23

2.2 Propuestas teóricas sobre la cortesía 24

2.2.1 Grice 24

2.2.2 Lakoff 25

2.2.3 Leech 26

2.2.4 Otras propuestas: Fraser, Watts y Haverkate 26

2.2.5 El modelo de Brown y Levinson 27

2.2.6 Críticas al modelo de la cortesía universal 30

2.2.7 Concepto de imagen 33

2.2.7.1 Imagen positiva e imagen negativa 33

2.2.8 Cortesía positiva o de solidaridad y cortesía negativa o de distanciamiento 34

2.2.9 Imagen de autonomía e imagen de afiliación 35

2.3. Estudios previos de los cumplidos 37

2.3.1 Estudios de los cumplidos en español 40

2.3.2 Estudios sociopragmáticos de los cumplidos 41

2.3.3 Estudios de los cumplidos desde una perspectiva intercultural 42

2.4 El cumplido y su definición 43

2.4.1 Categorización de los cumplidos 46

2.4.2 Respuestas a los cumplidos y su clasificación 47

2.4.3 Características de los cumplidos 52
2.4.3.1 Funciones de los cumplidos 52
2.4.3.2 Los cumplidos como actos de habla 52
2.4.3.3 Los cumplidos como actos de habla expresivos 54
2.4.3.4 Los cumplidos y su entorno interaccional 55
2.4.3.4.1 Las relaciones de confianza (horizontales) entre los interlocutores 56
2.4.3.4.2 Las relaciones de jerarquía (verticales) entre los interlocutores 57
2.4.3.5 Los cumplidos como estrategia interaccional 57
2.4.3.6 El lugar de los cumplidos en una interacción 59
2.4.3.6.1 Los cumplidos como componentes de las partes no preferidas del segundo par 59
2.4.3.6.2 Los cumplidos como componentes de las partes no preferidas del primer par 60
2.4.3.6.3 Los cumplidos como componentes de las partes preferidas del segundo par 61
2.4.3.6.4 Los cumplidos como componentes de las partes preferidas del primer par 62
2.4.3.7 El cumplido como acto de amenaza 63
2.5 Los cumplidos vs los piropos 64
2.5.1 Características del piropo 64
2.5.2 Clasificación de los piropos 65
Capítulo 3 68
Metodología 68
3.1 Enfoque metodológico 68
3.2 Instrumentos de recolección de información 69
3.3 Participantes 74
3.4 Contexto de la investigación 75
3.5 Categorias emergentes 76
3.5.1 Categorías a nivel de función lingüística 77
3.5.1.1 La autocortesía 77
3.5.1.2 El humorismo 79
3.5.1.2.1 Enfoques del humorismo 79
3.5.1.2.2 Recursos en el humorismo 81
3.5.1.3 Lenguaje coloquial y sus niveles 81
3.5.1.4 La intensificación y su clasificación 84
3.5.2 Categorías a nivel de forma lingüística 86
3.5.2.1 Formas de tratamiento 86
3.5.2.1.1 Tuteo, voseo y ustedeo 86

3.5.2.1.2 El vocativo 87
3.5.2.1.3 El vocativo en los actos de habla 88
3.5.2.1.4 Tipos de vocativo 89
3.5.2.2 Unidades fraseológicas 89
3.5.2.2.1 Características y propiedades de las unidades fraseológicas 90
3.5.2.2.2 Fijación de las unidades fraseológicas 92
3.5.2.2.3 Tipología de las unidades fraseológicas fijas 93
3.5.2.3 Enunciados exclamativos y la interjección 94
3.5.2.4 Marcadores discursivos 96
Capítulo 4 99
Análisis y resultados del cuestionario "*hacer cumplidos"* 99
4.1 Cumplido de apariencia física 100
4.2 Cumplido de posesión 108
4.3 Cumplido de habilidad física 114
4.4 Cumplido de habilidad psicológica 119
4.5 Conclusiones 123
Capítulo 5 127
Resultados y análisis cuestionario "*responder cumplidos"* 127
5.1 Cumplido de apariencia física 128
5.2 Cumplido de posesión 132
5.3 Cumplido de habilidad física 137
5.4 Cumplido de habilidad psicológica 141
5.5 Conclusiones 145
Capítulo 6 147
Análisis del instrumento "Toma de Notas" 147
6.1 Cumplido de apariencia física 148
6.1.1 Respuestas al cumplido de apariencia física 154
6.2 Cumplidos de habilidad psicológica 157
6.2.1 Respuestas al cumplido de habilidad psicológica 161
6.3 Cumplido de habilidad física 166
6.3.1 Respuestas al cumplido de habilidad física 171
6.4 Cumplido de posesión 174
6.4.1 Respuestas al cumplido de posesión 178
6.5 Conclusiones 180

Capítulo 7 182
Análisis del instrumento de “conversaciones espontáneas” 182
7.1 Cumplido de apariencia física 183
7.1.1 Respuestas al cumplido de apariencia física 191
7.2 Cumplido de habilidad física 192
7.2.1 Respuestas al cumplido de habilidad física 196
7.3 Cumplido de posesión 198
7.3.1 Respuestas al cumplido de posesión 200
7.4 Cumplido de habilidad psicológica 201
7.4.1 Respuestas al cumplido de habilidad psicológica 203
7.5 Conclusiones 204
Conclusiones 206
Bibliografía 213
ANEXOS 225
Anexo 1 225
Encuesta anónima “Hacer cumplidos” 225
Anexo 2 227
Encuesta anónima “Responder Cumplidos” 227
Anexo 3 229
Sistema transcripción de Val.Es.Co 229
Anexo 4 232
Unidades fraseológicas 232
Anexo 5 237
Análisis piropos 237
Anexo 6 240
Vocabulario del parlache 240
Anexo 7 242
Abreviaturas 242

Índice de Tablas

Tabla 1. Constreñimientos pragmáticos de la GPS 31
Tabla 2. Mayores frecuencias léxicas del cumplido de apariencia física 101
Tabla 3. Mayores frecuencias léxicas del cumplido de posesión 108
Tabla 4. Mayores frecuencias léxicas del cumplido de habilidad física 114
Tabla 5. Mayores frecuencias léxicas del cumplido de habilidad psicológica 119
Tabla 6. Ejemplos de autocortesía 148
Tabla 7. Ejemplos de lenguaje coloquial a nivel morfosintáctico 150
Tabla 8. Ejemplos de lenguaje coloquial a nivel léxico-semántico 150
Tabla 9. Ejemplos de lenguaje humorístico 151
Tabla 10. Ejemplos de formas de tratamiento 151
Tabla 11. Ejemplo de unidades fraseológicas 152
Tabla 12. Ejemplos de enunciados exclamativos 153
Tabla 13. Ejemplo de interjección como producción de cumplido 153
Tabla 14. Ejemplos de estrategias del cumplido de apariencia física 154
Tabla 15. Ejemplos de subestrategias del cumplido de apariencia física 154
Tabla 16. Ejemplo de autocortesía 155
Tabla 17. Ejemplo de lenguaje humorístico 155
Tabla 18. Ejemplo de formas de tratamiento 155
Tabla 19. Ejemplo de unidades fraseológicas 156
Tabla 20. Ejemplos de lenguaje coloquial y enunciados exclamativos 156
Tabla 21. Ejemplos de lenguaje autocortés 157
Tabla 22. Ejemplos de lenguaje coloquial 158
Tabla 23. Ejemplo de lenguaje humorístico 158
Tabla 24. Ejemplos de formas de tratamiento 159
Tabla 25. Ejemplos de enunciados exclamativos 159
Tabla 26. Ejemplo de cumplido como crítica 160
Tabla 27. Ejemplo de cumplido implícito 161
Tabla 28. Ejemplo de la estrategia aceptar 162
Tabla 29. Ejemplo de la combinación de las subestrategias agradecer y explicar 162
Tabla 30. Ejemplos implícitos de autocortesía 163
Tabla 31. Ejemplos de lenguaje humorístico 163
Tabla 32. Ejemplo de formas de tratamiento 164
Tabla 33. Ejemplo de unidades fraseológicas 164
Tabla 34. Ejemplos de lenguaje coloquial y enunciados exclamativos 165
Tabla 35. Ejemplo de lenguaje autocortés 166
Tabla 36. Ejemplos de lenguaje coloquial 166
Tabla 37. Ejemplos de lenguaje humorístico 167
Tabla 38. Ejemplo de formas de tratamiento 168
Tabla 39. Ejemplo de unidades fraseológicas 168
Tabla 40. Ejemplo enunciados exclamativos 169
Tabla 41. Ejemplo de ir en búsqueda de un cumplido 169
Tabla 42. Ejemplo de cumplido como crítica 170
Tabla 43. Ejemplo de cumplido implícito 170
Tabla 44. Ejemplo de las estrategias aceptar y desviar 171
Tabla 45. Ejemplo de la risa como estrategia de aceptar 172
Tabla 46. Ejemplo de lenguaje humorístico 172
Tabla 47. Ejemplo de formas de tratamiento 173
Tabla 48. Ejemplos de enunciados exclamativos 173
Tabla 49. Ejemplo de lenguaje autocortés 174
Tabla 50. Ejemplo de lenguaje coloquial a nivel morfosintáctico 175
Tabla 51. Ejemplo de lenguaje coloquial a nivel léxico-semántico 175
Tabla 52. Ejemplo de lenguaje humorístico 175
Tabla 53. Ejemplo de formas de tratamiento 176

Tabla 54. Ejemplo de unidades fraseológicas 176
Tabla 55. Ejemplo de enunciados exclamativos 177
Tabla 56. Ejemplo de cumplido implícito 177
Tabla 57. Ejemplos las estrategias devolver y desviar 178
Tabla 58. Ejemplo de lenguaje humorístico y lenguaje coloquial 178
Tabla 59. Ejemplo de formas de tratamiento 179
Tabla 60. Ejemplos de unidades fraseológicas 179
Tabla 61. Ejemplo de enunciados exclamativos 180
Tabla 62. Locuciones 232
Tabla 63. Fórmulas rutinarias psico-sociales 235
Tabla 64. Paremias 236

Índice de Gráficas

Gráfica No. 1: Respuestas cumplido de apariencia física 129
Gráfica No. 2 Respuestas cumplidode posesión 133
Gráfica No. 3 Respuestas cumplido de habilidad física 138
Gráfica No. 4 Respuestas cumplido de habilidad psicológica 142
Gráfica No. 5: Porcentajes cumplidos toma de notas 148
Gráfica No. 6: Porcentajes cumplidos conversaciones espontáneas 183

Resumen

Los cumplidos son actos de habla expresivos que se utilizan por los hablantes para demostrar el comportamiento cortés en las interacciones dentro de un grupo sociocultural determinado. Este estudio reporta las formas lingüísticas y las funciones lingüísticas de los cumplidos en una población universitaria en Medellín-Colombia. Para llevar a cabo nuestra investigación, se aplicaron tres instrumentos de recolección de información que nos permitió triangular y validar los datos de la producción y respuestas de los cumplidos: dos cuestionarios de hábitos sociales (*Discourse Completion Test*- DCT), toma de notas en un diario de campo y grabaciones de conversaciones espontáneas. Es importante destacar que los cuestionarios de hábitos sociales fueron los instrumentos base de nuestra investigación y los otros dos instrumentos sirvieron para validar los datos. Del mismo modo, vale la pena anotar que se aplicaron dos cuestionarios de manera separada y en diferentes momentos: uno para la producción de los cumplidos (740 cuestionarios) y otro para las respuestas a los cumplidos (729 cuestionarios). Para el análisis de los cuestionarios se utilizó el programa lingüístico computacional Cratilo, el cual buscó frecuencias y arrojó información estadística de los cumplidos. También, se tuvieron en cuenta las diferencias de género, edad, estrato socioeconómico y vínculo con la universidad (estudiante, profesor y empleado). Con relación a los dos instrumentos alternos, aparecieron 118 muestras en el instrumento de toma de notas y 32 en las conversaciones espontáneas.

Los resultados indican que los interactuantes universitarios utilizan los cumplidos como una forma de aumentar la imagen positiva del interlocutor. Los interlocutores utilizan diferentes estrategias y formas lingüísticas para aumentar la fuerza ilocutiva de los cumplidos: ***lenguaje autocortés*** (*Amor, mirá el celular tan bacano que compré)*, ***lenguaje humorístico*** (*¡uy, qué carro tan bacano, estos ricachones si viven muy bueno, eh*), diferentes ***formas de tratamiento*** (*¡Eh Ave María* ***mona***, ***usted*** *siempre tan linda*), ***marcadores discursivos*** (*Eh,* ***pero*** *este man sabe de todo*), ***intensificación*** (*¡sos* ***un teso*** *pa jugar*!), ***lenguaje coloquial*** (*y se va a* ***emputar*** *como la – como Lorena donde la vea que*

está más ***chimba usté***), ***unidades fraseológicas*** (¡*ay!* ***Muchas gracias***) y ***enunciados exclamativos*** (***eeh****! / ¡****ay*** *pero Lulú está muy boniita! (risas*)). Finalmente, en los enunciados exclamativos, los interlocutores utilizan expresiones con sentido religioso (¡*Qué foto tan linda Sobrina, estás muy linda.* ***Dios te bendiga****!!!*) y la risa (*Hasta luego ome, Messi (****risas****)*).

En las respuestas a los cumplidos, sobresalen dos tipos de estrategias: *aceptar* con la subestrategia de *agradecer* (*Muchas gracias, ja, ja, ja; ¡Gracias!*) y *desviar* con la subestrategia de *explicar* (*Parce, ¿Si ve? Entrenando se hace algo*). Estas respuestas reflejan que el hablante es cortés y se afilia con su interlocutor. Con relación a las estrategias y formas lingüísticas en las respuestas, se encontraron que los informantes también hacen uso de diferentes elementos lingüísticos para afiliarse a su interlocutor tales como *lenguaje autocortés*, *lenguaje humorístico*, *formas de tratamiento*, *unidades fraseológicas*, *lenguaje coloquial*, *enunciados exclamativos*, *la intensificación y los marcadores discursivos.*

A nivel interaccional, los informantes hacen un uso frecuente de preguntas retóricas o preguntas específicas del objeto del cumplido al producir un cumplido. Del mismo modo y con relación a las respuestas, los encuestados brindan más información de lo esperado (brindan razones, dan recomendaciones). En ocasiones un enunciado no lingüístico como la sonrisa/risa puede ser la respuesta al cumplido y se confirma su función expresiva. De hecho, los dos instrumentos de recolección de información alternos dan muestra de esta apreciación. A nivel dialogal, el cumplido puede aparecer al inicio, en la mitad o al final de las conversaciones. También, se puede utilizar para cambiar un tema y usualmente se hace de manera explícita. Del mismo modo, el cumplido puede ser utilizado como una macroestrategia (venta) o una crítica en una interacción.

A nivel de diferencias de género, se encontró que los hombres tienden a proteger su imagen negativa evitando tener un tono feminizante al utilizar algunos adjetivos calificativos (*lindo, bonito, chévere*) o el uso del *tuteo* con otros hombres. En contraste, las mujeres producen cumplidos más extensos y son más expresivas que los hombres. Con relación a las diferencias entre los estudiantes, profesores y empleados, los estudiantes tienden a utilizar un lenguaje más coloquial y son más expresivos que los profesores y empleados. También, los estratos socioeconómicos más bajos tienden a ser más expresivos y coloquiales. Por lo anterior se hace la siguiente conclusión: ***a menor edad, más bajo estrato socioeconómico y con más bajo nivel académico se es más coloquial y más expresivo para hacer o responder un cumplido.***

Abstract

Compliments are expressive speech acts that speakers use to show polite behavior in the interactions inside of a sociocultural group. This study reports the linguistic forms and the linguistic functions of compliments in a university population in Medellín-Colombia. Three research instruments were applied in order to gather data and this helped triangulate and validate data in the production and responses of compliments: two Discourse Completion Tests (DCTs), note taking in a diary, and natural conversations. It is important to take into account that the DCTs were the core instruments for the research and the other two (alternative instruments) validated data. It is also worth noting that the two DCTs were administered separately and in different moments: one for the production of compliments (740 DCTs) and the other for the responses (729 DCTs). Cratilo linguistic software was used to analyze frequencies and statistical information of compliments. Moreover, gender, age, socioeconomic status, and relationship with the university (student, professor, and employees) were taken as differences. Regarding the alternative instruments, 118 samples of compliments appeared in the diary and 32 in the natural conversations.

Results indicate that university speakers use compliments as a way to enhance the positive face of the interlocutor. Speakers use different strategies and linguistic forms to strengthen the illocutionary force of compliments: self-politeness language (*Amor, mirá el celular tan bacano que compré*), humor language ((*¡uy, qué carro tan bacano, estos ricachones si viven muy bueno, eh*), different forms of address (¡*Eh Ave María* ***mona***, ***usted*** *siempre tan linda*), discursive devices or transition words (*Eh,* ***pero*** *este man sabe de todo*), intensification ((¡*sos* ***un teso*** *pa jugar*!), colloquial language ((*y se va a* ***emputar*** *como la – como Lorena donde la vea que está más* ***chimba usté***), phraseological units (¡*ay!* ***Muchas gracias***), exclamation devices (***eeh****! / ¡****ay*** *pero Lulú está muy boniita! (risas*)). Regarding this last category, speakers use religious expressions (¡*Qué foto tan linda Sobrina, estás muy linda.* ***Dios te bendiga****!!!*) and laughing (*Hasta luego ome, Messi (****risas****)*).

Two main strategies are used to respond to compliments: accept (thanking) (*Muchas gracias, ja, ja, ja; ¡Gracias!*) and evade (explaining) (*Parce, ¿Si ve? Entrenando se hace algo*). These responses support that the speaker is polite and cooperate with the interlocutor. Regarding the linguistic forms, participants also use different linguistic elements to cooperate with the interlocutor: humor language, different forms of address, discursive devices, intensification, colloquial language, phraseological units, and exclamation devices.

Analyzing the interactional level, participants use rhetoric questions or specific questions of the object of the compliment. Participants also give more information than expected when they respond to compliments (give reasons, give recommendations). A no linguistic strategy such as laughing or smiling is used as a respond to a compliment and this confirms the expressive function of compliments. In fact, the alternative instruments support this result. On the other hand, the compliment may appear at the beginning, in the middle or at the end of a conversation. Compliments are also used to change the topic in an interaction and they are given explicitly. Moreover, compliments are used as macrostrategy (sale) or critique in an interaction.

Regarding gender differences, men tend to protect their face avoding a female tone by using some adjectives (*lindo, bonito, chévere*) or using the address form of *tuteo* with other men. In contrast, women are more expressive and produce more extensive compliments than men. Analyzing relationship with the university, students are more expressive and tend to use more colloquial language than professors and employees. Also, the lowest socioeconomic status tends to be more colloquial and expressive. As a result, the following conclusion can be made: ***the younger, the less socioeconomic status, and the less academic preparation the most colloquial and the most expressive to produce or respond to a compliment.***

Capítulo 1

Introducción

1.1 Preámbulo

La interacción lingüística se puede dar en contextos formales e informales. En el primer contexto se podrían imaginar lugares donde prima la academia (universidades, auditorios, bibliotecas) y en los segundos se podrían encontrar lugares tales como una cafetería, una tienda o un cine. En ambas situaciones se intercambia información lingüística donde los participantes tienden a mantener buenas relaciones sociales (cortesía) evitando la agresividad (Calsamiglia y Tusón, 1999). A nivel social, los participantes poseen unos derechos y obligaciones en la interacción donde las convenciones pueden variar de una cultura a otra, pero se podría suponer que, a nivel general, son universales (Fraser, 1980; Brown y Levinson, 1987). Watts (2003) argumentan que si se desea tener un concepto universal de la cortesía, la siguiente consideración se debe tener en cuenta a nivel de interacción verbal en cualquier lenguaje:

> "…el término *cortesía*, en cualquier idioma, involucra un comportamiento cooperativo mutuo, una consideración hacia los otros, es un esfuerzo social local sobre las prácticas discursivas" (p. 17) (traducción propia).
> (…*whatever terms are used in whatever language to refer to mutually cooperative behaviour, considerateness for others, polished behaviour, etc., is a locus of social struggle over discursive practices*).

Los usuarios de una lengua normalmente tienen conocimiento (implícito o explícito) de las reglas o funciones sociales que rodean un evento de comunicación. Por ejemplo, hacer y recibir un cumplido son funciones que están inmersas desde un punto de

vista intercultural, ya que el cumplido tiene como objetivo hacer una valorización positiva hacia el interlocutor. El cumplido normalmente va referido a "algo" del interlocutor (oyente) y dicha valoración debe ser compartida por ambos. Al producir un cumplido, el oyente en ocasiones responde ante éste y de esta manera los participantes colaboran mutuamente.

Estudios sobre el uso y efectos de los cumplidos y sus respuestas han demostrado que estos son universales culturales, pero varían de una sociedad a otra. Algunos autores enfatizan en la necesidad de investigar los cumplidos en diferentes culturas o contextos (Manes, 1983; Herbert y Straight, 1989; Holmes, 1990; Herbert, 1997). Cuando se estudian los cumplidos en una cultura, los resultados arrojan información importante sobre los valores socioculturales y sobre los procesos de interacción lingüística que permiten caracterizar aspectos importantes de esa comunidad lingüística (Herbert, 1997).

Por lo anterior, creemos importante analizar los actos de habla de los cumplidos y las respuestas en las interacciones de una población universitaria en Medellín, porque nos arrojarán información linguística de dicha población y podrá dar cuenta de la forma y función en que se realizan los cumplidos. Además, el análisis sociopragmático nos permitirá describir y contrastar las diferencias determinadas por género, edad, estrato socioeconómico y nivel educativo de las muestras de los cumplidos.

1.2 Hipótesis de partida

Con relación a los universales de cortesía, Brown y Levinson (1987) hacen la diferencia entre dos tipos de culturas: culturas de cortesía positiva y culturas de cortesía negativa. Las primeras se caracterizan por mostrar el afecto y la integración entre los interlocutores; las segundas tienden a utilizar estrategias corteses que tienen como fin conservar el espacio personal del individuo. En el mismo sentido, Haverkate (2004) sostiene que existen culturas de solidaridad o acercamiento, las cuales se caracterizan por tener estrategias corteses encaminadas no solo a la valoración positiva del interlocutor, sino también a la afiliación, la cooperación y a los lazos de amistad. Debido al fenómeno de cooperación, estas culturas pueden mostrar una mayor expresividad en sus actos de habla, especialmente en el acto de habla de los cumplidos, ya que el hablante expresa un estado de ánimo o una reacción ante un estado de cosas, en un contexto determinado. El interlocutor, por su parte, coopera (Grice, 1975) y posiblemente responde ante el cumplido. Este ejemplo evidencia

el principio de cortesía (Leech, 1983) que regula la distancia social entre los interlocutores y que en las culturas positivas o de solidaridad se reduce. En contraste, existen culturas de distanciamiento que se caracterizan por tener estrategias corteses que van encaminadas hacia el respeto y la diferenciación social. A manera de ejemplo, se podría presentar un turno de habla en la cultura alemana. Los participantes no interrumpen al interlocutor hasta que éste no haya terminado.

Con relación a nuestro contexto, partimos del supuesto de que los medellinenses se caracterizan por la cortesía de solidaridad o acercamiento (Calderón, 2009) y que el acto de habla de los cumplidos aparece con gran frecuencia en las relaciones interpersonales de los interlocutores. Teniendo como guía investigaciones previas sobre los cumplidos (Manes y Wolfson, 1981; Manes, 1983; Herbert, 1989; Cordella, Large y Parado, 1995; Campo y Zuluaga, 2000; Yuan, 2001; Golato, 2005; Bustos, 2007; Siebold, 2008; Jucker, 2009; Chen y Yang, 2010; Rees-Miller, 2011; Barros, 2012), pretendemos explorar los siguientes elementos lingüísticos:

- Forma lingüística: lexemas, esquemas léxicos sintácticos y tipos de lenguaje.
- Función lingüística/comunicativa: forma de realización, estrategias, diferencias entre los participantes.

Estos elementos lingüísticos nos van a permitir analizar los cumplidos desde lo más básico (frecuencias léxicas y estructuras sintácticas) hasta las formas complejas de interacción (nivel pragmático) en las interacciones de una población universitaria en Medellín.

1.3 Objetivo

Este trabajo tiene como fin explorar y analizar los actos de habla de los cumplidos en una población universitaria en Medellín-Colombia. Mediante cuestionarios de hábitos sociales, toma de notas en un diario de campo y conversaciones espontáneas, se describen las formas y las funciones de los cumplidos que se presentan en las interacciones de los medellinenses, de acuerdo con la muestra que conforma el corpus de esta investigación. Es importante anotar que el cuestionario de hábitos sociales es el instrumento fundamental y la toma de nota y las conversaciones espontáneas tienen como fin apoyar o validar parte de la información que se recoge a través del cuestionario. Consideramos que la combinación de estos tres instrumentos de recolección de información nos permite una mirada más

completa y rigurosa de nuestro objeto de estudio. Finalmente, creemos que este estudio arroja información valiosa acerca de las estrategias que utilizan los medellinenses a través del acto del habla de los cumplidos.

1.4 Justificación

Esta investigación nos parece de gran importancia debido a que los medellinenses están orientados hacia la cortesia positiva y creemos que una de las maneras de vivenciar esa cultura positiva es a través de los cumplidos. De hecho, diferentes autores han investigado los cumplidos y estos han brindado información valiosa de una comunidad de habla específica (Manes, 1983; Holmes, 1988; Placiencia y Yepes, 1999; Golato, 2005; Barros, 2011; Maíz-Arévalo, 2012; Reyes, 2014). Estos estudios han arrojado la tipología de estructuras sintácticas y las cargas semánticas con el uso de algunas palabras. También, estos estudios han brindado información de las estrategias y diferencias en el manejo de la cortesía entre los participantes.

Por otro lado, creemos que este trabajo puede ser útil para investigadores y estudiosos de la pragmática, debido a que se analizan los cumplidos en los contextos dialogales. También interesa a los sociolingüístas, ya que los informantes se clasifican de acuerdo con las diferencias de género, edad, estrato socioeconómico y vinculación con la universidad. Del mismo modo, los sociólogos se pueden beneficiar de este trabajo, debido a que en los resultados se va a brindar un perfil cultural de la sociedad universitaria medellinense. Los mismos medellinenses se pueden beneficiar de este estudio debido a que podrán confirmar, metalingüísticamente, el uso y el efecto de los cumplidos. Finalmente, este estudio puede ser útil a estudiantes de español como lengua extranjera, y en algunos casos a traductores, por ejemplo, de obras literarias antioqueñas, en las cuales se usan cumplidos, ya que se va a describir las formas y las funciones de los cumplidos en un contexto natural, sirviendo como guía para que los cumplidos se entiendan.

1.5 Estructura de la tesis

La estructura general de esta tesis consta de siete partes. En el primer capítulo se presenta una introducción general que incluye un preámbulo, hipótesis de partida, objetivo y justificación. En el capítulo 2 se describe el marco teórico que fundamenta esta investigación. Inicia con una revisión de la cortesía y sus modelos hasta llegar a los cumplidos. En esta parte vital de teoría, se da una mirada a los estudios previos para luego definir y clasificar los cumplidos. Luego se brindan las respuestas a los cumplidos y se hace una descripción de las características de los cumplidos. Este capítulo finaliza con la diferencia entre los cumplidos y los piropos. En el capítulo 3 se describe el enfoque metodológico cualitativo que se tuvo en cuenta y los tres instrumentos de recolección de información que se utilizaron (cuestionario de hábitos sociales, toma de nota y conversaciones espontáneas). También se describen los participantes y el contexto de la investigación. Para finalizar este apartado, se detallan las categorías emergentes que se obtuvieron al hacer el análisis de los tres instrumentos (*lenguaje autocortés*, *lenguaje humorístico*, *formas de tratamiento*, *unidades fraseológicas*, *lenguaje coloquial*, *enunciados exclamativos*, *la intensificación y los marcadores discursivos*).

En el capítulo 4 se presenta el análisis de los resultados del cuestionario de hábitos sociales "hacer cumplidos". En este apartado se hace una descripción lexical y sintáctica de las cuatro situaciones de los cumplidos (cumplido de apariencia física, cumplido de posesión, cumplido de habilidad física y cumplido de habilidad psicológica) (Ver Anexo 1). Además y en todas las situaciones de los cumplidos, se describen y se ejemplican las categorías emergentes. Con relación al capítulo 5, titulado *resultados y análisis del cuestionario responder cumplidos*, se hace una descripción de las estrategias de respuestas que utilizan los informantes en las cuatro situaciones previamente mencionadas (Ver Anexo 2). Igualmente, se describen y se ejemplican las categorías emergentes en este apartado.

En cuanto al capítulo 6, titulado *resultados y análisis del instrumento de toma de notas*, se hace un reporte de la producción de los cumplidos y las respuestas de los cumplidos de las cuatro situaciones. En este apartado se hace un análisis interaccional de los cumplidos y las categorías emergentes se presentan como un eje vertical. Del mismo modo en el capítulo 7, se hace un análisis de los cumplidos de las conversaciones espontáneas, teniendo como referencia tanto la producción de los cumplidos como las

respuestas a nivel dialogal de los cuatro temas. Finalmente, se brindan las conclusiones y posibilidades de estudios posteriores.

Capítulo 2

Marco teórico

A partir de los años setenta varios autores iniciaron los estudios sobre la cortesía (Lakoff, 1973; Leech, 1983; Brown y Levinson, 1987). Estos investigadores proponen un marco universal de la cortesía en las interacciones humanas que creemos importante presentar, de manera sintética, en este estudio, porque constituye una de las bases fundacionales de la pragmática. Primero iniciaremos con una descripción de las propuestas teóricas sobre la cortesía y luego entraremos a describir nuestro objeto de estudio, es decir, los cumplidos, a la luz de esta teoría.

2.1 La cortesía

En las interacciones verbales, los participantes tienden a seguir un trato cortés entre ellos. Evitar que el interlocutor se sienta mal es uno de los objetivos primordiales en las interacciones. Para lograr esto, los participantes se esfuerzan y cooperan para mantener las interacciones de la mejor forma posible. La cortesía, entonces, juega un papel importante en las interacciones verbales. Escandell (1993) argumenta que la cortesía involucra un conjunto de normas que cada sociedad impone, por esto, afirma que la cortesía es un "*conjunto de normas sociales, establecidas por cada sociedad, que regulan el comportamiento adecuado de sus miembros, prohibiendo algunas formas de conducta y favoreciendo otras".* La autora agrega que la cortesía también involucra unas estrategias conversacionales que tienen una intención para lograr un objetivo:

"Si convenimos en que la comunicación verbal es una actitud intencional dirigida a lograr un determinado objetivo en relación con otras personas, resulta lógico pensar que el uso adecuado del lenguaje puede constituir un elemento determinante para el éxito del objetivo perseguido" (p. 160-161).

Estas normas y estrategias corteses tienen como fin favorecer las buenas relaciones entre los interlocutores.

2.2 Propuestas teóricas sobre la cortesía

Algunos autores han estudiado el fenómeno de la cortesía de una manera detallada y han aportado información valiosa en este campo que a continuación detallamos:

2.2.1 Grice

Uno de los autores más influyentes de las teorías de la cortesía ha sido Grice (1975). Su trabajo tuvo como objetivo buscar unas reglas pragmáticas que dieran cuenta del lenguaje discursivo, ya que la comunicación humana posee unos límites. Debido a que los interactuantes buscan un acuerdo en sus intervenciones, se pueden buscar unas 'máximas'que guíen a los participantes en la conversación. Grice (1975) argumenta que la conversación es una conducta racional y eficiente y, para conseguirlo, el hablante debe seguir cuatro normas específicas:

1. Máxima de cantidad: el usuario debe adaptar su contribución al contenido del mensaje, sin usar más palabras de las que se requieren. Esta a su vez se subdivide en:
    a. La contribución a la conversación debe ser tan informativa como se requiera.
    b. La contribución a la conversación no debe ser más informativa de lo requerido.
2. Máxima de calidad: el usuario debe decir la verdad constantemente y que no use información u opiniones que pueden ser falsas o carezcan de evidencia. Esta a su vez se subdivide en:
    a. No se debe decir algo que pueda ser falso.
    b. No se debe decir algo sobre lo que no se tenga evidencia.

3. Máxima de relación: el usuario debe asegurar que el enunciado sea relevante.
4. Máxima de modo o manera: el usuario debe ser claro. Esta se subdive en:
    a. Se debe evitar expresiones oscuras o confusas.
    b. Se debe evitar la ambigüedad.
    c. Se debe ser breve.
    d. Se debe ser ordenado.

Es importante aclarar que las tres primeras máximas se aplican al contenido de lo que se dice y la última a la manera cómo se dice. La función de estas máximas tiene como fin que el hablante transmita el acto de habla con la mayor claridad posible. No obstante, Grice señala que estas normas ideales en ocasiones no se cumplen, ya que el hablante puede mentir o no ser tan claro en sus interlocuciones.

2.2.2 Lakoff

Robin Lakoff también ha sido una de las pioneras en la teoría de la cortesía. Esta autora considera la cortesía como una estrategia que pueden usar los interlocutores para minimizar las tensiones que se producen en una conversación. Lakoff (1973) se basa en el principio de cooperación de Grice, pero sostiene que las máximas deben ser reformuladas, ya que un enunciado puede ser clasificado pragmáticamente como bien formado o no *well-formed or not* (Lakoff, 1973, p. 296). En otras palabras, Lakoff propone que los interlocutores pueden evaluar si un enunciado es cortés o no y establece dos reglas de competencia pragmática:

- Sea claro (*be clear*)
- Sea cortés (*be polite*)

Lakoff sostiene que la primera regla involucra los principios de Grice. En cuanto a la segunda regla, desarrolla unas condiciones esenciales a nivel de cortesía:

- No se imponga (*don't impose*): no imponga la voluntad propia al interlocutor y no se entrometa en los asuntos personales del interlocutor.
- Dé opciones (*give options*): el hablante le debe brindar opciones a sus interlocutores para que tomen decisiones.

- Haga que el oyente se sienta bien, sea amable (*make an addressee feel good, be friendly*): haga sentir bien al interlocutor.

La primera condición tiene que ver con la distancia y formalidad y la segunda con la deferencia. Con relación a la tercera, esta involucra la camaradería y el uso del acto de habla de los cumplidos sería un claro ejemplo de esta condición.

2.2.3 Leech

Leech (1983) ve la cortesía como un regulador de distancia social que de alguna manera depende de la posición social relativa de los participantes. Leech, basado en el principio de cooperación de Grice (1975), propone un principio de cortesía, ya que existen un conjunto de máximas que guían y limitan la comunicación humana. Leech sostiene que la cortesía es asimétrica debido a que lo que es cortés para el hablante puede no serlo para el oyente, o viceversa (Leech, 1983, p. 107). El autor propone seis máximas interaccionales:

- Máxima de tacto: minimiza el costo del oyente, maximiza el beneficio del oyente.
- Máxima de generosidad: minimiza el beneficio propio, maximiza el beneficio del oyente.
- Máxima de aprobación: minimiza el desprecio del oyente, maximiza el aprecio hacia el oyente.
- Máxima de modestia: minimiza el aprecio hacia sí mismo, maximiza el desprecio hacia sí mismo.
- Máxima de simpatía: minimiza la antipatía que exista entre usted y los demás, maximiza la simpatía.
- Máxima de unanimidad: minimiza el desacuerdo entre usted y los demás, maximiza el acuerdo entre usted y los demás.

2.2.4 Otras propuestas: Fraser, Watts y Haverkate

Otros autores han analizado el fenómeno de la cortesía desde diferentes perspectivas. Fraser (1980), por ejemplo, ve a la cortesía bajo la perspectiva del contrato conversacional

basado en la noción de deferencia. El autor sostiene que los interlocutores tienen unos derechos y obligaciones que se modifican en el transcurso o por el cambio de contexto en una conversación. Al respecto, la cortesía depedende de algunos factores tales como la situación específica del habla, la intención de los interlocutores, o los cambios de relación que imponen los hablantes. Los interlocutores, entonces, hacen un juego de negociación de derechos y obligaciones en el transcurso de la conversación. Con relación a la deferencia, esta involucra las diferencias de estatus institucionalizadas (poder, rol de los participantes) entre los interlocutores. Si no se respeta este contracto converacional, los interlocutores pueden ser catalogados como descorteses.

Otra perspectiva de la cortesía tiene que ver con su análisis social. Watts, Ide y Ehlich (1992) hacen la distinción entre cortesía de primer orden y cortesía de segundo orden. La primera se refiere a la noción de cortesía que los miembros de un grupo sociocultural perciben como normas y la segunda involucra el uso del lenguaje a nivel interaccional. Esta visión de la cortesía se puede mirar desde el punto de vista individual cultural (cortesía de primer orden) y desde la óptica general o universal (cortesía de segundo orden). Una tercera perspectiva la brinda Haverkate (1994), ya que él mira la cortesía en términos de racionalidad y de coste-beneficio. Haverkate (1994) argumenta que la racionalidad es la materia prima de la cortesía general y de la cortesía lingüística, y se presenta a través de dos ejes importantes: la justificación del habla y la valoración coste-beneficio. En la primera, el interlocutor realiza justificaciones en sus enunciados y en la segunda el interlocutor calcula la estrategia de cortesía para lograr su objetivo propuesto. El autor concluye que un interlocutor racional busca un punto de equilibrio entre el costo verbal y el beneficio en la interacción.

2.2.5 El modelo de Brown y Levinson

El modelo de Brown y Levinson ha sido una propuesta pionera y representativa en el uso del lenguaje y las relaciones sociales. Este modelo universal de cortesía se basa en la racionalidad de los comportamientos, las acciones humanas y en el concepto de imagen tomado de Goffman (1967). En este modelo, en el que se tiene en cuenta más al oyente (sus intereses, deseos, necesidades…), se entiende la cortesía como una estrategias encaminada a reparar los actos que amenazan la imagen pública. Brown y Levinson (1987, p. 61) argumentan que la imagen pública está formada por un conjunto de deseos

compartidos por los interlocutores. Según estos autores, hay dos tipos de imagen que se complementan entre sí: la positiva y la negativa. La primera se refiere al deseo de ser apreciado y aceptado por otros, y que estos compartan sus deseos. La segunda tiene que ver con el deseo de libertad de acción, de verse libre de imposiciones, de controlar su propio territorio. En el desarrollo de una interacción verbal la relación entre los participantes puede generar conflictos: el hablante puede traspasar el territorio de su interlocutor y amenazar la imagen negativa de este. Por ejemplo, el pedir el favor de que un vecino o amigo cuide de un hijo puede suponer una amenaza tanto para el hablante como para el oyente. Para el hablante, la petición implica una amenaza, debido a que el oyente lo podría considerar como un egoísta (antepone sus propias necesidades a los demás); también, en caso de ser aceptada su petición, el hablante quedará en deuda con su interlocutor y debe "estar disponible" para cualquier favor que le pida su amigo o vecino. Con relación al oyente, la petición puede alterar su comportamiento para beneficiar a su interlocutor, y ello puede significar una intromisión en su territorio, que coarte su libertad de comportamiento.

Brown y Levinson (1987, p. 65) presentan un conjunto de actos que amenazan la imagen del oyente o del hablante mismo:

1. Actos que amenazan la imagen negativa del oyente: incluyen peticiones, órdenes, consejos, ofrecimientos, promesas, cumplidos, expresiones de admiración, entre otros.
2. Actos que amenazan la imagen positiva del oyente: incluyen críticas, quejas, acusaciones, insultos, mención de temas tabú, temas inadecuados para el contexto, entre otros.
3. Actos que amenazan la imagen negativa del hablante: incluyen agradecimientos, excusas, promesas, aceptación de ofrecimientos, disculpas, entre otros.
4. Actos que amenazan la imagen positiva del hablante: incluyen disculpas, aceptación de cumplidos, confesiones, descontrol emocional, entre otros.

Debido a que la imagen pública es vulnerable, los interlocutores tienden no solo a defenderse al ver que su imagen se encuentra en riesgo, sino también a evitar dañar la imagen de los demás. En este sentido, Brown y Levinson (1987) ven la cortesía como una manera de mitigar las posibles amenazas entre los interlocutores.

Brown y Levinson (1987, p. 69) presentan una tipología de cinco posibles estrategias para realizar los actos que amenazan la imagen:

1. Estrategia directa sin acción reparadora (*bald on record*): esta estrategia implica hacer un acto amenazante directo, sin que exista compensación alguna. Como ilustración de esta estrategia se podría dar en situaciones donde el hablante tiene más poder que el oyente y no teme las represalias de su interlocutor. Las bromas, también, pueden ser claros ejemplos de esta estrategia.

2. Estrategia encubierta (*off record*): esta estrategia tiene como fin que el hablante se libre de cualquier tipo de responsabilidad al emitir un acto de habla. El hablante utiliza un lenguaje implícito o indirecto. Ser irónico o ambiguo podrían ser ejemplos de esta estrategia.

3. Estrategia de cortesía negativa (*negative politeness*): esta estrategia tiene como objetivo garantizar que el hablante identifique y respete la imagen negativa del oyente y que no va a coartar su libertad de acción. Minimizar una orden puede ser un ejemplo de cortesía negativa.

4. Estrategia de cortesía positiva (*positive politeness*): esta estrategia tiene como fin satisfacer la imagen positiva del oyente. El cumplido y los agradecimientos podrían ser ejemplos de esta estrategia.

5. Estrategia de evitar producir un acto de habla potencialmente amenazante: esta estrategia tiene como objetivo no ponerse en escena mediante la emisión de un acto de habla. El silencio es un claro ejemplo de esta estrategia.

Brown y Levinson (1987) sostienen que hay culturas que tienden hacia una cortesía positiva y otras hacia una cortesía negativa. De hecho, Haverkate (2004) compara la cultura holandesa con la cultura española. El autor encontró que la primera pertenece a la cortesía negativa debido a que los holandeses tienden a tener una mayor distancia en sus interacciones con sus interactuantes. En contraste, los españoles acortan la distancia y tienden a ser más solidarios entre ellos. No obstante, existen investigadores que critican este modelo universal de cortesía negativa y cortesía positiva, debido a que no se aplica como algo universal.

2.2.6 Críticas al modelo de la cortesía universal

Aunque el modelo de la cortesía universal ha servido de punto de partida para efectos de investigación, hay investigadores que lo cuestionan y sostienen que la interacción puede variar de una sociedad a otra debido a que los miembros de una sociedad determinada aprenden, comparten, y desarrollan la cultura que viven (Matsumoto, 1988; Blum-Kulka, House y Kasper, 1989; Jucker, 2009). De hecho, Jucker (2009) sostiene que la realización de un cumplido puede ser apropiada en una cultura, pero puede ser inapropiada en otra. Del mismo modo, es difícil establecer cuándo se produce una violación de las máximas, ya que se dificulta establecer cuándo un elemento lingüístico es relevante o no relevante (máxima de relación), o cuándo es preciso o impreciso (máxima de modo, máxima de cantidad).

Debido a las críticas, Leech (2007) hace una revisión de su propuesta de máximas de 1983. El autor expone que los lectores han malinterpretado el concepto absolutista de máxima y en su último artículo prefiere nombrar constreñimiento pragmático (*pragmatic constraint*) en vez de máximas. Leech (2007, p. 174) propone que hay dos maneras para acercase a la cortesía: 1. Semánticamente (de una manera absoluta) y 2. Pragmáticamente (de una manera relativista). La primera tiene que ver con un listado de enunciados que enmarcan eventos (des)corteses que incluyen formas lingüísticas e interpretación semántica de los enunciados fuera de contexto. Por ejemplo, la petición '¿crees que me puedes ayudar?' es mas cortés que la expresión 'ayudame'. La segunda involucra las normas existentes de cada grupo social, incluyendo el contexto situacional. Si se brindara el ejemplo '¿crees que puedo interrumpir?' podría tomarse como muy cortés si esta expresión apareciera en una situación familiar que monopolizara la conversación y podría interpretarse como sarcástica.

Haciendo algunas modificaciones, Leech propone un marco pragmático para el fenómeno de la cortesía lingüística en la comunicación que pueda servir en todas las lenguas. El autor plantea que no existen diferencias absolutas entre las culturas de habla japonesa o china con las culturas de habla inglesa, debido a que las culturas se pueden ubicar en algún lugar de una escala. En un extremo de la escala se podrían ubicar las culturas con tendencia al concepto de colectivismo o cultura grupal (habla japonesa o

china), en el otro extremo se ubican las culturas con concepto individualista o cultura igualitaria (habla inglesa).

Leech (2007, p. 167) propone una estrategia de cortesía que la nombra como Gran Estrategia de Cortesía (*Grand Strategy of Politeness, GSP*), que la entiende de la siguiente manera: Para ser cortés, un hablante comunica significados que toman

a. un gran valor a lo que se relaciona hacia la otra persona (usualmente el receptor) y

b. un menor valor a lo que se relaciona con el hablante (traducción propia).

> "in order to be polite, a speaker communicates meanings which place (a) high value on what relates to the other person (typically the addressee), and (b) a low value on what relates to the speaker".

El autor hace una oposición de cada constreñimiento (máxima) y la ubica entre alto valor y escaso valor. Por ejemplo, en la pareja que se relaciona aprobación/modestia, el constreñimiento se dirige a otorgar alto valor a las cualidades del otro y a otorgar un bajo valor a las cualidades propias, como en el acto de habla de los cumplidos y la autocrítica. El siguiente cuadro ilustra los constreñimientos pragmáticos de la Gran Estrategia de Cortesía (Leech, 2007: 182) (traducción propia):

Tabla 1. Constreñimientos pragmáticos de la GSP

Constreñimiento	**Parte de la pareja relacionada con el constreñimiento**	**Nombre o etiqueta para este constreñimiento**	**Clases de acto de habla**
(A) Establecer un alto valor a los deseos del interlocutor.	Generosidad/tacto	Generosidad	Comisivos
(B) Establecer un bajo valor a los deseos del hablante		Tacto	Directivos
(C) Establecer un alto valor a las cualidades del interlocutor	Aprobación/modestia	Aprobación	Cumplidos
(D) Establecer un bajo valor a las cualidades del hablante		Modestia	Autocrítica
(E) Establecer un alto valor a las		Obligación del hablante hacia el	Disculpas, agradecimientos

obligaciones del hablante hacia el oyente	Obligación	oyente	
(F) Establecer un bajo valor a las obligaciones del oyente hacia el hablante		Obligación del oyente hacia el hablante	Respuestas a los agradecimientos y disculpas
(G) Establecer un alto valor a las opiniones del oyente	Opinión	Acuerdo	Estar de acuerdo o en desacuerdo
(H) Establecer un bajo valor a las opiniones del hablante		Opinión, reticencia	Dar opiniones
(I) Fijar un alto valor a las opiniones del oyente	Sentimiento	Compasión	Expresar sentimientos
(J) Establecer un bajo valor a las opiniones del hablante		Reticencia a los sentimientos	Reprimir los sentimientos

Con relación al acto de habla de los cumplidos, Leech sostiene que a la gente le gusta dar y recibir cumplidos si la situación lo permite. Existen ciertos contextos en los que el cumplido es necesario: halagar la cena de un anfitrión o la introducción de una conferencia de un experto invitado. En contraste, las críticas no se mencionan si se toman los dos ejemplos previamente mencionados. El autor agrega que el hablante mismo se puede conceder un bajo valor y da la sensación de ser cortés. Leech (2007, p. 184) presenta un ejemplo tomado de Levinson (1983) y este último a su vez lo toma de Pomerantz (1975):

A:..Yo soy bobo, yo ni lo sabía. ¡hhh! Heh
B: Y-no, tú no eres bobo
A: …I'm so dumb, I don't even know it. hhh! Heh
B: Y-no, y-you're not du:mb

El autor sostiene que este ejemplo de modestia del hablante motiva al oyente a negar lo que dice. Este fenómeno lingüístico se llama "en búsqueda de cumplidos –*fishing for compliments"*.

2.2.7 Concepto de imagen

Consideramos que uno de los conceptos importantes dentro de la teoría de la cortesía es el de imagen. Goffman (1967, p. 5) sostiene que el término imagen se relaciona con el valor social positivo que una persona reclama para sí misma a través de sus interlocutores en una comunicación determinada. La idea de que la persona reclame imagen para sí misma se fundamenta en términos o acciones que la sociedad ha aprobado y que se puedan compartir con otros. Debido a que la interacción tiene un carácter promisorio, la participación de un individuo puede ser evaluada por los interactuantes y esto conlleva a dos elementos complementarios: caracterización categórica (se ubica en una categoría social predefinida) y caracterización individual (elementos propios de cada individuo). En otras palabras, la imagen incluye una serie de deseos que se satisfacen a través de las acciones de otros. El concepto de imagen busca el lado favorable de los interactuantes, ya sea individual o colectivo, y se orienta hacia la instancia no solo de la recepción, sino también hacia la manifestación de lo personal o lo social como una presentación que es negociada por el interlocutor. De hecho, Goffman (1959, p. 9, 26) presenta al hablante como un personaje que se va formando en la escena de la interacción con los otros interlocutores. Por ejemplo, una persona realiza una buena exhibición de su profesión o religión, haciendo una buena exhibición de sí misma. No obstante, la imagen puede ser vulnerable y es por eso que se necesita una cooperación entre los interactuantes. Cada interlocutor, por consiguiente, coopera para conservar esta imagen y para conservarla deben contribuir recíprocamente para que no se destruya. Si hay una violación de dicha cooperación se sanciona con un conflicto (un tipo de interacción marcada) que tiene una valoración negativa por sí misma y que va en contravía de las normas socialmente aceptadas. Por esto, la cortesía juega un papel importante para evitar la violación de esta imagen.

2.2.7.1 Imagen positiva e imagen negativa

Goffman (1959, p. 268) argumenta que existen dos tipos de espacios para la presentación del personaje en los contextos comunicativos: anterior y posterior (*front and back stage*). El anterior se refiere al público y el posterior al espacio privado. Hay, entonces, un espacio reservado para el público y otro espacio a nivel personal o privado, que no son intercambiables, ya que la imagen está definida cuando se trata del espacio privado y actúa

tal cual como es. Sin embargo, la actuación en público varía dependiendo del escenario. Al respecto y como se mencionó previamente, la imagen pública se forma por unos deseos que los interlocutores comparten y tanto la imagen negativa como la imagen positiva se complementan entre sí (Brown y Levinson, 1987).

Consideramos importante incluir una crítica sobre el complemento de la imagen positiva y la imagen negativa de Brown y Levinson. De hecho, Haverkate (1994), Kerbrat-Orecchioni (1996), Bustos (2007), Albelda y Briz (2010) sostienen que hay actos de habla que no amenazan la imagen pública y crean un ambiente de solidaridad entre los participantes. Kerbrat-Orecchioni (1996) habla de actos de refuerzo de la imagen (*Face Flattering Acts, FFAs)* que estimulan y revitalizan la interacción entre los participantes. Por lo tanto, la autora propone el término de cortesía valorizadora cuyo fin es crear un efecto positivo al interlocutor sin que exista amenaza alguna. El acto de habla de los cumplidos es un ejemplo claro de cortesía valorizadora, debido a que mejora la relación interpersonal de los interactuantes. De hecho, cuando una persona le hace un cumplido a su interlocutor, este último normalmente responde ante el cumplido, conllevando una intención comunicativa compartida. No obstante, pueden existir casos en donde la producción de un cumplido sea inapropiado (un vigilante a una ejecutiva), debido a la relación de los interlocutores.

2.2.8 Cortesía positiva o de solidaridad y cortesía negativa o de distanciamiento

Con base en el concepto de imagen positiva se puede definir la cortesía positiva. La cortesía positiva se caracteriza por expresar simpatía y aprecio por el interlocutor y se puede enfatizar al hacer hincapié en los gustos e intereses tanto del hablante como del oyente (Brown y Levinson, 1987, p. 101). De esta manera el hablante le expresa al oyente que es digno de admiración (se puede hacer a través de un cumplido, un agradecimiento o una felicitación). Brown y Levinson (1987, p. 102) hacen una clasificación de estrategias de cortesía positiva basada en tres mecanismos o estrategias:

- Deseo de buscar una base común al hablante y al oyente, la cual a su vez incluye: se debe dar a entender que el interlocutor es admirable; tener en cuenta la pertenencia al mismo grupo del interlocutor y tener conocimiento común con el interlocutor.

- El entendimiento que tanto el hablante como el oyente cooperan mutuamente, esta incluye: mostrar y tener en cuenta que el hablante conoce los deseos del oyente; ambos interlocutores desean algo y manifestar afirmación de reciprocidad.
- Deseo de satisfacer los deseos del interlocutor: esta involucra una serie de acciones donde el interlocutor muestra una actitud generosa que puede incluir consideración o simpatía.

Estas estrategias y subestrategias indican el grado de solidaridad o familiaridad que se presenta entre los interlocutores y estos utilizan diferentes elementos lingüísticos (los cumplidos y sus elementos lexicales, por ejemplo) que indican que los individuos pertenecen a una cultura determinada.

Con relación a la cortesía negativa, se propone reducir la amenaza potencial que puedan presentar ciertos actos. De hecho, Brown y Levinson (1987, p. 24) sostienen que algunos actos pueden amenazar directamente la imagen y deben ser matizados utilizando una estrategia o ser indirecto. Se podría mirar la petición como ejemplo: para hacer una petición el hablante puede utilizar la atenuación como estrategia de cortesía negativa y reduce la voz de mandato que podría presentarse. La cortesía negativa, entonces, tiene como fin reducir la posible amenaza a la imagen negativa del interlocutor y se hace de una manera menos transgresora.

2.2.9 Imagen de autonomía e imagen de afiliación

Algunos autores consideran que la división de imagen positiva o imagen negativa no son válidas en todas las culturas. Al respecto, 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). Bravo (2003) 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. Con relación a la afiliación, esta tiene que ver con los comportamientos que reflejan cómo un individuo quiere verse y que otras personas lo vean en un grupo específico. La autora propone que los conceptos de autonomía y afiliación 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 socio-culturales de cada comunidad (Bravo, 1999). Con base en lo anterior, por ejemplo, Bernal (2007, p. 45) compara la imagen de autonomía y la imagen de afiliación entre las culturas latinas, anglosajona y alemana. Con relación a la imagen de autonomía, los latinos reafirman la valía del individuo donde prevalece la autoestima, competencia y la autoafirmación, mientras que las culturas anglosajona y alemana la inviolabilidad del territorio personal toma gran importancia. En cuanto a la imagen de afiliación, los latinos enmarcan al interlocutor de una manera más afectiva donde prevalece la confianza, solidaridad, reciprocidad, entre otras. Las culturas anglosajonas y alemanas, en cambio, la imagen de afiliación tiene que ver con la aceptación o aprobación.

Con relación a la imagen individual y la imagen de grupo, Bravo (2003) sostiene que el individuo hace parte de un grupo concreto y proyecta no solo una imagen de grupo sino también una imagen individual. Esto quiere decir que el individuo se presenta en situaciones donde se incluye a la familia, la organización donde trabaja, hombres, mujeres, antioqueños, entre otros. Por ejemplo, si a un miembro de la familia se le hace comentarios peyorativos, la imagen de autonomía de grupo familiar se verá afectada, ya que puede dar como resultado en comportamientos orientados a la afiliación interna hacia el propio grupo. La imagen individual se ve igualmente afectada, debido a que esa persona hace parte de ese grupo familiar.

Finalmente, van Dijk (1997, p. 22) sostiene que en la producción del discurso en contextos sociales, los usuarios del lenguaje *construyen y exhiben* las identidades a que pertenecen. Bravo (1999) recomienda tener en cuenta las premisas culturales para analizar los contenidos de imagen. Con relación a las interacciones verbales en los medellinenses, Calderón (2009) encontró que esta se caracteriza por la amabilidad, el respeto y la solidaridad en cuanto a la imagen social de los individuos. Los medellinenses también utilizan un conjunto de estrategias de cortesía que tienen como fin realzar la imagen positiva del interlocutor. La investigadora concluye que "el modelo de cortesía que caracteriza el comportamiento cortés de la comunidad medellinense es predominantemente positivo" (p. 213).

Pasemos ahora a la revisión general de algunos antecedentes relevantes sobre los cumplidos.

2.3. Estudios previos de los cumplidos

Uno de los estudios pioneros sobre los cumplidos[1] se llevó a cabo en los Estados Unidos (Manes y Wolfson, 1981). Utilizando el esquema etnográfico de la investigación, Manes y Wolfson analizaron la forma y función de 686 muestras de cumplidos. Con relación a la forma, Manes y Wolfson (1981) encontraron que los cumplidos estaudinenses tienen unos patrones sintácticos limitados o formulísticos que se podrían agrupar en tres fórmulas:

- Sujeto + verbo + frase sustantivizada (*I like your shoes*) (Me gustan tus zapatos).
- Demostrativo + verbo (ser) + adjetivo + frase sustantivizada (*that is a nice jacket*) (esa es una hermosa chaqueta).
- Frase sustantivizada + verbo (ser) + adjetivo (*your eyes are beautiful*) (tus ojos son hermosos).

Es importante anotar que en ocasiones los intensificadores aparecen en los patrones sintácticos y que algunos adjetivos (*beautiful, nice, pretty, great*) y verbos (*like, love*) con carga positiva aparecen con frecuencia. Los temas principales en los cumplidos tratan acerca de la apariencia física (especialmente la ropa y el cabello), las posesiones y las habilidades (Manes, 1983). Con relación a la función, Manes y Wolfson (1981) encontraron que los cumplidos sirven para crear o reforzar solidaridad entre el hablante y el oyente. Además, los cumplidos sirven para propiciar un grado de armonía entre los desconocidos en eventos sociales y pueden ser utilizados para motivar al interlocutor a que realice una actividad específica. Finalmente, Manes y Wolfson analizaron el lugar de aparición de los cumplidos en una interacción y concluyeron que los cumplidos pueden ser utilizados como saludos y agradecimientos.

En Nueva Zelanda, Holmes (1988) también encontró que los cumplidos tienen un patrón sintáctico similar a los estaudinenses. No obstante, este estudio arrojó que los interactuantes utilizan un patrón que incluye la forma *ing* y que no es común en los Estados Unidos:

- Frase sustantivizada + verbo auxiliar (ser/estar) + verbo + adjetivo (*you're looking really nice*) (estás luciendo muy bien).

[1]La mayoría de los estudios sobre los cumplidos han sido desarrollados básicamente en América, Europa, Asia y en países de habla inglesa (Coulmas, 1980; Manes y Wolfson, 1980; Norrick, 1980; Manes, 1983; Wolfson, 1983; Herbert, 1986, 1989; Holmes, 1986, 1988; Holmes y Brown, 1987; Lorenzo-Dus, 2001; Golato 2002; Mustapha, 2004; Farghal y Haggan 2006; Tang y Zhang, 2009).

Holmes (1988) además, tuvo en cuenta el tema de los cumplidos en las relaciones de poder y de relación entre los participantes. La investigadora encontró que los cumplidos de habilidad de trabajo aparecen con mayor frecuencia que los cumplidos de apariencia física cuando hay diferencia de poder entre los interlocutores. Finalmente, Holmes (1988) tuvo en cuenta la función de imagen que exponen Brown y Levinson (1987) y encontró que los cumplidos sirven para mitigar el efecto de la amenaza de la imagen y en ocasiones los cumplidos pueden invadir la imagen de los interlocutores.

En una investigación en donde los estudiantes tenían que revisar los trabajos de sus compañeros y debían brindar sugerencias para mejorarlos, Johnson (1992) analiza la organización sintáctica de 256 cumplidos registrados en los textos escritos. La forma sintáctica sobresaliente es:

- Frase sustantivizada + verbo (ser/parecer) + adjetivo (*the organization is extremely good*) (La organización es muy buena).

Esta investigación también corrobora el carácter formulaico de los cumplidos que Manes y Wolfson (1981) previamente habían encontrado. Por otro lado, Johnson (1992) sostiene que la función de los cumplidos no solo tiene que ver con significados ideacionales debido a que involucran juicios y percepciones cognitivas, sino también interpersonales, ya que cumplen expectativas sociales tales como la crítica.

En Grecia, Sifianou (2001) demuestra que los elementos formuliacos varían de una cultura a otra. La autora sostiene que los interactuantes pueden utilizar varias formas creativas que tienen como objetivo expresar admiración o hacer una evaluación positiva en griego. Sifianou (2001, p. 410) hace la distinción entre dos tipos de cumplidos: el cumplido rutinario (*routine compliment*) y el cumplido no rutinario (*non-routine compliment*). El primero se caracteriza por su aparición automática y en situaciones donde los interlocutores esperan un cumplido. El cumplido no rutinario se caracteriza por su forma libre, espontánea y creativa y puede ocurrir en situaciones inesperadas.

En Polonia, Jaworski (1995) investiga los cumplidos como par adyacente y hace la observación que en el contexto polaco es de vital importancia entender los cumplidos desde el punto de vista de solidaridad. Jaworski (1995, p. 72) divide el trabajo de solidaridad en dos: solidaridad relacional (*relational solidarity*) y la solidaridad instrumental (*procedural solidarity*). En la primera, el cumplido se utiliza para mantener la solidaridad entre los interlocutores, la segunda se puede entender como un instrumento que tiene un fin estratégico. Jaworski (1995) sostiene que los polacos tienen la habilidad de

reconocer la señal de solidaridad relacional que tienen los cumplidos pero no la valoran significativamente.

En Alemania, Golato (2005) analiza las conversaciones espontáneas en contextos de familiaridad y cercanía de los participantes. La autora analiza las interacciones desde una óptica de organización secuencial conversacional y encuentra que los cumplidos y sus respuestas se producen y se negocian entre los interactuantes. De hecho, Golato (2005) encuentra que las funciones de los cumplidos no se determinan por sus elementos formulaicos, sino en la posición o ubicación de la producción de los cumplidos dentro de las secuencias correspondientes. Vale la pena anotar que este punto se desarrollará más adelante.

Con relación a las respuestas a los cumplidos, algunos estudios han arrojado información sobre el uso de las estrategias en una cultura determinada. En Canadá, por ejemplo, Mulo (2014) aplicó un cuestionario de hábitos sociales y encontró que los hablantes explican o brindan información (formas complejas) en las respuestas como un acto social que debe ser ejecutado de una manera compleja (agradecer y luego explicar o hacer un comentario). En Singapur, Cher Leng Lee (2009) encontró que los interlocutores utilizan la estrategia de *desviar* y dan explicación en sus respuestas. Las respuestas a los cumplidos también pueden ser utilizadas como broma o chiste, por ejemplo, cuando una persona hace un cumplido a otra por el vestido que lleva puesto, esta última puede responder "*mira quien lo lleva puesto*" riéndose.

Con relación a los estudios más recientes sobre los cumplidos, vemos que no solo se tienen en cuenta los temas, la relación de los participantes, el género sino también los contextos amplios de la interacción, conllevando a un enfoque de análisis post-moderno (Terkourafi, 2005). En este enfoque, el cumplido se analiza en un entorno de comunicación de varios turnos en donde los interactuantes hacen un trabajo de relación "relational work" para mantener y conservar la imagen mutua. Entre algunos de los aportes valiosos de este enfoque, se encuentra el forzamiento de los cumplidos (Adachi, 2010), cuando un tercer participante refuerza un cumplido en una interacción (Golato, 2005), o cuando el cumplido se usa para obtener un fin o como una macro-estrategia (Bustos, 2007; Barros, 2011).

2.3.1 Estudios de los cumplidos en español

Hasta donde conocemos, los estudios de los actos de habla de los cumplidos son pocos en el idioma español. Estudios en Costa Rica (Murillo, 2003), en Lima y Cuzco, Perú (De los Heros, 2001), solo dan cuenta de un análisis sistemático, donde el primero arroja como resultado que las personas usan los cumplidos con formas exclamativas y preguntas retóricas, y los segundos enfatizan el género y el poder relativo. Placencia y Yepes (1999) en Ecuador, y Maíz Arévalo (2010) en España, encontraron también que los cumplidos tienen un alto grado de convencionalidad en su formulación. Además, estas investigadoras reportan que el español igualmente hace uso de algunos adjetivos con carga positiva (Ecuador: lindo, bonito), (España: mono, bonito). En Perú, García (2012, p. 237) en su investigación de juego de roles analizó las funciones pragmáticas de los cumplidos y encontró una tendencia hacia la camaradería (relaciones dentro del grupo – *ingroup relationship*) y la empatía. En México, Reyes (2015) también encontró que los cumplidos se presentan en relaciones donde el poder relativo es simétrico y la distancia social es cercana. En España, Bustos (2007) agrega que los hablantes españoles no utilizan con mayor frecuencia los cumplidos por temor a que se confundan con el piropo. En Colombia, Campo y Zuluaga (2000) encontraron que el objeto principal de los cumplidos se focaliza en la habilidad y en apariencia y los usuarios hacen uso de los piropos como una forma de hacer un cumplido. No obstante, creemos que el piropo y el cumplido se encuentran en límites diferentes y esto se describirá más adelante. Finalmente, Haverkate (1994, p. 157) sostiene que existen dos patrones básicos en la organización sintáctica de los cumplidos en el idioma español:

- Me gusta x
- X tiene buen aspecto

Con relación a estudios sobre las respuestas a los cumplidos, la mexicana Reyes (2014) encontró que la estrategia de *aceptación* es la más usada por los interlocutores en un análisis de películas mexicanas. La autora, además, encontró que *no responder* es la segunda categoría que aparece con mayor frecuencia en las respuestas a los cumplidos. En la misma dirección y en conversaciones coloquiales, la española Barros (2010) encontró que *no responder* es una categoría que aparece con frecuencia en las respuestas. Barros expone que los cumplidos no siempre forman pares adyacentes, pero la *no respuesta* no

significa dañar la imagen del interlocutor y es por esto que el cumplido es un acto valorizante tanto para el hablante como para el oyente (Barros, 2010; Reyes, 2014).

Con relación a las redes sociales, Maíz-Arévalo (2013) encontró que los hablantes del español tienden a tener un tono de privacidad al responder a los cumplidos en *Facebook* y esto tiene como resultado que los interlocutores simplifiquen sus respuestas.

2.3.2 Estudios sociopragmáticos de los cumplidos

Estudios comparativos de género[2] han arrojado que las mujeres tienden a utilizar un foco personal debido a que utilizan el pronombre personal de primera persona (Yo) al producir un cumplido (Holmes, 1988; Herbert, 1990). Holmes (1988) encontró que las mujeres utilizan más que los hombres el patrón sintáctico (what (a) (ADJ) NP!) (¡qué charla tan interesante!), quienes tienden a utilizar la estructura ((INT) ADJ (NP) (¡buen juego!) en Nueva Zelanda. Wolfson (1983), Holmes (1988) y Herbert (1990) encontraron que las mujeres brindan y reciben más cumplidos que los hombres, mientras que los cumplidos entre los hombres tienden a ser escasos. Con relación al número de cumplidos que brindan y reciben las mujeres, Tannen (1994) expresa que esto se debe al foco de solidaridad y cooperación que existen entre ellas. Por otro lado, los cumplidos brindados a las mujeres se centran en la apariencia, mientras que el género masculino en habilidad o ejecución (Eckert y McConnell-Ginet, 2003). Finalmente, en un estudio en Polonia, Jaworski (1995) encontró que mientras las mujeres tienden a intercambiar cumplidos, los hombres los utilizan para negociar la relación de poder dentro del grupo.

Wolfson (1983) sostiene que las diferencias de género tienen que ver con el poder social, y debido a que las mujeres se encuentran en una posición de subordinación, es por eso que ellas reciben más cumplidos que los hombres. La persona que tiene mayor poder tiende a producir el cumplido. Al respecto Wolfson (1983, p. 91) menciona que "*the majority of compliments which occur in interaction between status unequals are given by the person in the higher position*[3]". No obstante, algunos autores han encontrado que los cumplidos se brindan entre interactuantes de relación cercana. En la cultura norteamericana, por ejemplo, Knapp, Hopper y Bell (1984) encontraron que una de las

[2]Tomamos el término *género* en vez de sexo, debido a que este involucra diferencias sicológicas, sociales y culturales entre hombres y mujeres (Giddens, 1989, p. 158, citado en Wodak y Benke, 1997).
[3]La mayoría de los cumplidos que se brindan en interacciones a nivel jerárquico, la persona de mayor estatus es el que los brinda (propia traducción).

características de los cumplidos es que estos implican una relación simétrica, ya que estos se hacen a la gente de la misma edad o status de la persona que los produce. De hecho, Barros (2012) sostiene que en España los amigos y familiares hacen un uso más frecuente de los cumplidos que los interlocutores que no tienen una relación cercana. De acuerdo a la anterior, ya Holmes (1986) había señalado que los cumplidos se realizan normalmente entre las personas del mismo nivel (estatus) en Nueva Zelanda.

Con relación a las diferencias de género en las respuestas, Holmes (1986) encontró que en Nueva Zelanda los hombres ignoran o evaden los cumplidos mucho más que las mujeres. En los Estados Unidos, Herbert (1990) encontró que las mujeres tienden a presentar pocas muestras de desacuerdo con el cumplido y los hombres tienen una alta frecuencia a cuestionar el reconocimiento del cumplido. Finalmente, y en un estudio más reciente, Yousefvand (2010) encontró que en Persia los hombres tienden a rechazar los cumplidos debido a que utilizan un conjunto de expresiones formulaicas o de desviación, mientras que las mujeres aceptan y se sorprenden con el cumplido.

2.3.3 Estudios de los cumplidos desde una perspectiva intercultural

Aunque nuestro estudio no tiene como alcance hacer una comparación intercultural de los cumplidos, vale la pena mencionar algunos trabajos al respecto. Cordella et al. (1995) concluyeron, en su estudio de los objetos de los cumplidos en español e inglés australiano, que las personas que tienen menos de treinta años tienden a recibir cumplidos de apariencia, mientras que las personas que tienen más de treinta años tienden a recibir cumplidos de habilidad. Hickey (1991) y Lorenzo-Duz (2001) compararon los cumplidos entre los españoles y británicos y concluyen que los cumplidos en la cultura española son una manera natural de interacción, mientras que los británicos los perciben con un tono de incredulidad. Haverkate (2003), además, encuentra que los españoles utilizan más los cumplidos que los holandeses. Choi (2008) toma de nuevo a la cultura española y la compara con la coreana y encuentra que los españoles utilizan formas directas para los cumplidos, mientras que los coreanos utilizan formas menos codificadas. Contrastando el español y el checo, Slowik (2009) encuentra que ambos idiomas utilizan formas sintácticas de oraciones exclamativas y declarativas en el uso de los cumplidos. No obstante, el checo tiende a utilizar el verbo flexionado, mientras que el español tiende a no flexionarlo. Por otro lado, Maíz-Arévalo (2012) compara los cumplidos implícitos en inglés y español y

encuentra que los hablantes españoles tienden a hacer cumplidos implícitos y explícitos con relación a la temática de apariencia. En contraste, los hablantes del inglés tienden hacia los logros. En un estudio de variación pragmática regional en Quito y Sevilla, Placencia y Fuentes (2013) encontraron que ambos participantes utilizan formulaciones directas de los cumplidos. En contraste, hay una variación situacional de subestrategias que difiere en ambas culturas. Por ejemplo, los participantes de Quito utilizan un mayor número de preguntas en el cumplido, mientras que los de Sevilla utilizan más apelativos y comprobativos para la interacción. Finalmente, Pettersson (2014) comparó los cumplidos de las culturas peruana y sueca y encontró que los peruanos tienden a realizar menos cumplidos que los suecos en contextos donde la distancia social es más alta.

Con relación a las respuestas de los cumplidos, Chen (1993) comparó el inglés americano con el chino y encontró que la estrategia de *aceptar* es la que sobresale en Estados Unidos, mientras que en China es la de *rechazar*. El autor concluye que los americanos se ubican en la máxima de aprobación y los chinos a la máxima de modestia (Leech, 1983). En un estudio contrastivo entre el alemán y el español, Siebold (2008) encontró que la estrategia que más utilizan los españoles es la de *aceptar* y los alemanes la de *desviar*. La autora argumenta que la práctica de reforzar la imagen social positiva del interlocutor a través de un cumplido se podría deber a que esta menos extendida en la cultura alemana que en la española. Finalmente, Lorenzo-Dus (2001) encontró que los estudiantes españoles tienden a marcar las respuestas de los cumplidos de una manera irónica en comparación con los británicos.

2.4 El cumplido y su definición

El acto de habla de los cumplidos se podría ubicar dentro de dos perspectivas, siguiendo la teoría de actos de habla de Austin (1962) y Searle (1976). En la primera y basado en la clasificación de léxica de los verbos performativos (Austin, 1962), se podría ubicar al acto de habla de los cumplidos dentro los verbos comportativos (actos de comportamiento), ya que tiene que ver con actitudes y la conducta social. Los verbos que se incluyen en este grupo son elogiar, felicitar, dar el pésame, pedir disculpas, entre otros. En la segunda perspectiva, se podría ubicar al acto de habla de los cumplidos dentro los actos expresivos (Searle, 1976), ya que el objeto ilocutivo tiene que ver con el estado psicológico del hablante que se basa en un estado de cosas que se especifica en el contenido proposicional.

Los verbos que se incluyen en los actos expresivos son dar la bienvenida, felicitar, agradecer, disculparse, condolerse y deplorar, entre otros. Es importante rescatar que Searle no incluye el acto del habla de los cumplidos dentro los actos expresivos, pero valdría la pena incluirlo allí, debido a que el hablante comunica un estado de cosas. Además, el objetivo de los actos expresivos consiste en producir efectos positivos al oyente y reforzar la imagen positiva de este.

En el mismo sentido, Haverkate (1994) ubica los cumplidos dentro de los actos expresivos de uso frecuente: el cumplido, el agradecimiento, el saludo y la disculpa. De hecho, el autor argumenta que el objeto ilocutivo del cumplido

"se deriva de un objeto social general que consiste en crear o mantener un ambiente de amabilidad. Específicamente, los hablantes que emiten un cumplido tienen por fin expresar solidaridad y aprecio, así como establecer un contexto interaccional que facilite la colaboración entre los interlocutores" (Haverkate, 1994, p. 88).

Con la ubicación previa de los cumplidos se podría argumentar que estos actos de habla son expresiones corteses verbales que normalmente son utilizados por los interlocutores dentro de un grupo sociocultural, los cuales se usan no solo para demostrar el comportamiento cortés sino también para asegurar que los participantes están conscientes de que se valora las opiniones y esto involucra una solidaridad conjunta. Holmes (1988, p. 446) define los cumplidos como 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 positivamente tanto por el hablante como por el oyente" [4] (traducción propia).

> "*A compliment is a speech act which explicitly or implicitly attributes credit to someone 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*".

Wolfson (1989) agrega que los cumplidos se dan entre iguales (amigos, compañeros, familiares, clase social) y su objetivo primordial es mantener los lazos de solidaridad y afectivos entre los interlocutores[5]. Herbert (1997) sostiene que los cumplidos tienen dos condiciones fundamentales: a) contienen una expresión de admiración por parte

[4]Creemos que esta definición pionera abarca perfectamente el objeto de nuestro estudio.
[5]Debido a que los cumplidos se presentan usualmente en relaciones de cercanía, este estudio hace un análisis sociopragmático de los cumplidos entre iguales.

del interlocutor, b) involucran una posesión, una cualidad personal o un logro. Finalmente, Jucker (2009) argumenta que los cumplidos están inmersos a nivel cultural y social y es por esto que en ocasiones unos cumplidos que son usados apropiadamente en una comunidad cultural específica pueden no serlo en comparación con otra.

Por otro lado, existen diferencias entre los términos cumplido, elogio y alabanza. Con relación al cumplido Reyes (2014) sostiene que este es un acto de habla donde el hablante le brinda una valoración positiva acompañante por algo relacionado a su interlocutor. El elogio, por su parte, el hablante brinda una valoración positiva únicamente a una cualidad o conjunto de acciones que realiza el oyente frente a terceras personas en situaciones formales. En contraste, el halago tiene un efecto perlocucionario que involucra no solo hacer un cumplido, sino también un elogio o un piropo debido a que el receptor puede sentirse halagado. No obstante, la autora aclara que otros actos podrían contener efectos perlocucionarios que halagan al interlocutor.

Hernández y Deltell Escolar (2014) también contribuyen con la delimitación entre los términos halagos y cumplidos. Los autores sostienen que ambos términos utilizan la alabanza de las cualidades y méritos de las personas pero hay diferencias pragmáticas entre estos dos términos. Por un lado, el cumplido desempeña diferentes funciones tales como acto valorativo de refuerzo de imagen, acto valorativo estratégico y acto valorativo ritual. Como acto valorativo de refuerzo, el cumplido tiene una estrategia valorativa que involucran las cualidades, habilidades, pertenencias del interlocutor, y tiene como fin establecer un ambiente de solidaridad y amabilidad. Como acto valorativo estratégico, el cumplido acompaña a otros actos de habla con el fin de mitigar. El cumplido se utiliza para atenuar las críticas, rechazar ofrecimientos, obtener lo deseado, entre otros. Finalmente y como acto valorativo ritual, el cumplido se utiliza como un comportamiento social aprendido y se puede utilizar mediante unas fórmulas sintácticas preestablecidas y en determinados momentos. Por otro lado, el halago implica una alabanza interesada y tiene un fin diferente al ser cortés. El halago, entonces, implica aquellos actos valorizadores que van previos a una petición, a un rechazo de un ofrecimiento o a suavizar una crítica. También, implica una seducción o como un elemento que funciona como ironía. Finalmente, Mustapha (2012) recomienda que cada cultura busque una delimitación y definición del acto de habla de los cumplidos, debido a que las investigaciones muestran que es complejo y tiene unas especificidades dependiendo la comunidad.

En la revisión de los términos previos que involucran cumplido, elogio y halago tomamos la posición que son sinónimos y que no hay una diferencia significativa entre

ellos. Creemos que hacer un cumplido, elogiar y halagar tienen un mismo efecto perlocucionario y la finalidad primordial es unir los lazos de solidaridad entre los participantes.

2.4.1 Categorización de los cumplidos

Los investigadores clasifican o agrupan los cumplidos de diferentes maneras pero todos los perciben como formas del discurso dialogal. Creemos que la siguiente agrupación abarca una clasificación general y precisa de los cumplidos planteados por los diferentes investigadores (Manes y Wolfson, 1981; Manes, 1983; Herbert, 1989; Cordella et al., 1995; Campo y Zuluaga, 2000; Yuan, 2001; Bustos, 2007; Jucker, 2009; Rees-Miller, 2011; Reyes, 2014)[6]:

Objeto del cumplido

Apariencia: el hablante brinda una valoración positiva de la apariencia física de su interlocutor*: ¡qué motilado*[7] *tan espectacular!* [8]

Posesión: el hablante brinda una valoración positiva de un elemento que posee su interlocutor: *¡qué bolso tan bonito!*

Habilidad: el hablante brinda una valoración positiva de destreza de su interlocutor: *¡sos un monstruo pa jugar fútbol!*

Personalidad: el hablante brinda una cualidad de personalidad de su interlocutor: ¡*eres muy maduro para tu edad*!

La forma de realización

Jucker (2009, p. 1612) sustenta que el cumplido se puede realizar de una manera explícita, implícita, o indirecta.

Explícita es cuando el hablante realiza un cumplido directamente: "*cómo te ves de bien así delgado"***.**

Implícita es cuando se infiere el cumplido aún si no se ha dicho explícitamente: *¡eh, quisiera tener una casa como la tuya!* [9]

[6]Parte de la teoría de este apartado se presentó en el artículo titulado "reflexiones sobre el uso del acto de habla de los cumplidos" (Lopera, 2013).
[7]*Motilado* hace referencia a corte de cabello.
[8]Algunos de los ejemplos son tomados del diario de campo del investigador.

Indirecta es cuando el hablante nombra a una tercera persona mencionando un cumplido a su interlocutor: "*Sun Ping dijo que las verduras conservadas que preparaste fueron las más deliciosas*[10].

2.4.2 Respuestas a los cumplidos y su clasificación

Diferentes autores argumentan que el cumplido es un acto de habla valorizante que refuerza la imagen tanto del hablante como del oyente (Kerbrat-Orecchioni, 1997, Bernal, 2005; Barros, 2011) y se puede analizar un juego de imagen en la interacción. Por un lado, el hablante al producir un cumplido expresa su amabilidad hacia su interlocutor y esto da lugar a que exista una valoración positiva de su propia imagen. El oyente, por su parte, se siente halagado y usualmente adquiere el compromiso de responder. Pomerantz (1978, p. 81-82) sostiene que el hablante posee un dilema al responder a un cumplido: no aceptarlo puede contradecir al interlocutor y, por otro lado, debe evitar el autoelogio[11]. De hecho, si se contradice al interlocutor se puede correr el riesgo de amenazar la imagen positiva de éste y al mismo tiempo la imagen positiva del hablante al negar el aprecio manifestado. Si se acepta el cumplido se puede correr el riesgo de que el hablante parezca engreído y autocomplaciente. Para evitar dicho conflicto el hablante utiliza diferentes estrategias de respuesta donde él tiene la opción de agradecer, devolver, reasignar la respuesta al cumplido. Siebold (2008) argumenta que preferir una u otra forma de respuesta ante el cumplido está condicionada por la orientación cultural hacia la cortesía positiva o cortesía negativa.

Clasificación de estrategias de respuestas a los cumplidos

Chen y Yang (2010) analizan las respuestas a los cumplidos aplicados a 160 estudiantes de pregrado de la universidad XISU (*Xi'an International Student University*). Para elicitar

[9]Barros (2012, p. 119) brinda la clasificación de cumplidos directos (explícitos) y cumplidos indirectos. Estos últimos abarcan tanto los implícitos como los indirectos que propone Jucker (2009). La investigadora Barros argumenta que los cumplidos indirectos pueden involucrar alabanzas a realidades relacionadas al interlocutor tales como su mascota, sus posesiones, familia, entre otros.

[10] Ejemplo tomado de Yuan (2001, p. 286). Se hizo la traducción del ejemplo; la oración original es "*Sun Ping said that the preserved vegetables you made were the most delicious*".

[11] Leech (1983) indica que el cumplimiento de la máxima de acuerdo puede conllevar al incumplimiento de la máxima de modestia.

las respuestas, los investigadores brindan un cuestionario de hábitos sociales en donde se contextualizan cuatro situaciones: apariencia física – verse bien; posesión – llevar puesta una prenda de vestir; habilidad mental – hacer una presentación en público; y posesión – llevar puesto un reloj Rolex. Vale la pena anotar que este estudio es una réplica de Chen (1993), quién contrastó las respuestas a los cumplidos entre el inglés americano y los hablantes de chino. En el primer estudio, Chen (1993) encontró 11 estrategias para responder ante los cumplidos. En uno de los estudios más recientes, Chen y Yang (2010, p. 1955) encontraron 5 estrategias más (para un total de 16 estrategias) para responder ante el cumplido y las agrupa en tres grandes categorías (traducción propia):

1. Aceptar: incluye seis estrategias
   a. Estar de acuerdo: el destinatario está de acuerdo con el hablante, ya que esta estrategia es una expresión de los valores compartidos. El destinatario tiene los mismos estándares de evaluación del cumplido: *seguro, a mí también me gustan; también me gustan.*
   b. Agradecer: se refieren a las oraciones que expresan gratitud por el cumplido. Las expresiones típicas son: "*gracias", muchas gracias", muchas gracias por el apoyo*".
   c. Expresar alegría: eleva la imagen del emisor del cumplido, debido a que la apreciación del objeto es importante al destinatario: "*estoy feliz por lo que dijiste. Me siento aún mejor a causa de eso*".
   d. devolver: se refiere a devolver un cumplido el cual se puede ver como el acto de "pagar" un favor: "*el tuyo también es bueno*".
   e. Incitar: parece indicar que el destinatario detecta alguna clase de envidia del hablante acerca del objeto del cumplido y de alguna manera incita al emisor a conseguir el mismo objetivo: "*tu presentación también será muy buena"; "algún día tendrás uno (un Rolex)"*.
   f. Aceptar-explicar: indica una información sobre el objeto del cumplido: "*ah, es el color que lo hace ver bien*".

Finalmente, los autores argumentan que estas seis estrategias usualmente se combinan entre ellas: (agradecer y devolver*: gracias, la tuya también se ve muy bien*; agradecer e incitar: *también se te vería bien a ti*. *Deberías comprarte una-o;* agradecer y explicar: "*muchas gracias por el cumplido. De hecho, no hice más que hacer lo que dijo el*

profesor"; estar de acuerdo, explicar e incitar: *sí, he ahorrado mucho para obtenerlo. Tú también lo puedes hacer")*.

2. Evadir/desviar: incluye también seis estrategias
    a. Ofrecer: el destinatario le ofrece a su interlocutor tanto el objeto del complemento como la ayuda para obtenerlo: "*te puedo ayudar con eso la próxima vez";"lo puedes obtener si tú quieres*".
    b. Humor: es lo mismo que bromear (Chen, 1993). El destinatario evita responder directamente ante el cumplido, ya que hace una broma. Se podría usar como un mecanismo de construcción de camaradería: *"¡no creés que siempre me veo bien" "te lo vendo 20% más barato"*.
    c. Buscar confirmación: se agrupa en esta categoría debido a que el destinatario puede estar entre la ambigüedad de aceptar o rechazar el cumplido: *"¿he cambiado mucho?"; "¿en verdad?"; "¿en serio?* Las respuestas anteriores pueden verse como una estrategia de aceptar o rechazar dependiendo de las claves no verbales que no se encuentran en el cuestionario de hábitos sociales.
    d. Dudar: existe una duda acerca del elogio del objeto del cumplido: "*¿en verdad?, ¿estás bromeando?"; "está bien, estaba preocupada-o que no me quedara bien*".
    e. Desviar: se evita responder ante el cumplido: "*¿deseas que te haga un favor*? (respuesta de cumplido de apariencia); "*lo podríamos discutir*" (respuesta cumplido de una presentación).
    f. Explicar/evadir/desviar: brinda información acerca del objeto del cumplido sin indicar si el destinatario acepta o rechaza el cumplido: "*he estado muy preocupado y nervioso acerca de la presentación"; "es un regalo de mi mamá"*.

Las estrategias de evadir/desviar también se pueden combinar entre ellas: (buscar confirmación y explicar/evadir/desviar: *¿En verdad? He estado tan ocupado en estos días para cuidar mi apariencia;* buscar información y devolver:[12] *¿en serio?, yo creo que tu collar es más bonito*).

[12]Los autores sostienen que aunque devolver pertenece a la categoría de aceptar se agrupa esta combinación en la categoría de evadir/desviar, ya que buscar confirmación muestra una duda clara acerca del elogio del objeto del cumplido.

3. Rechazar: incluye cuatro estrategias
    a. Estar en desacuerdo: incluye respuestas negativas: "*no, no"; "no puede ser verdad. Yo no me veo tan bien"*.
    b. Denigrar: baja el elogio del objeto del cumplido: "*no creo que sea tan bueno como el tuyo"; "creo que me sobreestimas, lo que hice no merece tus bellas palabras"*.
    c. Expresar vergüenza: incluye expresiones tales como: "*lo que dijiste me hizo dar pena"; hey, no me hagas dar pena*"
    g. R-explicar: ofrece explicación del objeto del cumplido para rechazarlo: *"me endeudé a causa de este estúpido reloj"; "es una imitación, solo estoy alardeando"*.

    De igual manera, las estrategias de rechazar se pueden combinar entre ellas: (estar en desacuerdo y devolución: *no, tú eres más hermosa*; estar en desacuerdo y R-explicar: *no, no me veo bien con el vestido*; denigrar y R-explicar*: no, no, no estuvo tan bien. Estaba un poco nervioso. Lo haré mejor la próxima vez*.

Siebold (2008) toma como base la clasificación de las respuestas a los cumplidos que propone Chen (1993) de once estrategias, pero la amplía y agrega una más debido al elevado número de veces que apareció en las respuestas: *no reaccionar* dentro de la categoría *desviar.* Vale la pena anotar que esta nueva categoría tampoco se encuentra en el estudio de Chen y Yang (2010) y se hace la observación que también podría aparecer en otros estudios. Creemos importante relacionar la clasificación de Siebold, debido a que hace una síntesis consistente de las respuestas a los cumplidos.

Siebold (2008, p. 332), entonces, clasifica las respuestas de los cumplidos de la siguiente manera:

1. **Estrategia 1**: ***aceptar***: involucra una serie de subestrategias que le ayudan al destinatario a confirmar valores compartidos, presentar agradecimientos, elevar la imagen del interlocutor, ya que se aprecia un objeto de su posesión, hacer chistes sobre el objeto del cumplido; esta estrategia se subdivide en:
    a. ***Agradecer***: *ah, muchas gracias*
    b. ***Estar de acuerdo***: *¡Cierto que sí! Es muy lindo*
    c. ***Expresar alegría***: *estoy feliz con mi nuevo computador*

d. ***Bromear***: *¡El que es bonito es bonito; usted sabe, jajaja!*

2. **Estrategia 2**: ***devolver:*** del mismo modo, involucra una serie de subestrategias que le ayudan al destinatario a retribuir el favor, motivar al interlocutor a que logre u obtenga lo mismo que él logró, ofrecer el objeto del cumplido; esta estrategia se subdivide en:
   a. ***Devolver el cumplido***: *ah, el tuyo también es bacano*
   b. ***Ofrecer el objeto del cumplido***: *¡A la orden, mijo!*
   c. ***Animar***: *Gracias, mira a ver cuándo se anima y se pega pa que practiquemos*

3. **Estrategia 3:** ***desviar:*** involucra, también, una serie de subestrategias que le ayudan al destinatario a expresar duda del objeto del cumplido, a dar información acerca del objeto del cumplido, no responder ante el cumplido; esta estrategia se subdivide en:
   a. ***Explicar***: *me motilé ayer*
   b. ***Dudar***: *¿Tú crees?*
   c. ***No reaccionar***: *nada*

4. **Estrategia 4:** ***rechazar:*** involucra dos subestrategias que le ayudan al destinario a expresar oraciones explícitas de autovergüenza, rechazar el cumplido dando información acerca del objeto; esta estrategia se subdivide en:
   a. ***Rechazar el cumplido***: *para nada, solo estoy aprendiendo*
   b. ***Expresar vergüenza***: *¡ah, qué pena!*

Todas las estrategias de respuestas de los cumplidos brindadas anteriormente tienen como objetivo guiar y limitar la comunicación entre los interlocutores. Por un lado, las respuestas no solo confirman la cooperación del hablante a su interlocutor, sino también el deseo de buscar una base común entre el hablante y el oyente (Brown y Levinson, 1987). Por otro lado, las respuestas indican una atención cortés hacia el interlocutor. Por ejemplo, siguiendo las máximas interaccionales de Leech (1983), las respuestas se podrían ubicar entre la máxima de aprobación (ya que se minimiza el desprecio del oyente y se maximiza el aprecio hacia el oyente: 'estrategias de aceptar, devolver y desviar') y la máxima de modestia (debido a que se minimiza el aprecio hacia sí mismo y se maximiza el desprecio hacia sí mismo: 'estrategia de rechazar').

2.4.3 Características de los cumplidos

Como se ha expresado en los apartados anteriores, el acto de habla de los cumplidos sirve para conservar la buena relación entre los interactuantes. De hecho, los cumplidos tienen una variedad de funciones y aparecen en diferentes momentos en las interacciones que se describen a continuación.

2.4.3.1 Funciones de los cumplidos

Los cumplidos tienen funciones diferentes de acuerdo a su uso. Algunos autores (Manes, 1983; Herbert, 1989; Nelson & Hall, 1999; Golato, 2005; Bustos, 2007; Adachi, 2010) sostienen que los cumplidos pueden remplazar a otros actos comunicativos y se utilizan para:

- Acompañar un saludo o una despedida
- Sustituir un reproche
- Expresar admiración o aprobación del trabajo, apariencia y gusto de alguien
- Iniciar o sostener una conversación
- Suavizar actos que afrontan tales como la crítica, petición o pedir excusas
- Felicitar
- Pedir el objeto que se elogia o reforzar una actitud deseada
- Expresar una opinión positiva

No obstante, los cumplidos pueden ser utilizados para expresar desaprobación o sarcasmo y pueden constituir elementos negativos en una interacción verbal (Jaworski, 1995; Rees-Miller, 2011).

2.4.3.2 Los cumplidos como actos de habla

Previamente se indicó que los cumplidos están enmarcados dentro de los actos de habla, debido a que el hablante comunica lingüísticamente una valoración que involucra al oyente. Searle (1969) sostiene que el acto de habla es la unidad mínima de la comunicación, debido a que la oración no solo incluye palabras sino también una acción

que puede incluir preguntar, invitar, exhortar, entre otras. Searle ([1980] 2001, p. 28) propone el principio de expresabilidad, el cual involucra que cualquier lenguaje brinda la materia prima (palabras y formas sintácticas) para expresar lo que queremos decir, pero no siempre se encuentra una forma de expresión que produzca los efectos que deseamos a los interactuantes. De hecho, Searle ([1980] 2001) aplica el principio de expresabilidad a los actos de habla y sostiene que "…existe una serie de conexiones analíticas entre la noción de actos de habla, lo que el hablante quiere decir, lo que la oración (u otro elemento lingüístico) emitida significa, lo que el hablante intenta, lo que el oyente comprende y lo que son las reglas que gobiernan los elementos lingüísticos" (p. 30). Para Searle, el contexto es un elemento fundamental en el acto comunicativo, ya que la gramática representa una forma convencional. En efecto, Searle ([1980] 2001) argumenta que cada acto de habla contiene una determinada estructura gramatical pero el contexto determina su significado. Además, no siempre existe una correpondencia entre lo que se quiere decir y lo dicho. Como resultado, el autor propone que un estudio de actos de habla adecuado debe incluir un análisis simultáneo de lo convencional y lo contextual.

Con relación al elemento convencional y al elemento contextual, Searle ([1980] 2001) distingue dos tipos de significados en los enunciados: el literal y el contextual. El primero se caracteriza por la estructura sintáctica en la oración y el segundo por la intencionalidad que tiene como fin mostrar un sentido que se puede hacer a través de un indicador de fuerza ilocucionaria.

Los actos de habla se pueden entender como la emisión de un enunciado que en determinadas situaciones invita a realizar alguna actividad o también como simples unidades funcionales en la comunicación (Austin, 1962; Searle, 1969; Chaika, 1994). Van Dijk (1997) enmarca los actos de habla en un entorno mucho más social y argumenta que cuando decimos algo, realizamos un acto especial tal como hacer una petición, dar un consejo o hacer un cumplido.

Los actos de habla involucran tres subtipos de actos: locucionario, ilocucionario y perlocucionario. Un acto locucionario es aquel que implica el significado literal de una oración, es decir, la enunciación de la frase en sí. El ilocucionario contempla la función social que tiene la oración a nivel verbal o escrito, es decir, consiste en llevar algo en ejecución a través de las palabras utilizando expresiones como prometer, amenazar, jurar, declarar, elogiar (en el caso de los performativos) entre otras. El perlocucionario es el efecto o resultado que genera un enunciado en un contexto determinado sobre el

interlocutor. Con relación al acto de habla de los cumplidos, creemos importante analizar la fuerza ilocucionaria y el efecto perlocucionario que este conlleva.

2.4.3.3 Los cumplidos como actos de habla expresivos

Searle (1976, p. 10-12) divide los subactos ilocutivos en cinco clases, que se enuncian a continuación; solamente hacemos énfasis en los los subactos ilocutivos expresivos, porque en esta categoría se ubican los cumplidos:

a. Asertivos: tienen como función comprometer al hablante con la verdad, por ejemplo: afirmar, negar, confesar, admiter, entre otros.
b. Compromisivos: tienen como función comprometer al hablante a que haga algo, por ejemplo: prometer, jurar, ofrecerse, garantizar, entre otros.
c. Directivos: tienen como función compromenter al oyente a que haga algo, por ejemplo: ordenar, prohibir, solicitar, aconsejar, entre otros.
d. Declarativos: tienen como función crear una situación nueva, por ejemplo: nombrar, bautizar, excomulgar, acusar, entre otros.
e. Expresivos: tienen como función manifestar sentimientos y actitudes del hablante, por ejemplo: agradecer, felicitar, condolerse, dar la bienvenida, entre otros.

Los actos de habla expresivos se caracterizan porque el hablante hace una manifestación de su estado psicológico hacia el oyente. De hecho, Haverkate (1994) sostiene que los actos expresivos "especifican una reacción del hablante ante una situación en donde el oyente toma parta activa o pasiva" (p. 80). No obstante, el estado psicológico del oyente puede cobrar mayor importancia en las interacciones. Al respecto, Haverkate cita a Verschueren (1981) y afirma que "un rasgo distintivo de los actos expresivos no es la expresión de un estado psicológico como tal, sino la de un estado psicológico importante para el oyente" (Haverkate, 1994, p. 81). Con relación a la función del acto de habla de los cumplidos, Haverkate (1994) agrega que el objetivo ilocutivo del cumplido radica en un objeto social general que tiene como propósito mantener las buenas relaciones entre los interlocutores. La emisión de un cumplido no solo tiene como fin expresar solidaridad y aprecio, sino también favorecer la interacción entre los participantes, especialmente en la culturas de cortesía positiva como son la ecuatoriana (Placencia y Fuentes, 2013) y la peruana (García, 2012).

Por otro lado, Searle (1976) argumenta que los actos de habla expresivos carecen de dirección de ajuste, ya que el objetivo no tiene que ver con la correspondencia entre la realidad y las palabras. El autor sostiene que si el acto es sincero, este corresponde al estado psicológico que exprese. Para el autor la condición de sinceridad puede variar, debido a que pueden existir diferentes estados psicológicos que se brindan por medio de un acto ilocucionario.

2.4.3.4 Los cumplidos y su entorno interaccional

En la emisión y recepción del cumplido, las personas intercambian acciones verbales y no verbales cuyo objetivo es mantener el hilo interaccional entre los participantes. Con relación a los cumplidos y a otros tipos de eventos lingüísticos interaccionales, Kerbrat-Orecchioni (1996) sostiene que existen diversos aspectos y factores que intervienen en la dinámica comunicativa de la conversación, tales como el contexto situacional y los roles interlocutivos; las formas verbales, paraverbales y no verbales; los turnos de habla y la organización estructural de la conversación. La autora argumenta que en una conversación intervienen dos tipos de unidades: unidades dialogales y unidades monologales:

Las unidades dialogales

1. La interacción: esta se puede realizar en modalidades diversas tales como una entrevista, una consulta o una conversación. Esta se caracteriza por tener una continuidad interna con relación a los participantes, los temas y el marco espacio-temporal.
2. La secuencia: hace referencia a un conjunto de intercambios ligados por una coherencia semántica o pragmática. Existen tres tipos de secuencia: apertura, transacción y cierre. Es importante resaltar que las secuencias de apertura y cierre desempeñan una función fática y se someten a los rituales de confirmación que de alguna manera son exigidos no solo por la cortesía sino también por los interactuantes. La secuencia transaccional corresponde al cuerpo central de la interacción.

3. El intercambio: se cataloga como la unidad dialogal más pequeña. Está formado por dos intervenciones o por una serie amplia binaria, ternaria o extensa entre los interlocutores.

Las unidades monologales

1. La intervención: se refiere al aporte de un interlocutor particular a un intercambio particular. Kerbrat-Orecchioni (1996) aclara que un turno o intervención se puede componer por elementos que pertenecen a intercambios diferentes.
2. El acto de habla: es una parte fundamental de la interacción conversacional y se puede presentar a través de preguntas, respuestas, saludos, disculpa, invitación, propuesta, cumplidos, entre otros. El acto de habla le brinda una dimensión ilocucionaria y pragmática a los turnos de habla.

Kerbrat-Orecchioni (1996) argumenta que la interacción conversacional no se refiere solo a un intercambio de intervenciones sino también a una forma de cultivar las relaciones entre los interlocutores. Del mismo modo, hay factores que influyen en las relaciones de los intercambios verbales tales como el grado de confianza (relación horizontal), el grado de jerarquía (relación vertical) y el funcionamiento de la cortesía.

2.4.3.4.1 Las relaciones de confianza (horizontales) entre los interlocutores

Kerbrat-Orecchioni (1996) argumenta que los interlocutores se pueden sentir cercanos (familiares, íntimos) o alejados (distantes) dependiendo de la adaptación o tono. El marco contextual y situacional determinan esa sensación entre los interlocutores ya que de alguna manera la situación formal o informal, el grado de conocimiento y la relación entre los participantes influyen sustancialmente en las marcas del desarrollo interno del intercambio verbal. La autora propone el término de *relacionemas* a las unidades que intervienen en la construcción de las relaciones interpersonales, que pueden ser de dos tipos: de ***forma verbal***, como los pronombres y los términos de tratamiento (tú, usted, señor, amigo…), el tipo de temas que se tratan (íntimos, neutros, profesionales, triviales) y el registro que se utiliza (formal, familiar, coloquial) y que marcan la cercanía o distancia de las relaciones;

de ***forma paraverbal*** o no verbal, donde intervienen los aspectos de la proxemia, los gestos, el tono, entre otros.

2.4.3.4.2 Las relaciones de jerarquía (verticales) entre los interlocutores

Los interlocutores pueden tener una posición dominante o una posición dominada, marcando un grado de jerarquía. La autora sostiene que las relaciones verticales son asimétricas y están sujetas al tipo de contexto (relaciones entre adultos y niños, profesores y estudiantes…) y aun en las conversaciones entre colegas o amigos se pueden observar relaciones de mayor o menor importancia debido a la forma de intervenir entre los participantes. Las marcas de relación vertical pueden ser también de forma verbal (formas de tratamiento, la posición dominante en el uso de la palabra…) o paraverbal/no verbal (tipo de vestimenta, posición social que ocupa…). Todos estos aspectos remiten al funcionamiento de la interacción verbal que la cortesía regula. Cada sociedad impone unas normas culturales de cortesía que de alguna manera regulan las relaciones entre los interlocutores.

Finalmente, las relaciones horizontales y verticales juegan un papel fundamental en la conformación de la imagen pública ya que varía la estructura conversacional dependiendo de la distancia o cercanía del interlocutor.

2.4.3.5 Los cumplidos como estrategia interaccional

Uno de los aportes importantes de Brown y Levinson (1987) tiene que ver con el comportamiento racional en las interacciones. La racionalidad implica el modo de razonamiento que el hablante utiliza en su comportamiento comunicativo. Esta racionalidad se aplica al principio de cooperación debido a que la emisión de la información debe ser clara y concisa. Al respecto, Grice (1975) agrega que los interactantes deben adaptar sus "contribuciones conversacionales a la índole y al objetivo del intercambio verbal en que se participa". Con relación al acto de habla de los cumplidos, el interlocutor aplica una manera específica de razonamiento práctico para satisfacer sus fines propuestos. Por ejemplo, si una persona luce un traje nuevo cuando llega a su oficina, su compañero de oficina posiblemente le dirá ¡*cómo estás de elegante*! Este ejemplo

posiblemente se realiza en un contexto pertinente (máxima de relación) debido a que es oportuno producir este tipo de cumplido. Por otro lado, el interlocutor puede producir el cumplido previamente mencionado con un objetivo estratégico para un fin. Brown y Levinson (1987, p. 65) sostienen que hay un razonamiento práctico donde el interlocutor sopesa el medio para alcanzar un fin y escoge uno que satisfaga su objetivo: en el caso del cumplido anterior, el hablante podría utilizarlo para que su interlocutor le hiciera un favor. Finalmente, Leech (1983, p. 80) propone el principio de cortesía para complementar las limitaciones a que se enfrentan los interactuantes. Este modelo ayuda a entender las violaciones del principio de cooperación por razones de cortesía para mantener las buenas relaciones sociales de los participantes. Si se tomara de nuevo el ejemplo del cumplido anterior (¡*cómo estás de elegante*!) el principio de cortesía tiene como objetivo conservar un equilibrio en la interacción y su comportamiento racional va en pro de maximizar el aprecio de su interlocutor (aunque su elegancia no sea tan elevada).

Por otro lado, algunos autores sostienen que los cumplidos se pueden realizar de una manera forzada (Jucker, Gerold y Breustedt, 2008; Adachi, 2010). Hay ocasiones en que el receptor del cumplido inicia el turno con referencia a algo de él mismo y su emisor se ve en la obligación de hacerle un cumplido (*fishing for compliments*: ir en búsqueda o forzar un cumplido) para efectos interaccionales. Adachi (2010) agrupa en cinco estrategias interaccionales los temas propuestos por los receptores:

- **Estrategia de alardear**: el receptor hace una autovaloración de una habilidad, característica o posesión (*receptor*: me compré un supercomputador. *Emisor*: qué superinversión la que hiciste).
- **Estrategia de ofrecer información:** el receptor brinda información de algún lugar o actividad y él se incluye de una manera protagónica (*receptor*: esta universidad es muy reconocida y voy a trabajar aquí. *Emisor*: muy buena elección).
- **Estrategia de mostrar algo hecho para otros:** el receptor muestra o comenta las cosas que ha hecho al emisor (*receptor*: organicé sus carpetas, archivos, hice el reporte. *Emisor*: usted siempre tan eficiente).
- **Estrategia de autocriticarse**: el receptor afecta su propia imagen y el emisor se ve en la obligación de decirle algo positivo (*receptor*: ¿En qué idioma hay que escribir el reporte? ¡Yo no sé ni el inglés ni el español! *Emisor*: eres muy bueno para el inglés).

- **Estrategia de mostrar gratitud:** el receptor muestra su gratitud y el emisor se ve en la obligación de hacerle un cumplido *(receptor*: muchas gracias por haber venido a mi casa. *Emisor*: no gracias a ti y fue una fiesta espectacular y la casa es bellísima).

2.4.3.6 El lugar de los cumplidos en una interacción

Golato (2005, p. 86) argumenta que la base semántica y sintáctica aislada no demuestra que un cumplido cumple 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 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 ubica el cumplido dentro de una secuencia amplia de la interacción.

Golato (2005, p. 95) hace la diferencia entre acciones preferidas (*preferred actions*) y acciones no preferidas (*dispreferred actions*) en una interacción. Las primeras se refieren a las acciones de los cumplidos que se hacen sin tardanza o vacilaciones y en acciones esperadas; las segundas se refieren a los cumplidos que se hacen con tardanza, vacilación (acciones no esperadas). Golato encontró que los alemanes prefieren brindar los cumplidos en ambientes no preferidos y los brindan en un primer turno no preferido (*in a dispreferred first pair part*) o en respuesta a un segundo turno no preferido (*in a dispreferred second pair part*). El término "organización preferencial" involucra la distinción entre dos formatos de acciones (acuerdo – desacuerdo; aceptar - rechazar). Estas alternativas no son equivalentes por sí solas, debido a que las aceptaciones y los acuerdos se hacen de diferentes formas.

2.4.3.6.1 Los cumplidos como componentes de las partes no preferidas del segundo par

Tanto en inglés americano como en el alemán, a los rechazos a ofrecimientos se les ha denominado acciones no preferidas (*dispreferred actions*) (Golato, 2005, p. 95). El cumplido puede funcionar como mitigador de un acto de amenaza. En uno de los ejemplos

tomados del corpus, la investigadora muestra la función mitigadora del cumplido, ya que al existir un silencio el interlocutor debe mitigarlo con la realización de un cumplido:

A mira a M

A. Todavía hay melón

- Pausa- silencio

A. Si deseas más

M. No. (pausa – silencio). Está muy muy delicioso

A gazes at M[13]

A. There's still some melon

- *Pause – silence*

A. If you want some more

M. No. (pause – silence). It is very very good

En este ejemplo el cumplido se usa como una parte de un segundo par no preferido.

2.4.3.6.2 Los cumplidos como componentes de las partes no preferidas del primer par

En este caso, el acto de amenaza se suaviza por un cumplido al inicio de un turno. En el ejemplo que se ilustra a continuación, Bob hace un cumplido a Mike antes de emitirle una crítica por su demora para el inicio de su intervención musical (Golato, 2005, p. 101):

Mike: ok, (0.6) (iniciemos)
8 (música 10.0 [ )) ---------
[
Bob: [(ese es el lugar),
----------]
Bob: (Mike) / (ahora),] ese es un hermoso sonido

Bob: pero (.) intenta no retrasarte =
Marg: = él no se retrasó
(0.2)
Bob: ¿él no se retrasó?

[13]Traducción propia. El texto ha sido reducido, ya que la autora lo brinda en alemán e inglés.

Marg: = eso estuvo genial=

Bob: = oh, qué pena

Mike: okay, (0.6) (hit it)

8 (*music* 10.0 [ )) ---------

[

Bob: [(*that's the place*),

----------]

Bob: (Mike) / (*now*),] *thats beautiful sound*

Bob: *But* (.) *try not to retard* =

Marg: = *he didn't*

(0.2)

Bob: *he didn't*?

Marg: = *that was gr* (h) (h) *eat* =

Bob: = *oh I'm sorry*

2.4.3.6.3 Los cumplidos como componentes de las partes preferidas del segundo par

Los cumplidos se utilizan para mitigar una autocrítica que el interlocutor hace. Golato (2005, p. 108) argumenta que cuando el hablante hace una autocrítica éste puede estar "ejecutando una táctica de búsqueda para que le hagan un cumplido (*fishing for compliments*). En un ejemplo tomado del corpus de la investigadora, se ilustra el uso de las segundas partes preferidas:

R: ¿cierto? y ella también lo puede hacer

dí ge

An: ge

R: Exactamente

A. Je je tú haces eso muy bien

R: *right*? *and then she can do it*, *too*[14].

say ge

[14]El texto también ha sido reducido, ya que la autora lo brinda en alemán e inglés.

An: *ge*

R: *exactly*

B. He he you do that we:ell

En este ejemplo, A no solo está apoyando a la hija de R (Ricki) sino también busca afiliación con Ricki. Al mismo tiempo manifiesta el acuerdo con Ricki sobre la habilidad de lenguaje de su hija (An).

2.4.3.6.4 Los cumplidos como componentes de las partes preferidas del primer par

Los cumplidos que expresan gratitud pueden usarse como partes preferidas de un primer par e inician una nueva secuencia más extensas (Golato, 2005, p. 116) o como cierre de la secuencia. Golato (2005, p. 124) sostiene que los cumplidos se usan como elementos que "notan o llaman la atención" de algo (*noticings*). Por ejemplo, al ver las flores nuevas en el jardín de la otra persona ésta hace el cumplido al "notar" unas rosas nuevas en el jardín. En un ejemplo tomado del corpus de la investigadora, Tobias brinda un cumplido a los anfitriones acerca de la comida:

T: la silla de B suena en el piso cuando B se sienta

B: (B hace ruido al sentarse)

T: Excelente

R: sí

B: delicioso, ¿cierto?

T: sentado aquí me siento muy bien

T: *B's chair is scratching on concrete as B is sitting down*[15]

B: ((*noise B makes when sitting*))

T: *excellent* =

R: =*yes*

B: [*was good right*?]

T: [*I´m sitting here*] *feeling correctly well*

really good

[15]El texto también ha sido reducido.

(Golato, 2005, p. 119)

En el ejemplo anterior, el cumplido brindado por la expresión *excelente* sirve como expresión de gratitud después de haber comido la cena. La esposa de Tobias, R, se alinea al cumplido y lo confirma *sí.* Finalmente, Tobias expresa que lo tratan muy bien y se siente cómodo allí.

2.4.3.7 El cumplido como acto de amenaza

Aunque el uso primordial de los cumplidos es ayudar a mantener la buena relación social de los participantes, los cumplidos pueden también ser utilizados como elementos negativos en una interacción (Rees-Miller, 2011). De hecho, Culpeper (1996) sostiene que el cumplido puede traspasar la frontera de intimidad de su interlocutor invadiendo el espacio territorial convirtiéndose en un acto descortés. Watts (2003) sostiene que la descortesía es una violación observable de comportamiento político (comportamiento social normal, comportamiento esperado), el cual está abierto a una evaluación negativa por los participantes; a su vez, el comportamiento cortés es un acto observable de comportamiento político que puede ser evaluado positivamente, pero igualmente está abierta a una evaluación negativa. Con relación a los cumplidos, se podrían presentar diferentes situaciones donde se perciba la función descortés: pueden funcionar como actos amenazantes, transformándose en elementos sarcásticos u ofensivos hacia el interlocutor. Los hablantes en una cultura determinada conocen el uso y ritual de los cumplidos y están en la capacidad de producir efectos estilísticos como el sarcasmo, la ironía, el insulto, cuando emiten o reciben un cumplido. Otra función negativa podría incluir la realidad. En un contexto determinado, los participantes perciben que el uso del cumplido se aleja de la realidad, lo que conlleva a una reacción de incredulidad y convierte un acto cortés en descortés. Una tercera función descortés sería la no producción de un cumplido, ya que abstenerse de producir un cumplido afecta la imagen. En su enfoque de máximas de cortesía, Leech (1983, p. 136) sostiene que al no brindar una opinión favorable a su interlocutor, este puede violar la máxima de aprobación debido a que la carencia de alabanza puede tener como resultado una presencia de crítica. Se percibirían, entonces, algunos indicios de no cooperación por parte del interlocutor. Finalmente, Barros (2012) expone que el cumplido puede funcionar negativamente si no se brindan un conjunto de condiciones para su realización:

> *"que la relación entre los interlocutores no favorezca o permita la formulación de elogios, que el tema del cumplido sea inapropiado al contexto, que se perciba insinceridad en el hablante, etc. Igualmente, la ausencia de un cumplido en un contexto donde se esperaría que apareciese" (p. 113-114).*

2.5 Los cumplidos vs los piropos

Algunos autores clasifican los cumplidos y los piropos dentro de una misma categoría o temática (Beinhauer, 1973; Campo y Zuluaga, 2000; Barros, 2011; Reyes, 2014). No obstante, creemos que existe una línea divisoria entre los dos. Antes de brindar nuestro punto de vista acerca de las diferencias, creemos importante definir y caracterizar al piropo:

El piropo es un acto de habla expresivo y espontáneo que usualmente es utilizado por un emisor (hombre) a un receptor (mujer) que no tienen relación alguna. Schreier (2005) y Ortíz (2008) argumentan que el piropo es una costumbre positiva y divertida[16] que tiene como objetivo elogiar la belleza de una mujer en las culturas de habla hispana. Los piropos están aceptados socialmente y normalmente se utilizan mediante expresiones figuradas, poéticas o expresiones románticas elogiosas (¡qué negra tan hermosa eres!) (Campo y Zuluaga, 2000, p. 31).

2.5.1 Características del piropo

Schreier (2005, p. 68) y Preisig (1998, p. 12) establecen un catálogo de características obligatorias del piropo:

- El piropo es usado en público (especialmente en calles, parques, plazas)
- El piropo debe ser breve, espontáneo y original
- El piropo puede contener un tono divertido
- Un hombre (o un grupo) le hace(n) un piropo a una mujer o un grupo de mujeres sin que exista presencia de un hombre acompañándola(s)
- El hombre y la mujer no tienen relación alguna, aunque hay autores que argumentan que se pueden hacer entre amigos.

[16] En los últimos días, emisoras radiales, periódicos y revistas colombinas (RCN, El Universal, Semana) hacen campaña en contra del piropo, debido a que el piropo es una agresión contra las mujeres. En contraste, algunas emisoras radiales (Radio Olímpica, Radio Oxígeno) en Medellín, invitan a la audiencia a que participen con ejemplos de piropos en algunos programas.

- La mujer normalmente no responde ante un piropo, debido a que la parte activa le corresponde al hombre
- El objetivo del hombre es glorificar la belleza de una mujer

Hay ocasiones en que el piropo no sigue el patrón de características previamente mencionado: es posible que el receptor "sugiera" que le brinden un piropo por su manera de vestir ostentosa o diferente, o por sus contoneos al caminar. En contraste, hay personas que no desean que se les invada su territorio personal y evitan que se les haga un piropo. Hay piropos donde las mujeres se sienten maltratadas, o insultadas. Con relación a las diferencias sociales y de género, no necesariamente los piropos son heterosexuales y son los hombres quienes emiten los piropos a las mujeres: las mujeres también brindan piropos a los hombres y los homosexuales se brindan piropos entre en sí, aunque en una menor escala (Calvo Pérez, 2005, p. 36). Preisig (1998) reporta que para ser objeto de un piropo, la edad de la mujer inicia a los quince años y tiende a declinar a los treinta y cinco años. Con relación al hombre, si este es de edad avanzada puede correr el riesgo de ser tildado como "*viejo verde*", sino produce un piropo fino, delicado o sutil. Finalmente, el piropo se ha ligado a clases populares, ya que reflejan la imaginación de un pueblo.

Ortíz (2008) sostiene que la buena práctica del arte de piropear ha dado un giro paulatino que puede tener efectos negativos a su oyente: "…los piropos pueden resultar ofensivos y materializar la dominación simbólica masculina, e incluso el acoso sexual" (p. 54). Anteriormente los piropos cumplían la función única de halagar la mujer, pero luego cambia su rumbo y se vislumbran tonos ofensivos hacia ella. Preisig (1998) argumenta que una de las razones de este cambio se debe al machismo y al narcicismo. El cambio también obedece a la sexualidad reprimida del hombre hispano debido a los celos o a las separaciones de hombres y mujeres. El hombre utiliza el piropo como un detonante para sus deseos sexuales o para exhibir sus talentos retóricos. Finalmente, el piropo en nuestros tiempos puede cumplir una doble función: por un lado elevan a la mujer a un pedestal (piropo), y por otro lado la denigran u ofenden (piropo vulgar) (Preisig, 1998, p. 50).

2.5.2 Clasificación de los piropos

Preisig (1998, p. 21, basada en Beinhauer, 1973) argumenta que los piropos usualmente van referidos a:

a. **Los andares**: este se refiere al caminado de la mujer, debido a que es lo primero que el piropeador percibe. Esto se relaciona con la antigua costumbre de enseñarle a las mujeres a caminar con estilo. El piropeador luego observa las prendas de vestir de la mujer y hace una relación de andar y vestir que lo motiva a producir un piropo.
b. **Los ojos y la mirada**: la belleza de los ojos femeninos (grandes y con pestañas largas) y la mirada brillante de las mujeres se convierten en la materia prima para que el hablante se motive a producir un piropo.
c. **Los pies, la boca, la nariz y otras gracias de las mujeres**: el hablante se motiva a producir un piropo cuando ve en la mujer piernas hermosas, boca provocativa y nariz llamativa.
d. **Sensaciones de calor**: algunos piropos van dirigidos a imágenes que involucran calor, ya que la mujer enciende en el hombre una pasión ardiente.
e. **Gustos caníbales**: los gustos caníbales tienen como fin involucrar las apetencias sexuales de los hombres.
f. **La dulzura y lo salado**: el piropo incluye palabras que tienen que ver con sabores dulces y salados.
g. **Acontecimientos de la época** (modas, política, personajes importantes, tecnología, ovnis): el hablante se vale de acontecimientos y personajes importantes para hacer más creativo el piropo.
h. **Comparación con flores, astros y seres angelicales:** los nombres de flores, astros y las relaciones con seres angelicales se pueden apreciar en algunos de los piropos.
i. **La divinización:** hay piropos que enaltecen tanto a la mujer que la divinizan y se utilizan palabras religiosas.
j. **La subyugación, la esclavitud, el heroísmo:** los piropos pueden incluir acciones que el hablante se somete a través del lenguaje. Caminar arrodillado por una mujer, por ejemplo, puede ser un acto de subyugación.

De acuerdo a la definición, a la caracterización y a la clasificación de los piropos creemos que el cumplido y el piropo son elementos lingüísticos diferentes. Por un lado, los cumplidos se dan entre amigos, compañeros o familiares y la temática se relaciona con apariencia, posesión y habilidad. Además, los cumplidos pueden aparecer en diferentes momentos de una interacción verbal: al inicio, en la mitad, al final. También, tanto hombres como mujeres pueden brindar cumplidos entre ellos. En contraste, el piropo se da

entre desconocidos y es el hombre quien usualmente produce el piropo. El piropo es efímero y usalmente aparece en las calles. Además, los temas de los piropos van referidos a los andares, a la sensación de calor, a los gustos caníbales, entre otros. Finalmente, con el cumplido la mujer se puede sentir halagada y usualmente hay interacción entre los participantes; con el piropo la mujer se puede sentir maltratada y usualmente no hay respuesta ni interacción entre los participantes[17].

Aunque nuestro estudio no tiene en cuenta al piropo como unidad de análisis debido a su carencia de interacción verbal, les preguntamos a la población universitaria medellinense que nos proporcionaran una definición y nos dieran ejemplos de piropos. El anexo 5 muestra una relación general y análisis de los piropos.

[17]Schreier (2005, p. 76) aplicó una encuesta de percepción de los cumplidos y piropos a una población universitaria y a informantes de la calle en Mérida, Venezuela. Los resultados indican que los piropos y cumplidos son diferentes. Por un lado, los cumplidos son halagadores y dan muestra de cortesía, urbanidad, educación y siempre son agradables. En contraste, el piropo no es cortés y tiene un tono ordinario y vulgar. No obstante, los piropos son más espontáneos, naturales y sinceros que los cumplidos. Además, los piropos son más informales que los cumplidos.

Capítulo 3

Metodología

Wolfson (1983, p. 89) sostiene que los cumplidos sirven como "lubricantes de las ruedas sociales" y muchas culturas los usan como elementos interaccionales. Debido a que muchos de nosotros hemos brindado o recibo cumplidos, diferentes investigadores se han interesado en estudiar los cumplidos en diferentes idiomas y culturas (Golato, 2005, p. 1) y han utilizado diferentes instrumentos de recolección de información. Obviamente, en las interacciones verbales de los medellinenses se percibe el uso de los cumplidos y es por eso que partimos del supuesto de que los medellinenses se caracterizan por la cortesía de solidaridad o acercamiento, y que el acto de habla de los cumplidos aparece con frecuencia en las relaciones interpersonales de los interlocutores.

En este apartado describimos la metodología utilizada en el presente estudio. Iniciamos con el enfoque metodológico y continuamos con los instrumentos de recolección de información. Luego, describimos los participantes y brindamos el contexto de la investigación. Finalmente, presentamos el fundamento teórico de las categorías emergentes que surgieron del análisis de los instrumentes de recolección de información.

3.1 Enfoque metodológico

Este estudio tuvo como base el enfoque cualitativo de investigación (Bailey, 1978; López Morales, 1994; Jucker, 2009; Hernández, Fernández y Baptista, 2010), ya que analizamos e interpretamos la forma lingüística y la función comunicativa de los cumplidos en una

población universitaria en Medellín-Colombia. Debido a que no encontramos estudios etnográficos de los cumplidos en la ciudad de Medellín, iniciamos con una base exploratoria que nos permitió descubrir los recursos y estrategias lingüísticas que utilizan los universitarios medellinenses en la producción y respuesta a los cumplidos. De acuerdo a lo anterior, se aplicó el método inductivo el cual permitió hacer una observación directa de la información y luego se organizaron los datos y se presentaron los hallazgos y conclusiones. Luego, seguimos con una base descriptiva que nos permitió caracterizar y reconstruir la realidad lingüística en las interacciones de la población universitaria medellinense a partir de los resultados del análisis de los cumplidos.

En términos generales, esta investigación está enmarcada en la pragmática debido a que se analizaron las muestras lingüísticas de los cumplidos en un contexto interaccional entre los participantes de una población universitaria. Del mismo modo, esta investigación se basó en la pragmática social (sociopragmática), debido a que se analizaron los cumplidos teniendo en cuenta las diferencias de género, edad, nivel socioeconómico y educativo (Silva-Corvalán, 2001; Spencer-Oatey, 2003). También, este estudio favoreció el análisis de los cumplidos en un momento y lugar determinado y no tuvo en cuenta una evolución histórica del objeto de estudio. Por consiguiente, esta investigación tuvo una perspectiva sincrónica, ya que se analizó y se describió el estado de los cumplidos en un momento dado de su evolución en las interacciones de una población universitaria medellinense.

3.2 Instrumentos de recolección de información

Con relación a las formas de recolección de información se utilizaron tres instrumentos: un cuestionario de hábitos sociales (*Discourse Completion Test*- DCT), grabaciones de conversaciones espontáneas y toma de notas en un diario de campo. Es importante anotar que el cuestionario de hábitos sociales se tomó como el instrumento guía de esta investigación y las conversaciones espontáneas y la toma de notas se utilizaron como apoyo alterno, y se hicieron con el objetivo de triangular y validar los resultados de los cuestionarios.

Con relación a las encuestas, se diseñaron dos formatos diferentes: uno para la producción de cumplidos y otro para las respuestas de cumplidos. Ambos cuestionarios involucraban las temáticas de apariencia física, posesión, habilidad física y habilidad

psicológica. Se tuvieron en cuenta estas cuatro temáticas debido a que son las categorías que más aparecen en los estudios previos. Este instrumento es una técnica usada y reconocida para recolectar información en el campo específico de la cortesía (Kasper, 2000; Hernández Flores, 2003; Bravo, 2004; Murillo, 2008). Golato (2005, p. 13) sostiene que el cuestionario de hábitos sociales le permite al investigador controlar no solo variables de edad, género, estrato socioeconómico, sino también recoger la información de una manera rápida y masiva, y no necesita seguir ningún sistema de transcripción. Por otro lado, Hernández Flores (2003) argumenta que este instrumento se utiliza para preguntar a los participantes sobre un comportamiento lingüístico en particular y usualmente se hace en forma escrita. Con este instrumento se pueden hacer preguntas de dos tipos: de opiniones y de situaciones concretas. El primer tipo de preguntas van encaminadas a pedir opiniones sobre un fenómeno lingüístico específico tal como lo es la cortesía. En el segundo tipo se les pide a los informantes que escriban exactamente lo que dirían en determinadas situaciones. Para efectos de nuestra investigación, se les pidió a los participantes que escribieran lo que dirían en la producción o respuestas de los cumplidos. Estos tipos de cuestionarios dan muestra del comportamiento social compartido por un grupo o población determinada con relación a sus creencias o actitudes. Sin embargo, Hernández Flores (2003) y Bravo (2004) sostienen que los datos recogidos usando estos tipos de instrumentos no se podrían considerar como datos reales, sino como información metapragmática y serían especialmente útiles en la etapa inicial de indagación, ya que brindan información de base para plantear hipótesis acerca de un fenómeno de cortesía en cuestión.

Sin embargo, Murillo (2008) sostiene que los cuestionarios de hábitos sociales escritos dan evidencias del fenómeno lingüístico en cuestión pero podrían presentar algunas interferencias a nivel de estructuras gramaticales, léxicas o discursivas, tales como el uso de los marcadores. No obstante, el autor propone que si se desea tener respuestas sociopragmáticas, el cuestionario debe dar elementos contextuales que guíen más específicamente las respuestas. De hecho, Murillo (2008) sugiere que el cuestionario de hábitos sociales incluya algunos elementos contextuales en las situaciones hipotéticas para que las respuestas sean válidas en una cultura determinada. Para esto, el autor propone el concepto de *etnolecto* en el plano lingüístico contextual como una noción abstracta. Teniendo en cuenta lo anterior, en los cuestionarios de hábitos sociales que diseñamos con relación al acto de habla de los cumplidos, se tuvieron en cuenta elementos contextuales

lingüísticos que se presentan en las interacciones linguisticas de una población universitaria medellinense (ver ANEXOS 1 y 2).

Finalmente, otro elemento importante que menciona Murillo (2008) es el nivel terminológico del instrumento de recolección de hábitos sociales, ya que hay tres tipos de nombres que hacen referencia a este mismo objeto: test, cuestionario o encuesta. El autor sostiene que aun en una misma investigación se pueden encontrar estos tres nombres en un mismo trabajo. Con relación al nombre test, éste se usa principalmente en el área de la psicología y se podría definir como una prueba estandarizada que busca ubicar a un individuo en una escala general de población. Por otro lado, estos tests han sido utilizados en la lingüística pero con unas especificaciones puntuales. No obstante, basado en la tipificación de los cuestionarios (López Morales, 1994), de la descripción detallada de éstos (Kasper, 2000) y de evitar extranjerismos, Murillo (2008) favorece el nombre de *cuestionario de hábitos sociales* que es el término que utilizamos en esta investigación.

Antes de la aplicación oficial de los cuestionarios de hábitos sociales de los cumplidos, se hizo una pre-prueba o pilotaje de los instrumentos (López Morales, 1994, p. 128). Este pilotaje ayudó no solo a evaluar los instrumentos relacionados con la validez de las preguntas y la redacción, sino también a observar la reacción del encuestado, su participación y el tiempo estimado que se tomó para responderlo. Doce personas de diferentes niveles académicos, estratos sociales[18] y género de la Universidad de Antioquia (Medellín – Colombia) participaron en el pilotaje de cada encuesta: dos secretarias de estrato social tres; cuatro estudiantes de pregrado -dos hombres y dos mujeres de estrato dos; cuatro profesores investigadores con maestría – dos hombres y dos mujeres de estrato cuatro y dos profesores investigadores con doctorado – una mujer de estrato cinco y un hombre de estrato cuatro. El investigador informó a los participantes que la aplicación del cuestionario tenía como objetivo precisar el instrumento y que tenían la opción no solo de responderla, sino también de hacer cualquier tipo de observación. Solo dos encuestados hicieron la observación de dejar un mayor espacio para responder las situaciones de los cumplidos. Los informantes tomaron entre diez y quince minutos para responder cada cuestionario y no hubo reacciones negativas y los diligenciaron con facilidad. Esto ayudó al investigador a corroborar que las encuestas tenían un diseño adecuado. Finalmente y para corroborar lo anterior, el investigador puso a prueba el diseño del cuestionario en un

[18] 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.

seminario de estudiantes de doctorado en lingüística, en este caso, tampoco hubo observación alguna con referencia a los instrumentos.

Los cuestionarios de hábitos sociales fueron analizados en el paquete de software ***Cratilo***[19]. Este programa ofrece diferentes herramientas lexicográficas que sirven para clasificar y analizar la información y permite hacer una observación cualitativa y cuantitativa de la información. El programa arroja una concordancia universal que se genera alfabéticamente por lemas y subordenadas por formas gráficas. Cratilo permite hacer un seguimiento cuantitativo, debido a que arroja datos estadísticos de frecuencias, y cualitativo, ya que permite visualizar las palabras en el contexto de la información. Para el análisis se clasificaron las respuestas de las encuestas a nivel general (todos) y por género, edad, estrato socioeconómico y relación con la universidad (estudiante, profesor y empleado) y se tuvieron en cuenta las mayores frecuencias lexicales y sintácticas que arrojó el programa. Los investigadores también analizaron detenidamente la información que arrojó el programa y buscaron la regularidad emergente y encontraron diferentes categorías que se describen más adelante en este apartado.

El segundo instrumento, las conversaciones espontáneas, se caracteriza porque los hablantes no están condicionados por ser observados o analizados y el lenguaje en acción se presenta de una manera natural. Golato (2005, p. 20) sostiene que este instrumento ayuda al investigador a analizar los patrones de comunicación que se presentan en las interacciones verbales. Una de las ventajas de este instrumento consiste en que el investigador puede hacer un análisis detallado de los turnos de habla en la interacciones de los participantes. En especial, se pueden analizar las pausas, el silencio, la risa (entre otros) que son elementos importantes para el estudio. Con relación a las desventajas, podemos señalar que la grabación y la trasliteración de las conversaciones toman mucho tiempo y esto puede prolongar el trabajo de la investigación. También, si los participantes se dan cuenta que están siendo grabados su comportamiento lingüístico cambia y podría no ser tan natural como se esperaría (Kasper, 2000; Golato, 2005). Además, se podría dar el caso de que las conversaciones no queden bien grabadas o que la grabación tenga ruidos ambientales que perjudiquen su claridad (López Morales, 1994). No obstante, el autor sostiene que los textos se pueden editar dependiendo del problema acústico y el objeto de estudio del investigador. Finalmente, López Morales (1994, p. 98) argumenta que el texto oral posee unas características propias que el alfabeto común no puede dar cuenta de las

[19] Este software fue creado por el profesor Jorge Antonio Mejia, docente del Instituto de Filosofía, Universidad de Antioquia.

especificidades de este formato, y es por eso que algunos investigadores desarrollan ciertas convenciones gráficas. Además, si se sigue un formato de transcripción determinado, se podría obtener un trabajo más objetivo. Para la transcripción de las grabaciones, se siguió el sistema de transcripción Val.Es.Co[20] (Ver Anexo 3), ya que este permite analizar información prosódica (risas, vacilaciones, entonación, entre otras), la cual es de gran ayuda para el análisis de la cortesía (Barros, 2011), en este caso en el acto de habla de los cumplidos.

Con relación al instrumento de toma de notas, Wolfson y Manes (1980) han sido los pioneros en incorporarlo en los estudios de pragmática. Golato (2005, p. 17) describe que los investigadores que utilizan este instrumento toman nota inmediata de la producción o respuesta de un cumplido y usualmente incluyen información etnográfica que contextualiza el evento (edad, relación, lugar, entre otros). Una de las ventajas de este instrumento es que el investigador puede recolectar información en cualquier momento, lugar y con participantes conocidos y desconocidos. Mulhall (2003, p. 311) y Barros (2011, p. 191) sostienen que la toma de nota representa la esencia real del objeto de investigación, debido a que esta herramienta permite un adecuado conocimiento de las interacciones de los grupos sociales. No obstante, Golato argumenta que este instrumento tiene la desventaja de que el investigador puede olvidar porciones del evento, si no anota inmediatamente la producción lingüística. Además, este instrumento no incluye audio o video y obviamente dificulta el rastreo de la información. Específicamente en los cumplidos, Golato (2005, p. 17) sostiene que los estudios han mostrado que los investigadores olvidan anotar intensificadores, conjunciones o conectores, los cuales son elementos lingüísticos importantes. Al respecto, Kasper (2000, p. 319) resalta el peligro de la memoria del investigador al utilizar este instrumento. Debido a esta dificultad y en el caso particular de nuestro estudio, el investigador fue cuidadoso en anotar inmediatamente la producción y respuesta del cumplido y tuvo en cuenta la relación de los interactuantes, el objeto de los cumplidos y la función que desempeñaba en cada contexto.

Barros (2011, p. 181) argumenta que ningún instrumento de recolección de información es perfecto y que lo ideal es la combinación de algunos de ellos para tomar las ventajas que ofrece cada uno. En esta investigación nos propusimos utilizar y combinar los tres tipos de instrumentos de recolección de información, a diferencia de otros estudios que usualmente toman un solo instrumento de recolección de información. El análisis de

[20] Este sistema de transcripción ha sido ampliamente utilizado en el lenguaje coloquial por diferentes lingüistas debido a que refleja el español coloquial.

los tres instrumentos nos permite hacer una valoración objetiva (Pulido, Ballén y Zúñiga, 2007), debido a que nos ayudan a validar y triangular los resultados de los contenidos lingüísticos y las formas lingüísticas del acto de habla de los cumplidos en las interacciones verbales de los medellinenses. También, estos instrumentos nos permitieron analizar los cumplidos desde lo más básico (lexemas y estructuras léxico sintácticas) hasta las formas complejas de interacción.

3.3 Participantes

Silva-Corvalán (2001, p. 47) sostiene que los investigadores deben identificar correlaciones sociolingüísticas que involucren los estratos sociales válidos para el grupo que se va a tener como objeto de investigación. Esta consideración le da validez y objetividad al estudio. También, se debe tener en cuenta la edad de los participantes. Por esto, esta investigación tuvo como meta tomar una muestra intencional y determinada por las condiciones de los programas en los que se recogieron los datos (empleados y profesores que pertenecen a diferentes dependencias de la Universidad) y que asistieron a los cursos de lengua extranjera en los programas de Multilingua o de Capacitación Docente de la Vicerrectoria de Docencia; y una muestra de estudiantes de diferentes programas de pregrado matriculados en Multilingua. La muestra no puede ser balanceada desde las diferencias sociolonguísticas mencionadas en el trabajo, porque nuestros informantes son aquellas personas que aceptaron voluntariamente participar en este estudio y llenaron los cuestionarios en los programas previamente mencionados. Aunque los informantes son todos pertenencientes a la población universitaria, tenemos personas de ambos géneros, con edades y estratos socio-económicos diferentes. Además, se tomaron muestras (grabaciones y toma de nota) de uso de cumplidos con otros participantes para triangular y validar la información.

De acuerdo con lo anterior, se tomaron 740 participantes para la producción de los cumplidos y 729 participantes para la respuesta a los cumplidos en los cuestionarios como muestra significativa de la Universidad de Antioquia, Medellín – Colombia. Además, se tomaron otros participantes (familiares, amigos, locutores) por fuera de la población universitaria con el objetivo de validar y contrastar los resultados.

3.4 Contexto de la investigación

Los datos de este estudio se recogieron de marzo del 2011 a diciembre del 2013. A continuación describimos una información detallada de la recolección de cada instrumento información:

Cuestionarios de hábitos sociales: se aplicaron dos cuestionarios de manera separada y en diferentes momentos: uno para la producción de los cumplidos (que se aplicó a 740 informantes) y otro para las respuestas a los cumplidos (que se aplicó a 729 informantes). Los cuestionarios fueron aplicados a estudiantes, profesores y empleados de la Universidad de Antioquia, Medellín – Colombia. El investigador solicitó autorización para la aplicación de los cuestionarios en dos programas de lenguas extranjeras: Programa Multilingua[21] y Capacitación Docente[22]. Se eligieron estos dos programas, ya que reúnen estudiantes, profesores y empleados de diferentes dependencias, programas, estratos socioeconómicos y género. En las aulas, el investigador explicó la razón de su presencia allí (recoger la información para una investigación) y brindó una idea general del procedimiento para completar las encuestas (aunque estaban explícitas en el cuestionario). Luego expresó que la participación era voluntaria y que toda la información se iba a utilizar para efectos investigativos; con esta explicación se cumplió con el requisito ético de consentimiento informado. Finalmente, el investigador entregó las encuestas y esperó hasta cuando los participantes completaran la información. El procedimiento tomó entre 10 y 15 minutos aproximadamente, luego agradeció a los informantes por la participación. Este proceso permitió recoger rápidamente la información. Vale la pena anotar que los cuestionarios de hábitos sociales de la producción de los cumplidos se aplicaron en el segundo semestre del 2012 y las respuestas a los cumplidos en el primer semestre del 2013.

Toma de notas: El investigador visitó sitios de la Universidad de Antioquia donde se presentaban interacciones sociales (reuniones, cafeterías, plazoletas, pasillos y restaurantes) y en otros espacios personales del investigador (reuniones familiares, programas televisivos y radiales, red social Facebook) y tomó nota inmediata de la producción y respuesta de los cumplidos. También registró información etnográfica del evento lingüístico: género, relación entre los participantes, relación con la universidad.

[21] Este programa capacita gratuitamente a los mejores estudiantes de pregrado de diferentes áreas en las siguientes lenguas extranjeras: inglés, francés, alemán, turco, chino mandarín, japonés, italiano y portugués. Son 5 niveles de 80 horas cada uno por idioma.

[22] Este programa capacita gratuitamente en inglés a los profesores y empleados de la universidad. Si alguno de ellos requiere capacitación en otro idioma, puede matricularse en el programa Multilingua que se mencionó previamente.

Además, el investigador tomó nota de los cumplidos fuera de la universidad (centros comerciales, reuniones familiares, fiestas, entre otros) para validar la información. Finalmente, se tomaron algunas muestras recogidas en contexto por el equipo de investigación del *diccionario del español hablado en el Valle de Aburrá,* DEVA[23].

Conversaciones espontáneas: Se analizaron 20 grabaciones de conversaciones espontáneas, de las cuales 13 de ellas contenían el uso de los cumplidos. 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 socio-económicos 3, 4, 5, 6; sus ocupaciones eran variadas (profesores, estudiantes universitarios, amas de casa, trabajadores, secretarias, ingenieros), e incluían tanto mujeres como hombres. 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 pidióautorización para su utilización en el trabajo de investigación. Finalmente, el tiempo de las grabaciones fue de 6 horas y 45 minutos y para la trasliteración se siguió el sistema de transcripción Val.Es.Co. Anexo 3.

3.5 Categorias emergentes

Hernández y Opazo (2010) recomiendan que la aplicación de los instrumentos de recolección de información y el análisis de los datos se realicen de manera simultánea, ya que esto ayuda a obtener categorías emergentes que clasifican los datos registrados del objeto del estudio. Luego, el investigador busca codificar las categorías y se apoya en una propuesta que va desde la reducción de datos hasta la obtención de datos para luego sacar conclusiones. Esta forma de análisis conocida como la perspectiva émica, le ayuda al investigador a sacar categorías que se encuentran dentro de la información analizada y descubrir elementos específicos. Cuando se analizaron los tres instrumentos de recolección de información (cuestionarios de hábitos sociales, toma de nota y conversaciones espontáneas) emergieron las siguientes categorías que se incluyeron en el análisis de las

[23] Diccionario Descriptivo del Español del Valle de Aburrá. Este diccionario en construcción tiene como objetivo describir el léxico de los municipios que comprende el Valle de Aburrá.

interacciones verbales de los medellinenses: *lenguaje autocortés, lenguaje humorístico, formas de tratamiento, unidades fraseológicas, lenguaje coloquial, enunciados exclamativos, la intensificación y los marcadores discursivos*. Estos elementos emergentes involucran unas categorías formales lingüísticas y otras funcionales que las podemos subdividir en dos clases: forma lingüística y función lingüística. En las primeras se encuentran *el vocativo, formas de tratamiento, unidades fraseológicas, enunciados exclamativos y los marcadores discursivos*. La función lingüística involucra el nivel pragmático e interaccional y se encuentran *el lenguaje autocortés, el lenguaje humorístico, el lenguaje coloquial*[24] y *la intensificación.* En lo que sigue, describiremos cada una de estas categorías emergentes.

3.5.1 Categorías a nivel de función lingüística

3.5.1.1 La autocortesía

El término *auto* puede involucrar a varias personas. De hecho, Chen (2001, p. 88) 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. Además, el autor expone que el hablante utiliza una cortesía orientada hacia él mismo con el objetivo de proteger o realzar su propia imagen. No obstante, Bravo (2005, p. 33) argumenta 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.

Zuluaga y Echeverry (2012), en una entrevista al investigador Haverkate, le preguntaron por la definición de autocortesía, y él argumentó que la autocortesía

> *"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" (p. 245-246).*

[24] El lenguaje coloquial es un registro de la lengua y a su vez puede tener forma lingüística y función lingüística. No obstante, ubicamos al lenguaje coloquial dentro de la función lingüística, debido a que aparece en forma espontánea y natural en las interacciones.

Haverkate sostiene que 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 Flores (2006) afirma 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 adaptan en cada interacción, y es por eso que 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 balancea repercutiendo de una manera positiva o negativa (o sin efecto perceptible), conllevando a que un evento comunicativo pueda ser cortés, descortés o que se presenten actividades de autoimagen. Hernández Flores (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, p. 80) 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
- *Reacciones negativas*: autocortesía con efecto descortés sobre el oyente y autodescortesía con efecto descortés sobre el oyente

En el mismo sentido, Mostacero (2010) habla de una cortesía intrasubjetiva que puede tener dos interpretaciones: sinceridad y/o arrogancia. En la primera, la persona se puede autoenaltecer o autodenigrar de una manera sincera; en la segunda, el interlocutor percibe un tono presuntuoso, de arrogancia, y puede ser percibido como insincero. La autora agrega, también, que una persona cuando se autodenigra puede ser percibida con baja estima o con bajo perfil. Finalmente, Mostacero (2012) agrega el término de autocortesia maquinada, la cual el hablante manipula estratégicamente la auto valoración con un fin específico. Del mismo modo, la autora agrega el concepto de intersubjetividad del discurso el cual busca una relación pragmática de la autocortesía entre el hablante y su interlocutor.

3.5.1.2 El humorismo

Los interlocutores deben compartir elementos lingüísticos sociales y culturales para que un acto comunicativo tenga un efecto humorístico. En el mismo sentido, la forma de pensar y de interactuar de una cultura permite entender y crear ambientes jocosos en determinadas situaciones. No obstante, el humor no se percibe de la misma manera en las culturas y lo que puede ser jocoso en una cultura puede no serlo en comparación con otra. De hecho, Barros (1990) sostiene que las culturas no se ríen de las mismas cosas ni tampoco de los mismos temas. Sin embargo, el humor es una categoría común en diferentes culturas, ya que el hablante lo utiliza de manera consciente para influir sobre su interlocutor. El humor se presenta en diferentes momentos y situaciones: en una conversación, a través de una imagen o video, en un programa radial o televisivo, entre otros. En el caso específico de una interacción, este se puede presentar en cualquier momento de la conversación y los participantes colaboran y se afilian a este evento comunicativo. Gómez Capuz (2002, p. 75) define al humorismo como "la transgresión consciente, deliberada, constante y sistemática de los mecanismos que rigen el normal desarrollo de la interacción comunicativa cotidiana". La función expresiva y la función apelativa son las que mejor se ubican en el plano del humorismo, y se debe a que el interlocutor transmite un estado de ánimo o trata de influir sobre su receptor (Gómez Capuz, 2002; Albertos, 2009). Vigara Tauste (1994) sostiene que el humorismo es fruto de un acto intencional que el hablante utiliza para ofrecer un ambiente (más o menos) cómico a su interlocutor. Del mismo modo, el humorismo puede servir como forma de distensión o en relaciones de confianza.

3.5.1.2.1 Enfoques del humorismo

Apoyado en diferentes investigadores, DiCioccio (2012, p. 94) presenta 3 enfoques contemporáneos del humorismo: funciones del humorismo, estilos del humorismo y los efectos de humorismo.

1. *Funciones del humorismo*: El autor expone que hay 24 funciones para exhibir el humorismo; a nivel positivo, el hablante puede hacer uso del humorismo para jugar con otros, para minimizar la ansiedad, para ayudar a otros a que se relajen y se sientan cómodos o para incrementar el vínculo, entre otras. A nivel negativo, se encuentran la

transmisión de mensajes verbales agresivos, el deseo de controlar a otros o demeritarles, entre otras funciones.

2. *Estilos del humorismo*: DiCioccio (2012) expone que hay una naturaleza multifacética del humorismo que comprende 4 dimensiones de acuerdo a los diferentes usos. Estas dimensiones comprenden dos formas amplias de humorismo: humor adaptivo y humor no adaptivo. El primero se refiere a la expresión positiva del humor, y ayuda a enaltecer las relaciones. El humor no adaptivo se refiere a expresiones negativas que no son benignas. El modelo también caracteriza al humorismo de ser no solo benevolente sino también considerado con el hablante y con los demás, y puede ser potencialmente nocivo para el hablante mismo o para la relación con los otros. De acuerdo a lo anterior, sobresalen cuatro tipos de uso del humorismo: afiliativo, autoenaltecedor, autoactivador y agresivo.

a. *Afiliativo*: el humorismo se demuestra de una forma inteligente y se reafirma la relación del hablante y el oyente. Esto motiva la conexión interpersonal.
b. *Autoenaltecedor*: tiene que ver con las necesidades intrapersonales al evocar un comportamiento jocoso, con la tendencia de tener un ambiente humorístico en la vida.
c. *Autoactivador*: posiciona a la persona misma como el centro de atención del humorismo, para ser reconocido o aceptado por los demás
d. *Agresivo*: involucra el sarcasmo, la molestia y la ridiculez, con el objetivo de demeritar y degradar.

3. *Los efectos o resultados del humorismo*: estos oscilan entre los que más unen (positivos) hasta los que más dividen (negativos). A nivel de unificación se encuentran la identificación y la clarificación. Con relación a la identificación, el humorismo cumple la función de enaltecer el entendimiento mutuo y de reconocer el significado compartido entre los interlocutores. A nivel de clarificación, el hablante posee un punto de vista de una norma, sin criticar al que infringe la norma social. A nivel de división, el objetivo de este tipo de humor es ridiculizar al interlocutor.

3.5.1.2.2 Recursos en el humorismo

Barros (1990) sostiene que en el humorismo se pueden presentar varios procedimientos lingüísticos tales como los recursos prosódicos, recursos socioculturales, elementos paralingüísticos, elementos morfosintácticos y los elementos léxico-semánticos.

1. *Recursos prosódicos*: los interactuantes pueden hacer uso de la entonación (o recursos fónicos) para transmitir un mensaje con un tono jocoso.
2. *Recursos socioculturales*: Barros (1990) argumenta que el lenguaje humorístico puede involucrar costumbres, historias, fobias, entre otras, de una cultura determinada.
3. *Recursos paralingüísticos:* la parte corporal brinda un acompañamiento expresivo al juego humorístico. El movimiento de las manos o pies, la mímica o la imitación suelen ser indicios de que el hablante está haciendo un juego humorístico.
4. *Recursos morfosintácticos*: el autor propone que hay que prestar atención a las condiciones de la enunciación, el contexto y la situación que rodea el humorismo, ya que se puede alterar el orden lógico de un enunciado, suprimir parte de la oración o utilizar el humorismo como un elemento expresivo. Con relación a este último, la ponderación, la exageración o la hipérbole serían claros ejemplos del nivel expresivo.
5. *Recursos léxico-semánticos*: Barros (1990) plantea que las combinaciones de los vocablos, el doble sentido de las palabras, el juego de la ambigüedad y la polisemia brindan la materia prima para el juego humorístico.

3.5.1.3 Lenguaje coloquial y sus niveles

Varios autores han prestado interés en estudiar y delimitar el lenguaje coloquial (Beinhauer, 1978; Criado de Val, 1980; Narbona, 1989; Vigara, 1992; Camacho, 2009; Ríos, 2010; Briz, 2010, 1996). En ocasiones los términos *popular, vulgar* y *coloquial* se confunden entre sí. El término popular puede incluir niveles de lengua que caracterizan elementos socioculturales; el término vulgar encierra usos que se salen de la norma estándar o regional; y el término coloquial involucra un nivel de habla. El lenguaje coloquial se define como el "uso socialmente aceptado en situaciones cotidianas de comunicación, no vinculado en exclusiva a un nivel de lengua determinado y en el que el

vulgarismo y los dialectalismos aparecen en función de las características de los usuarios" (Briz, 1996, p. 26).

El lenguaje coloquial es la forma más común y de un uso más intenso en las interacciones de los individuos. Por esto, esta modalidad presenta una materia prima rica de análisis de la comunicación lingüística y las relaciones entre lenguaje e interacción (Narbona, 1992). El lenguaje coloquial presenta una serie de rasgos o características situacionales (*prototipo de lo coloquial, +coloquial*) y responde a los siguientes rasgos (Briz, 2010, p. 126):

- Tiene una relación social o funcional de igualdad: se brinda un acercamiento social o de los papeles comunicativos en un determinado momento entre los interactuantes.
- Tiene una relación vivencial de proximidad entre los interlocutores: ellos comparten experiencias y saberes.
- Hay un marco interaccional familiar: hay una relación cotidiana entre los interlocutores con el marco espacial en el que se presenta la interacción.
- Existe una cotidianidad temática de la interacción: se involucran temas de la vida cotidiana, no especializados.
- Hay una planificación sobre la marcha.
- Tiene un fin interpersonal.
- Posee un tono informal.

Briz (2010) sostiene que los cuatro primeros rasgos tienen que ver o definen la situación que favorece el uso coloquial (rasgos coloquializadores), ya que favorecen la coloquialidad del discurso y tienen la capacidad de neutralizar la ausencia de los otros. Los últimos tres rasgos se integran a la variedad coloquial restante y están en correlación con los anteriores.

El lenguaje coloquial involucra también unos rasgos que podrían mirarse como transgresiones de uso del idioma, debido a que puede violar el principio de cooperación que Grice (1975) presenta en sus máximas conversacionales. Por ejemplo, se puede decir algo que no sea verdadero (violación de la máxima de calidad); puede haber un comentario que no sea pertinente (máxima de relación); pueden existir expresiones confusas o ambiguas (máxima de modo); y se puede brindar más información de la requerida (máxima de cantidad). En el mismo sentido, el lenguaje coloquial puede violar el principio de cortesía planteado por Leech (1983), debido a que el hablante puede maximizar su propio beneficio (violación de la máxima de generosidad); minimizar el aprecio hacia el oyente

(máxima de aprobación); maximizar el aprecio hacia sí mismo (máxima de modestia); minimizar la simpatía (máxima de simpatía); minimizar el acuerdo con los demás (máxima de unanimidad); y/o minimizar los beneficios para el oyente (máxima de tacto). No obstante, es importante anotar que el lenguaje coloquial no es una violación o una forma incorrecta o descuidada de los interactuantes, sino una manera de comunicación que tiene licencia de uso entre ellos.

Finalmente, aunque el lenguaje coloquial predomina a nivel oral, también puede presentarse a nivel escrito. La parte escrita puede contener elementos de oralidad (artículos de revistas o periódicos, literatura, correos electrónicos, cuestionarios, entre otros). Estas fuentes de información podrían presentar también una materia prima de análisis de la comunicación lingüística.

Niveles lingüísticos del lenguaje coloquial

Briz (1996, p. 47) divide el lenguaje coloquial en tres niveles:

1. Nivel fónico: el hablante hace uso de la entonación, pérdida y adición de sonidos, alargamientos y pronunciación marcada para comunicarse con su interlocutor.
2. Nivel morfosintáctico: el hablante hace uso de conectores pragmáticos, intensificadores, atenuantes, deícticos, relaciones temporales y aspectuales para la comunicación.
3. Nivel léxico-semántico: el hablante hace uso de palabras que se aplican a todo, de frases o expresiones metafóricas y del léxico argótico. Una de las variables del lenguaje argótico que se presenta en Medellín es a través del parlache. El parlache es una variedad lingüística que utilizan la mayoría de los jóvenes de la ciudad de Medellín y de su Área Metropolitana, pertenecientes a los estratos uno, dos y tres. Surge y se desarrolla en estos sectores, como una de las respuestas que los grupos sociales excluidos dan a los otros sectores de la sociedad que los margina. Por esto, es un dialecto claramente diferenciador de los procesos de comunicación, y sólo los iniciados, los que se reconocen como habitantes auténticos de estos sectores y como hablantes del parlache o conocen ampliamente el contexto lingüístico donde opera este lenguaje pueden comunicarse con propiedad por medio de esta variedad lingüística. Sin embargo, dicho argot se ha difundido de tal manera que un buen número de sus piezas

léxicas las usan los jóvenes de estratos diferentes a los que le dieron origen, además, confirmamos el uso del parlache en los medios de comunicación orales y escritos, en la literatura antioqueña contemporánea y en el lenguaje cotidiano de los Medellinenses.

> *"El argot es una variedad lingüística que cumple funciones crípticas, lúdicas y de identidad y cohesión social entre los miembros de un grupo y cuya característica es el uso específico de un léxico producto de la transformación y la creación léxica. Por su creatividad y variabilidad se utiliza frecuentemente en ambientes delincuenciales y juveniles y, en algunos casos en expresiones humorísticas. Poco a poco se ha mezclado con el lenguaje coloquial y va ganando terreno en los medios masivos de comunicación. Todas estas características se reúnen en el parlache." (Castañeda y Henao, 2013, p. 154).*

3.5.1.4 La intensificación y su clasificación

Briz (1998, p. 113) argumenta que la intensificación y el énfasis se relacionan mutuamente. Con relación a la intensificación, esta tiene que ver con "que una cosa adquiera mayor intensidad, en sentido figurado, vehemencia, a través de énfasis o fuerza de la expresión, de la entonación o de los gestos". En ocasiones el hablante desea destacar algo o pretende tener alguna influencia sobre el interlocutor y realza algunos elementos de su enunciación. De hecho, el autor sostiene que la conversación coloquial tiene un tono afectivo y enfático y la intensificación juega un papel importante en la comunicación.

A nivel pragmático, Briz (1998) sostiene que los intensificadores están relacionados con la actividad retórica que se vincula con la fuerza argumentativa, o al realce de las máximas de cooperación de Grice, específicamente las máximas de cualidad y pertinencia. El hablante utiliza la intensificación con el objetivo de reforzar la verdad de lo expresado y, de alguna manera, intenta persuadir a su interlocutor. En ocasiones la intensificación puede violar las normas de cooperación, ya que el hablante puede exagerar un enunciado y alterar la máxima de cualidad; en otras, la intensificación ayuda a que el hablante coopere cortésmente.

Clasificación de la intensificación

Briz (1998, p. 116) propone que la intensificación se puede lograr mediante recursos morfológicos, sintácticos, léxicos y fonéticos, y con la combinación de estos:

1. **Recursos morfológicos**: se puede intensificar mediante modificación interna al utilizar un sufijo o prefijo (*super*divertido, calent*orro*); o por modificación externa

a través de cuantificadores de sintagmas especificativos que contienen un valor que intensifica (*de muerte, menudo, un huevo*). En ocasiones estos sintagmas son unidades fraseológicas con función adverbial o adjetival, dependiendo de la situación.

2. **Recursos sintácticos**: se puede intensificar utilizando diferentes estructuras sintácticas:
   - *El*/*la*/*con* + Sustantivo/Adjetivo/Adverbio + *que* : *las juergas que se corría el tío; con lo bueno que es*
   - *Un* + sustantivo: *es un burro, unas comidas*
   - Con modos de expresión cuasi consecutivos: Le dio *una de bofetás que pa qué*
   - Con estructuras comparativas: *está más verde que una lechuga*
   - Con enunciados exclamativos: *¡qué listo que eres!; ¡cómo nos reíamos!; menudo chollo*
3. **Recursos léxicos**: el uso frecuente de expresiones intensificadas ayuda al fenómeno de lexicalización. Algunas de estas fórmulas elativas se han convertido en unidades fraseológicas: *ir a toda leche, de lo lindo, una mierda*. También la repetición léxica ayuda a intensificar: *esto es divertido divertido.* Finalmente, la intensificación se presenta con palabras que muestran una elevación: *terrible, bestial, genial*.
4. **Recursos fonéticos**: los elementos suprasegmentales se pueden utilizar para intensificar; de hecho, la curva melódica puede maximizar una expresión: es *LENTO*; es un *PE-SA-DO.* También el alargamiento vocálico se utiliza para intensificar: estaba buen*íí*isimo

Finalmente, Briz (1998, p. 124) hace la distinción entre las funciones semánticas y pragmáticas de la intensificación. Con relación a las funciones semánticas, el hablante hace uso de diferentes designaciones para intensificar qué se hace a nivel de cantidad (lo hizo en *un abrir y cerrar de ojos*) y a nivel de cualidad (está *super*limpio). A nivel pragmático, se debe mirar la razón de uso de los niveles de cantidad y cualidad que hace el interlocutor en su entorno dialógico: para recomendar, para vender, para criticar y para expresar desacuerdo, entre otros.

3.5.2 Categorías a nivel de forma lingüística

3.5.2.1 Formas de tratamiento

El *Manual de la Nueva Gramática de la Lengua Española* (2012) define como formas de tratamiento las variantes pronominales que los interlocutores usan en sus entornos sociales para dirigirse entre ellos (*tú, usted, vos, le, te*, etc.). También se incluyen aquí los grupos nominales que se usan para dirigirse a alguien en una intención cortés (*don, doña, señor*…), y cuando el destinatario tiene alguna posición de jerarquía (su *excelencia, su majestad*…). El *Manual* aclara que en el uso de los tratamientos se involucran factores sociales y situaciones circunstanciales de diverso tipo, los cuales varían dependiendo del lugar geográfico y las comunidades particulares. No obstante, el *Manual* recoge en dos grupos generales las formas de tratamiento: las formas para el trato de confianza o de familiaridad, y las formas para el trato de respeto. El *Manual* aclara que la distribución de los tratamientos es más compleja que estos dos polos, debido a que la confianza se puede interpretar como la simple voluntad de acercamiento, y el respeto como el deseo de conservar cierta distancia.

3.5.2.1.1 Tuteo, voseo y ustedeo

Calderón (2010) recomienda distinguir las tres formas de tratamiento en el mundo hispano: *tuteo, voseo y ustedeo*. El tuteo, se refiere al empleo de formas pronominales y verbales del *tú* para dirigirse a su interlocutor. Por el ustedeo se entiende el uso de *usted* en interacciones de confianza o intimidad (cortesía positiva) que ocurren entre amigos, familiares, novios, etc. Finalmente el voseo se refiere al uso del pronombre sujeto *vos* o a las formas verbales de segunda persona de plural para dirigirse a un interlocutor (singular) de confianza. No obstante, existen controversias sobre el uso de estas tres formas con relación a la cortesía positiva y la cortesía negativa entre los interlocutores. En el caso específico de Colombia, diferentes estudios han mostrado que puede haber una misma forma de tratamiento (ustedeo) tanto para las relaciones de confianza como para las de distancia (Bartens, 2004); puede existir también una forma polifónica discursiva cuando alternan los pronombres de segunda persona del singular (Mestre, 2010); se puede

encontrar que los interactuantes hacen uso de formas nominales de tratamiento y se evidencian vocativos tales como *reina, mi vida*, entre otros (Castellano, 2008), o una misma forma nominal de tratamiento puede aparecer en un contexto de cortesía positiva, de cortesía negativa, e incluso en la descortesía (Castellano, 2012).

3.5.2.1.2 El vocativo

Varios autores afirman que la función principal de los vocativos es llamar la atención de los interlocutores (García, 1998; Alonso-Cortés, 1999; Seco, 2001; Gómez, 2009; Martínez, 2009). El locutor (primera persona) se dirige a su interlocutor (segunda persona) empleando su nombre o pronombre, cumpliendo la función de apelar o llamar la atención. Buhler (1934, citado en Alonso-Cortés, 1999, p. 133) define al vocativo "como el uso del nombre para apelar al oyente o segunda persona gramatical, uso que corresponde a la función apelativa del lenguaje".

Alonso-Cortés (1999, p. 134) sostiene que los nombres propios, los pronombres de segunda persona y los nombres comunes tienen la función de vocativos. Con relación a los nombres comunes, estos pueden denotar alguna propiedad del locutor que involucran la edad (*niño, joven*…), la profesión (*doctor, profesor*) o el rango (*capitán, director, ministro*…). Barán (2002) sostiene que hay algunos vocativos que hacen referencia a objetos (*mi bomboncito*) y animales (*mi gata*). Finalmente, los vocativos pueden ser unimembres o plurimembres (Brandimonte, 2011). Los unimembres se pueden modificar con sufijos (diminutivos, aumentativos, peyorativos – *cabezón, pequeñín*) y los plurimenbres están formados por dos o más palabras (*mi amor, mi pedacito de cielo*).

Alonso-Cortés (1999) argumenta que con el uso de los vocativos apoya una de las máximas de Grice ("sé cortés con tu interlocutor"), regulando el hablar racional entre los participantes. Esto quiere decir que el hablante puede manifestar una actitud de afecto y de solidaridad. Además, el uso del vocativo cabe dentro de la cortesía positiva o cortesía negativa (Brown y Levinson, 1987), dependiendo de las circunstancias que rodean a un acto de habla. Si la situación involucra un evento donde un estudiante pide una aclaración al profesor, el uso del vocativo *profesor* posiblemente tenga un tono formal (cortesía negativa). Si el contexto involucra a una pareja de novios, el vocativo *amor* posiblemente posea un tono informal (cortesía positiva).

3.5.2.1.3 El vocativo en los actos de habla

Ya que la función apelativa define al vocativo, Alonso-Cortés (1999, p. 135) argumenta que cualquier acto de habla puede hacer uso de este. El vocativo se usa para:

- Saludar[25]: Pedro: ¡Hola *Marcelo*! ¿Qué tal?
  Marcelo: Bien, ¿y *tú, Pedro*?
- Dirigirse a una audiencia y oyente colectivo: *Señores* académicos: no quisiera distraer vuestra atención más tiempo
- Ordenar: ¡Calla, *tú*!
- Preguntar: ¡Eh, *niño*, ¿Adónde vas *tú*?
- Hacer una petición: Un paquete de Fortuna, *señora*
- Implorar: *Esposo* mío, si estás enojado, desenójate
- Expresar un estado mental: ¡ay, *Arturito*, estoy muy triste!
- Escribir una carta: Querido *Juan*, he llegado bien
- Excusarse: disculpe, *doña Resu*
- Agradecer: Gracias, *Antonio*
- Despedirse: Adiós, *Luis*
- Advertir: ¡*Rosina*, la pesa!

Martín Valbuena (2008) sostiene que el vocativo ha sido catalogado como un elemento extraoracional o periférico en la oración y, al igual que la interjección, el vocativo es una palabra aislada que no forma parte de la oración. Por otro lado, hay otros autores que argumentan que el vocativo tiene función oracional. No obstante, Bañón (1993, citado en Martín Valbuena, 2008, p. 141) sostiene que los investigadores del vocativo se contradicen acerca de la integración y la no integración de éste como función oracional. Bañón sostiene que el vocativo, como enunciado independiente, tiene siete usos: *salutatorio y honorativo, el uso atencional, exclamativo, de mandato, de ruego, de delimitación de turno conversacional y el uso axiológico*. El autor también presenta dos funciones principales de los vocativos, las cuales forman parte de un enunciado más complejo: la tensión y la persuasión. En la primera función los vocativos se usan para reforzar o mitigar determinados efectos ilocutivos; en la segunda, los vocativos se usan para conseguir el fin último, ya que el locutor es consciente de la importancia explícita de estos. Finalmente, Bañón argumenta que el vocativo tiene unos valores especiales en la

[25] Todos los ejemplos son tomados de Alonso-Cortés (1999, p. 135-136), y se hace aquí una simplificación.

interacción, y pueden aparecer al inicio de una conversación y en la distribución de turnos. Con relación a la posición de los vocativos, estos pueden aparecer al inicio (para llamar la atención o para identificar al interlocutor), en el medio, y al final (para identificar al interlocutor, mantener y reforzar las relaciones sociales) (Brandimonte, 2011, p. 254).

3.5.2.1.4 Tipos de vocativo

Alonso-Cortés (1999) hace la distinción entre vocativo de apelación pura y vocativo de tratamiento. El primero se refiere al empleo del pronombre personal de segunda persona (*vos*) y de ciertos imperativos verbales (*¡oye!*). El segundo tiene que ver con los nombres y pronombres que se enmarcan tanto en la cortesía positiva (*vos*: entre amigos o cercanos), como en la cortesía negativa (*usted, señora*: entre desconocidos o superiores) y que hacen referencia a la identidad de un grupo (jóvenes, amigos, familiares, colegas, entre otros).

Por otro lado, Beinhauer (1978) incluye todos los vocativos previamente mencionados y hace la distinción entre vocativos expresivos de simpatía y los vocativos expresivos de antipatía, que sirven también para llamar la atención del interlocutor. Los vocativos de antipatía se distinguen porque su uso tiene un tono irónico debido a que pueden aparecer en situaciones de burla. El autor sostiene que estos vocativos son improvisados y sobresalen por el humorismo popular. Con relación a los vocativos expresivos, presentan un tono afectivo de simpatía. Los vocativos expresivos de simpatía pueden presentar, esencialmente, los siguientes casos:

- Cualquier forma vocativa con un sufijo: hij*ita*
- Lenguaje amoroso: *amor, vida*
- Insultos ficticios: *diablo, tontuelo*

3.5.2.2 Unidades fraseológicas

Algunos autores sostienen que la terminología que se ha empleado para referirse a la disciplina de la fraseología ha sido extensa (Zuluaga, 1975, Corpas, 1996; Zuluaga Gómez, 2004; Mura, 2012). Términos como *unidades fraseológicas, modismos, expresiones idiomáticas, locuciones, frases hechas, decires, dichos, frasemas, unidades de*

texto repetido, fraseologismos, giros e idiotismos son algunos de los nombres que han recibido, pero no caracterizan con rigurosidad el objeto que designan. Esta ambigüedad se debe principalmente a dos razones: (1) estas unidades tienen unas características comunes que comparten algunas zonas de intersección (García-Page, 2004); (2) los estudios de fraseología han brindado diferente tratamiento a las combinaciones fijas de palabras y no hay un consenso sobre una definición única. No obstante, la palabra *fraseología* se considera como un término aceptado por los lingüistas en dicha disciplina.

Partimos de la definición general de unidad fraseológica como una combinación de palabras que presentan un grado de fijación o idiomaticidad. Corpas (1996) define las unidades fraseológicas como "unidades léxicas formadas por más de dos palabras gráficas en su límite inferior, cuyo límite superior se sitúa en el nivel de la oración compuesta. Dichas unidades se caracterizan por su alta frecuencia de uso, y de coaparición de sus elementos integrantes; por su institucionalización, entendida en términos de fijación y especialización semántica; por su idiomaticidad y variación potenciales; así como por el grado en el cual se dan todos estos aspectos en los distintos tipos" (p.20).

3.5.2.2.1 Características y propiedades de las unidades fraseológicas

Las unidades fraseológicas (UFs) se caracterizan por los siguientes rasgos (Corpas, 1996; Mura, 2012):

- Varias palabras forman una expresión
- Están institucionalizadas
- Son estables en cierto grado
- Presentan alguna particularidad sintáctica o semántica
- Sus elementos integrantes pueden presentar alguna variación
- Tienen cierto grado de convencionalización
- Tienen un uso frecuente por parte de los interactuantes

Mura (2012) delimita las propiedades fraseológicas en tres aspectos: sintáctico, semántico y pragmático.

1. Aspecto sintáctico: alude a la fijación o estabilidad de la combinación de los elementos que se unen y le dan vida a la UF. Zuluaga (1980, p. 97) argumenta que hay cuatro clases de fijación:

a. Inalterabilidad en el orden de los componentes: por ejemplo, *sano y salvo*, que significa 'en perfecta salud', 'sin daño alguno después de un contratiempo'. Sería incorrecto cambiar el orden: *salvo y sano**.
b. Invariabilidad de las categorías gramaticales a nivel de género, número y tiempo: por ejemplo, *pagar el pato*, 'sufrir un castigo no merecido'.
c. Invariabilidad de los elementos constituyentes, imposibilitando insertar, suprimir, sustituir o cualquier transformación en sus componentes. Por ejemplo, *poner pies en polvorosa*, 'escapar precipitadamente'.
d. Imposibilidad de transformación de sus elementos. Por ejemplo, *carta blanca*, que significa 'dar libertad para actuar'.

Es por esto que el autor habla de una sintaxis fija representada por unidades preconstituidas y que funcionan en bloque. Mura (2012) sostiene que la fijación tiene un tono arbitrario de uso y por eso cada cultura tiene su propia forma de fijación. Además, no hay un grado absoluto de fijación, y en ocasiones hay transformaciones, conllevando a variar una unidad preconstituida. Montoro del Arco (2005) habla del binomio *fijación y variación* como algo complementario que podría interpretarse como variantes de una misma propiedad cualitativa, y sostiene que hay que entender en la misma medida a la variación y la fijación como dos extremos de una escala de un mismo criterio. Parece claro, pues, que las unidades fraseológicas deben tener fijación en algún grado para ser consideradas como tales, pero no es menos cierto que la inmensa mayoría de ellas experimenta algunos cambios o puede tener formulaciones diversas al ser actualizadas en el discurso, ya sean 'variantes' o 'variaciones'" (p. 130). Hay que entender, entonces, que algunas UFs presentan flexibilidad léxica, categorial o sintáctica.

2. Aspecto semántico: una de las propiedades básicas de las UFs es la idiomaticidad que presentan. Las UFs pueden poseer ciertas construcciones cuyo sentido global no refleja exactamente la combinación de significado de sus partes, y toman un rasgo semántico específico. Mura (2012, p. 63) sostiene que "se debe interpretar el fenómeno de la idiomaticidad como una peculiaridad semántica propia de algunas UFs, cuyo significado no se puede establecer a partir de los significados de los

elementos que la componen, ni del resultado de la combinación entre ellos". En la locución verbal *echar una mano* (significa 'ayudar'), hay que buscar el significado figurado que esta presenta para poder entenderla.

3. Aspecto pragmático: las UFs no solo presentan un contenido semántico específico sino que también involucran unos contenidos pragmáticos que tienen que ver con la relación, la actitud y opiniones entre los interactuantes. El hablante, al utilizar las UFs, brinda su punto de vista de una forma expresiva y simple en la comunicación lingüística hacia su interlocutor.

Corpas (1996) sostiene que las UFs contienen unas valoraciones e implicaturas convencionales en su uso que dan muestra de las presuposiciones pragmáticas que van en pro de la interacción social diaria. De hecho, la autora sostiene que:

> *"forman parte de la información codificada de forma directa o solapada, de la cual es responsable el emisor, y que se basa en el conjunto de conocimientos previos compartidos por los hablantes de una determinada comunidad lingüística, así como las ideas, creencias y modos de actuación sancionados y compartidos por los participantes en la comunicación" (p. 224).*

Las UFs contienen una carga semántica que el interlocutor debe inferir basándose en su conocimiento previo y en su entorno comunicativo, debido a que en el significado puede haber matices con connotaciones particulares.

3.5.2.2.2 Fijación de las unidades fraseológicas

Zuluaga (1975) argumenta que uno de los aspectos importantes de las UFs es su fijación, ya que ellas presentan una especie de congelación en las combinaciones. El autor define a la fijación "como la propiedad que tienen ciertas expresiones de ser reproducidas en el habla como combinaciones previamente hechas – tal como las estructuras prefabricadas, en arquitectura" (p. 230). Las expresiones fijas se presentan de acuerdo con el saber lingüístico del hablante y su uso recurrente se puede dar a nivel oral o escrito.

Thun (1978, citado por Corpas, 1996, p. 23) divide la fijación en dos clases: fijación interna y fijación externa. La primera se relaciona con la imposibilidad de

reordenar sus partes, al igual que la fijación de contenido; la segunda la subdivide a su vez en:

a. fijación situacional: se presentan combinaciones de unidades lingüísticas en ciertas situaciones sociales, como en los saludos (por ejemplo, *buenos días*).

b. fijación analítica: contiene algunas combinaciones de unidades lingüísticas para el análisis ya establecido del mundo (por ejemplo, *correr un rumor*).

c. fijación pasemática: contiene combinaciones de unidades lingüísticas, según el papel que desempeña el hablante en el acto comunicativo (por ejemplo, *mamar gallo*).

d. fijación posicional: contiene combinaciones de unidades lingüísticas que se usan en determinadas posiciones en la formación de textos, como en los encabezamientos y despedidas en las cartas (por ejemplo, *hasta luego*).

Aunque la fijación es uno de los aspectos importantes de las unidades fraseológicas, se pueden presentar fenómenos intermedios de transición y limítrofes; es decir, puede haber unidades fraseológicas de construcción de combinación libre. Zuluaga (1980, p. 108) sostiene que estas unidades presentan una estructura sintáctica inconclusa, cuyo espacio o hueco se llena por piezas léxicas de técnica libre, como en el ejemplo *cero y va(n)…*

3.5.2.2.3 Tipología de las unidades fraseológicas fijas

Zuluaga (1980) sostiene que para diferenciar las unidades fraseológicas fijas hay que tener en cuenta el nivel de estructuración gramatical en que se combinan. Las funciones sintácticas ayudan a aclarar si funcionan no solo como texto, oración, sintagma, o bien como unidad lexical o gramatical. Zuluaga (1980), Corpas (1996) y Zuluaga Gómez (2004) argumentan que existen dos tipos principales de unidades fraseológicas fijas: locuciones y enunciados fraseológicos.

1. Locuciones: Corpas (1996) define las locuciones como "Unidades fraseológicas del sistema de la lengua con los siguientes rasgos distintivos: fijación interna, unidad de significado y fijación externa pasemática. Estas unidades no constituyen enunciados

completos, y, generalmente, funcionan como elementos oracionales" (p.88). Existen diferentes tipos de locuciones:

a. Nominales: funcionan como un sustantivo: *ojo de buey, pata de gallo*
b. Adjetivales: cumplen la función de un adjetivo: *de cuidado, de pura cepa*
c. Verbales: se construyen con un verbo: *hacer las paces, meter la pata*
d. Adverbiales: funcionan como un adverbio: *en un santiamén, por fortuna*
e. Preposicionales: se usan para designar unidades: *a falta de, a juicio de*
f. Conjuntivas: funcionan como una conjunción: *a pesar de, siempre y cuando*

La *Nueva Gramática de la Lengua Española* (2010) adiciona una más: locuciones interjectivas: se forman con interjecciones y su complemento: *¡a ver!, ¡en fin¡*

2. Enunciados fraseológicos: Corpas (1996) divide los enunciados fraseológicos en dos: las paremias (p.132) y las fórmulas rutinarias (p. 170).

a. Las paremias se caracterizan por tener autonomía textual y significado referencial y se subdividen en:

- Enunciados de valor específico que no contienen un valor de verdad general: *las paredes oyen*
- Citas de textos o fragmentos hablados de un personaje (citas célebres): *ande yo caliente, y ríase la gente* (de Góngora)
- Refranes: *de tal palo, tal astilla*

b. Las fórmulas rutinarias se caracterizan por no poseer autonomía textual y tienen un significado social, expresivo o discursivo; se subdividen en:

- Fórmulas discursivas: organizan el discurso: *buenos días, ¿qué tal?*
- Fórmulas psicosociales: involucran un estado mental: *¡madre mía!, ¡qué bonito!*

3.5.2.3 Enunciados exclamativos y la interjección

Alonso- Cortés (1999) sostiene que las teorías pragmáticas han delimitado y esclarecido el fenómeno de la exclamación. Debido a esto, el autor tiene en cuenta las propiedades sintácticas privativas de las locuciones exclamativas con relación al acto de habla y a su

fuerza ilocutiva. El autor, entonces, argumenta que la exclamación debe ser vista como parte de la función expresiva del lenguaje.

El *Manual de la Nueva Gramática de la Lengua Española* (2010) divide la exclamación en dos grupos:

1. **Grupos sintácticos exclamativos**: estos son secuencias menores de la oración y se pueden emplear como enunciados exclamativos. Estos a su vez se dividen en:

- **Nominales:** se forman con el exclamativo *qué* determinante que pondera la cantidad que corresponde a una magnitud (*¡qué calor!)* o el grado elevado de una propiedad *(¡qué belleza*!). También la palabra *cuánto/a* se utiliza para elevar un enunciado (¡cuánta gente!)
- **Adjetivales**: también se pueden formar con *qué* (*¡qué difícil!*) o con *cuán* (*¡cuán regaladas!*), pero este último se restringe a la lengua literaria. Los exclamativos que se usan en estos enunciados tienen como función elevar la propiedad que se cuantifica. Los grupos adjetivales cuantificados se pueden integrar a los nominales en dos formas: 1. El adjetivo se antepone *(¡qué bonito vestido!*); 2. Se pospone el adjetivo y se acompaña por adverbios cuantificadores (¡*qué vestido tan/más bonito!*).
- **Adverbiales**: se pueden formar con el adverbio *cómo,* que incide sobre un atributo (*¡cómo era de simpática!).*

  Los grupos exclamativos adjetivales y adverbiales se pueden construir sin palabras exclamativas (¡*demasiado caro*!), y los nominales con algunos sustantivos (*pedazo, especie*)
- **De infinitivo, gerundio y participio**: estos presentan elementos híbridos. Los verbales se pueden formar con palabras exclamativas (*¡cuánto sufrir!)* o sin ellas (¡*bien hecho*!); los gerundios se caracterizan por expresiones apelativas (¡*andando!*); los participios se asemejan a los grupos adjetivales (¡*cuán olvidado de todos*); por último, las estructuras infinitivas se caracterizan por mostrar sorpresa, contrariedad o rechazo *(¡hablarle así a mi hija!; ¡llamarme a estas horas de la noche!*).

2. **Expresiones vocativas**: grupos nominales que se usan para dirigirse a alguien (¡*buenas tardes, doña Encarna*!) o para llamar la atención, (*¡eh, tú!*).

La interjección

Aunque el *Manual* no incluye explícitamente la interjección como un subtema de la exclamación, creemos que se debería incluir por su importancia en las interacciones. El Manual de la Nueva Gramática de la Lengua Española (2012) señala que la interjección es una especie de palabra que se especializa en formar enunciados exclamativos. Con el uso de la interjección el hablante comunica emociones y sentimientos a su interlocutor. Algunas interjecciones constituyen fórmulas que tienen la función de codificar verbalmente algunos comportamientos sociales convencionales, tales como los saludos, las despedidas, entre otros. Las interjecciones se caracterizan por su aparición espontánea e improvisada en el acto comunicativo.

Las interjecciones constituyen actos de habla, ya que llevan a cabo acciones tales como manifestar sorpresa, rechazar, saludar, etc. Cueto y López Bobo (2003) sostienen que la interjección sirve para lograr el éxito comunicativo. Con relación al fenómeno expresivo o emotivo, "esta categoría lingüística sirve al fenómeno del énfasis. En ocasiones, nos encontramos con usos interjectivos donde el *recorte inferencial* no es el elemento dominante; son casos en que el signo interjectivo es mero *refuerzo expresivo* y, como tal, *enfatizador*" (p. 76).

Martín Valbuena (2009) sostiene que el uso de la interjección involucra elementos culturales, debido a que "cuando se enuncia una interjección el hablante lo hace con una intención y por ello forman parte de un convenio (Sapir) y de las tradiciones lingüísticas de cada lengua, es decir, los hablantes de una lengua conocen qué interjección deben usar para transmitir una intención comunicativa, se trata de un código cerrado de palabras".

Finalmente, existen dos clases de interjecciones: (1) propias: son las verdaderas interjecciones, ya que no provienen de otras palabras (*¡ay!, ¡uf!, ¡eh!,* etc.); y (2) impropias: pueden provenir de sustantivos, adjetivos, verbos, entre otros (*¡ojo!, ¡bravo!, ¡estupendo!*).

3.5.2.4 Marcadores discursivos

Los marcadores discursivos ponen de manifiesto la relación que estable el autor entre las unidades textuales. Al respecto, Fuentes (1996) sostiene que los marcadores "hilvanan el

discurso para que no se vea algo incoherente, deslavazado" (p. 10). Por otro lado, Briz (1998, p. 167) nombra a estas unidades lingüísticas como conectores pragmáticos, y argumenta que su función es de "encadenar las *unidades del habla* y asegurar la transición de determinadas secuencias del texto (hablado), colaborando así en el mantenimiento del hilo discursivo y la tensión comunicativa". El autor sostiene que los conectores ayudan al trabajo de formulación que el hablante realiza, y esto involucra el modo textual, las intenciones comunicativas y la relación dialogal. El autor clasifica los conectores en dos grandes categorías: conectores pragmáticos y conectores metadiscursivos.

1. **Conectores pragmáticos**: estas unidades lingüísticas "no son solo enlace de conexión enunciativa, sino marcas de la estructura de la conversación, de la progresión coherente de la misma". El autor agrega que los conectores pragmáticos funcionan tanto en el plano local como en el plano global de la conversación, y sirven como instrucciones de la argumentación de los interlocutores (Briz, 1998, p. 165-166). Algunos de los ejemplos de esta tipología de conectores serían *pero, y, además, porque, bueno, pues*, entre otros.
2. **Conectores metadiscursivos**: con el uso de estos conectores se evidencia "el esfuerzo que un hablante-oyente hace al producir, formular y, más aún, al intentar engarzar las partes de su discurso" (Briz, 1998, p. 201). Con relación a su función, el autor agrega que estos "se dirigen, por un lado, al control y organización del mensaje conforme fluye o, por otro, al control de los papeles comunicativos y del contacto entre los participantes de la enunciación y de estos con el mensaje" (Briz, 1998, p. 206-207). Algunos ejemplos de esta tipología son *oye, ¿entiendes?, o sea, por cierto, en fin, ¿verdad?*, entre otros.

Por otro lado y en un trabajo más reciente, Briz, Ponds y Portolés (2008) sostienen que los marcadores discursivos guian la interpretación del discurso y poseen un carácter más procedimental que conceptual. Los autores agregan que el valor de los conectores discursivos se liga a la interacción y cumplen cuatro funciones básicas:

a. Conexión argumentativa, reformuladora o estructuradora: existe una relación entre dos miembros del discurso, uno expreso y otro sobreentendido.
b. Modalización: desde el punto de vista del hablante, involucra una intensificación o atenuación de lo que se dice en un miembro del discurso.

c. Focalización: destaca un elemento expreso –el foco-, frente a una alternativa expresa o sobreentendida.
d. Control del contacto: involucra la relación entre el hablante y el oyente.

Finalmente, Fuentes (2009) distingue dos elementos de conexión: los conectores y operadores. Los conectores actúan como enlace entre los enunciados y se hacen necesarios dos miembros. El conector se ubica entre estos dos miembros, pero tiene unas funciones específicas: puede tener movilidad, intercalarse o situarse en un segundo enunciado o al final de este. Con relación a los operadores, estos se ubican dentro del enunciado, pero no tienen función sintáctica con respecto al verbo de la oración. Los operadores señalan la forma de hablar, de enunciar, la subjetividad del hablante, los contenidos de argumentación, entre otros.

Capítulo 4

Análisis y resultados del cuestionario "*hacer cumplidos"*

En este capítulo describimos los resultados del cuestionario de hábitos sociales en la producción de los cumplidos. Basados en las mayores frecuencias que arrojó el programa computacional lingüístico Cratilo, reportamos las palabras, los esquemas léxicos sintácticos, las estrategias interaccionales o pragmáticas y las formas lingüísticas que emergieron del análisis. También, se hace un análisis sociopragmático que incluye las diferencias de género, estrato socioeconómico, edad y de vinculación de los participantes a la universidad (estudiantes, profesores y empleados) y se brindan las conclusiones del análisis. Finalmente, es importante resaltar que no se hace un análisis de la oración principal o nuclear de los cumplidos, ni tampoco de los comentarios adicionales, indirectos, no oracionales o actos de apoyo (Manes y Wolfson, 1981; Choi, 2008; Siebold, 2008; Placiencia y Fuentes, 2013; Reyes, 2015), ya que vemos este conjunto de oraciones como un trabajo integral interaccional entre los participantes.

Como se mencionó en el capítulo de la metodología, se aplicó un cuestionario de hábitos sociales (Anexo 1) a 740[26] estudiantes, profesores y empleados de diferentes dependencias de la Universidad de Antioquia en el primer semestre del 2012. Los informantes participaron de una manera voluntaria y no recibieron compensación económica alguna. Se notificó a los participantes que la información sería utilizada para efectos investigativos. Los cuestionarios fueron aplicados en diferentes salones de los

[26] Los participantes eran estudiantes de pregrado. Los profesores poseían títulos de posgrados. Con relación a los empleados, en su gran mayoría poseían títulos tecnológicos, profesionales y con posgrados.

programas Multilingua y de Capacitación Docente y esto ayudó a que el proceso fuera más rápido y masivo. Vale la pena recordar que se hizo el pilotaje con 12 personas antes de la aplicación oficial del cuestionario. Este pilotaje ayudó a precisar el instrumento.

Resultados

740 registros de cumplidos fueron analizados de los cuales:

- 646 corresponden a los estudiantes;
- 55 corresponden a los empleados y
- 39 corresponden a los profesores

Con relación al género femenino y masculino, 451 registros corresponden a mujeres y 289 registros a hombres. Con relación a las edades, 622 corresponden a las edades entre 18 y 30 años; 97 encuestas corresponden a las edades entre 31 y 50; 21 entre las edades 51 y 70. Finalmente y con relación a los estratos socioeconómicos, 229 corresponden a los estratos socioeconómicos 1 y 2; 477 a los estratos 3 y 4; 34 corresponden a los estratos 5 y 6.

4.1 Cumplido de apariencia física

Con relación a las respuestas del enunciado "*Usted se da cuenta de que un amigo o compañero tiene un nuevo motilado*[27] *y usted nota que le queda bien, si deseara halagarlo, ¿qué le diría?; y si fuera una amiga o compañera, ¿qué le diría?*" y después de procesar la información, el programa Cratilo arrojó la siguiente información:

[27] *Motilado* hace referencia a corte de cabello.

Tabla 2. Mayores frecuencias léxicas del cumplido de apariencia física

Palabra	Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Total encuestas
Te	Pronombre	540	73%	740
Quedar	Verbo	310	42%	
Muy	Adverbio	289	39%	
Bien	Adverbio	275	37%	
Ver	Verbo	141	19%	
Ese	Adjetivo	126	17%	
Oh/ huy/ hey	Interjección	96	13%	
Look	Sustantivo	89	12%	
Lucir	Verbo	74	10%	

Análisis[28]

Como aparece en la tabla, el pronombre ***te*** es la palabra con mayor frecuencia (73%). Los interlocutores utilizan este lexema como una ***forma de tratamiento*** entre los amigos o compañeros:

Te *ves muy bien con ese motilado*

Te *queda súper ese motilado*

También, el hablante utiliza diferentes vocativos (11%) (Nombres comunes: viejo, parce, compa, mija) para mostrar solidaridad o llamar atención del interlocutor:

Viejo*, te luce ese corte*

¡Uy, ***parce****, qué look!*

¡***Compa***!, ¡le luce!

Los verbos *quedar* (42%), *ver* (19%) y *lucir* (10%) aparecen con frecuencia en la producción de cumplidos de apariencia física:

Me gusta tu corte, te ***queda*** *bien*

Quedaste *muy bonito motilado*

¡Qué lindo ***quedaste****! ¡Te luce!*

¡Qué bien te ***ves!***

¡Uyy!, ¡Qué cambio, te ***ves*** *muy bien!*

¡Te ***luce*** *ese corte, ome!*

[28] Algunos de los resultados de este análisis fueron publicados en el artículo titulado "La caracterización de los cumplidos en una población universitaria" (Lopera, 2015a).

Para ***intensificar*** la fuerza ilocutiva del cumplido, los interlocutores utilizan los adverbios ***muy*** (39%) y ***bien*** (37%) y en ocasiones estas dos palabras aparecen en un mismo turno:

*Te queda **muy** bonito el cambio de look*

*¡Te quedó **bien**, te ves un papi!*

*Se ve **muy bien**, te queda genial*

Del mismo modo, el uso de la interjección oh/uh/eh (13%) ayuda a intensificar el cumplido. El elemento compositivo *super* acompaña también al cumplido:

*¡**Ay**!, ¡te ves **super**lindo!, ¡Qué cambio!*

*¡**Huy**!, ¡Cómo quedaste de papacito!*

*Quedas **super**chévere con el corte*

En el mismo sentido, el uso del demostrativo ***ese*** (17%) puede funcionar como una palabra que enfatiza el objeto del cumplido. De hecho, Fernández Ramírez (1951, citado en Macias, 2006, p. 336) sostiene que el demostrativo tiene un uso expresivo. Cuando el demostrativo involucra un objeto presente al sentido de las personas, este puede funcionar como discriminante (actos de opción y de identificación) y como expresivo (actos estimativos). Con relación a la función expresiva el demostrativo tiene la función adjetiva, que es la función que predomina en las muestras:

*¡Te queda súper **ese** motilado!*

*Me encanta **ese** corte*

Por otro lado, el uso del extranjerismo ***look*** (12%) puede indicar que está directamente ligado cuando una persona tiene un nuevo motilado y es halagado por un amigo/a o compañero/a:

*¡Te ves bien con ese nuevo **look**!*

*¿Uh, nuevo **look**?*

De lo anterior se desprenden las siguientes dos conclusiones: (a) El uso frecuente del pronombre ***te*** se utiliza para llamar la atención del interlocutor y racionalizar el lenguaje, de esta manera se fortalece la imagen del hablante y de su interlocutor. El uso del vocativo implica que el hablante manifiesta una actitud de afecto, respeto o atención solidaria hacia su interlocutor (Alonso-Cortés, 1999). (b) El adverbio ***bien*** se utiliza como una forma neutra para describir el objeto del cumplido. Todo lo anterior se usa para efectos interaccionales. Por otro lado, el uso frecuente del verbo ***quedar*** y del adverbio ***bien*** podría ser producto guiado de la pregunta del cumplido, ya que esta los contiene en el enunciado.

Esquemas léxicos sintácticos

Debido a que los cumplidos son por naturaleza rutinarios (Manes y Wolfson, 1981; Siebold, 2008; Choi, 2008), aparecen frecuentemente dos tipos de esquemas léxicos sintácticos (a: 58%; b: 23%) para la producción del cumplido de apariencia física:

a. (interjección) + Pronombre + Verb. (ver/quedar/lucir) + (muy) + Adj./Adv. [29]

Ej. *¡uy, te ves bien!*

¡Te queda superlindo ese motilado!

b. (Interjección) + Verb. + (quedar/lucir) + (muy) + Adj./Adv.

Ej. *¡Uy, quedaste muy bien!*

¡Luces espectacular con ese look!

El ***lenguaje autocortés*** es otra de las estrategias interaccionales que utiliza el hablante. En el análisis de la producción del cumplido de apariencia física solo se encontró una muestra que involucra una comparación:

Uy, parce, qué cuca de motilado, pero más chimba es el mío

Creemos que este ejemplo de autocortesía no daña la imagen del interlocutor, debido a que la expresión tiene un tono jocoso y, por el contrario, refuerza los lazos de confianza entre los interlocutores. De hecho, el uso de la comparación se utiliza como recurso sintáctico que ***intensifica*** la fuerza ilocutiva del cumplido.

En el ***lenguaje coloquial***[30] se encontraron diferentes muestras a nivel morfosintáctico (44%):

¡Huy!, ¡Qué galán!, ¡mero motilado!, ¡bacano men!

¡Wooo!, ¡Qué cuca cómo quedó parce!

También se encontraron muestras a nivel léxico semántico (38%):

¿New look?; ¡te queda ***superhípermega*** *bien!*

Parce*, ¡****chimbita*** *de motilado!*

[29] Estas son las relaciones a las abreviaciones: Verbo (Verb.); Adverbio (Adv.); Adj. (Adj.).

[30] Algunos de los resultados de este análisis del lenguaje coloquial fueron publicados en el artículo titulado "El uso del lenguaje coloquial en los cumplidos en una población universitaria" (Lopera, 2014).

Es importante anotar que las muestras anteriores contienen lenguaje perteneciente al parlache[31] (*mero, bacano, cuca, parce*[32]), extranjerismos (*look, men*) y vulgarismo[33] con el sufijo *ita* (*chimbita*[34]) que cumplen usualmente la función de incrementar la fuerza ilocutiva del cumplido.

Se encontraron algunas muestras (1.6%) del ***conector metadiscursivo*** *pero* que ayuda a regular el inicio de la producción del cumplido:

> *Ah!, ¡**pero** qué estilo tu motilado!, ¡se ve muy bacano!*
>
> **Pero** ¡qué papacito!, ¡no, no, no!, ¡Qué lindo te ves así!, ¡quedaste mejor!

En el ***lenguaje humorístico*** (3%), se encontró que los informantes hacen uso del recurso morfosintáctico, ya que aumentan la fuerza ilocutiva del cumplido; también, algunas expresiones usualmente van acompañadas con la risa:

> *¡Huy!, ¡sexy!, ¡**ja, ja!***
>
> *¡Qué gonorrea más feo!, **¡ja, ja**!, no, mentiras, te queda bien*

Estas expresiones se utilizan para incrementar el vínculo entre los interlocutores (DiCioccio, 2012). Los ejemplos anteriores también dan muestra de los ***enunciados exclamativos*** que se encontraron en las respuestas de los cumplidos de apariencia física. Estos enunciados usualmente inician con signos exclamativos, con una interjección *huy, eh, hey* (9%) con el acompañamiento con *qué* o *cómo* (5%), o con preguntas retóricas (25%) que sirven para indicar sorpresa:

> *¡**Hey**, viejo**!, ¿cuándo te motilaste?***
>
> ***¿Nuevo look**?*, se te ve bien.
>
> ***¡Ay**!, ¡**Cómo** está de sexy!, quedaste bonito*

[31] El parlache se caracteriza por la transformación de palabras existentes en el idioma y crea unas nuevas. Por ejemplo hay adición de fonemas *bus* (buséfalo), supresión de fonemas *compañero* (ñero). También utiliza la inversión silábica de palabras *frío* (ofri), préstamo de términos de otras lenguas *lo siento* (ansorris), elementos onomatopéyicos *campanero* (tilín tilín), uso de prefijos *mujer bonita* (recuca), nombres de personas por semejanza fonética como *robo* (Roberto), metáfora *terminar un trabajo* (coronar), metonimia *policía* (verde) (Castañeda y Henao, 2001, 2013).

[32] Ubicamos al parlache dentro del lenguaje coloquial medellinense. Martinet (1976) sostiene que el argot evoluciona e ingresa a los modos de vida de las persona. En este caso el parlache se adhiere a las conversaciones coloquiales de la población universitaria. En el Anexo 6 se encuentra un glosario de las palabras del parlache encontradas.

[33] Los vulgarismos tienen la función anticortes. Zimmermann (2005, p. 249) sostiene que hay actos descorteses que no tienen como fin ofender o denigrar al interlocutor sino que hacen parte de un ritual o juego (en términos de Labov, 1996) en un grupo determinado donde los participantes colaboran mutuamente: los *anticorteses*.

[34] *Chimba /chimbita* es sinónimo popular de vagina. No obstante, el significado de esta palabra está cambiando y adopta el significado también de *bonito, bueno, genial*.

*¡**Qué** guapo!*

Por otro lado, el interlocutor refuerza aún más el enunciado exclamativo cuando indica su propio deseo (0.87%) de tener un mismo corte como el de su interlocutor:

*¡Ay Andre!, ¡quedaste linda!, ¿dónde te motilaste?, ¡**yo quiero**!*

*¡Gorda!, sencillamente ¡espectacular!; ¿dónde te lo hiciste?; **yo quiero uno igual***

Finalmente, se encontraron algunas ***unidades fraseológicas***[35] que tienen que ver con fórmulas rutinarias psicosociales con combinación libre (qué ___ tan/más/de__) (8%) y tienen la función de aumentar la fuerza ilocutiva del cumplido:

¡Qué nota de motilado!

¡Qué chimba de look!

Diferencias de género

En un estudio realizado de género en el lenguaje coloquial de España, Zernova (2000) encontró que las mujeres son más expresivas que los hombres. Los resultados de este estudio también arrojan que las mujeres fueron más expresivas y brindaron cumplidos más extensos (15%) que los hombres, debido a que utilizaron un mayor número de adjetivos calificativos (10%) al producir el cumplido tanto para los hombres como a las mujeres:

Mujeres	**Hombres**
¡Uh, me encanta tu corte, quedaste espectacular!	*Te ves bien*
¡Qué lindo tu motilado! ¿Dónde te lo hiciste?	*Te queda bien ese peinado*
¡Pero qué papacito!, ¡no, no, no, que lindo te ves así!, ¡quedaste mejor!	*¡Quedaste hasta bien!*

De hecho, una diferencia notable fue con el uso del elemento compositivo *super,* ya que las mujeres lo utilizan con mayor frecuencia (20%) más que los hombres, o lo hacen para incrementar la fuerza del cumplido:

[35] Para el análisis se verificaron las unidades fraseológicas en el Diccionario de Parlache (Castañeda & Henao, 2015), el Diccionario Fraseológico Documentado del Español Actual (Seco, Andrés & Ramos, 2004), y el Diccionario de la Lengua Española en línea DRAE. Además, se utilizó el programa lingüístico computacional Cratilo, el cual buscó frecuencias y arrojó información estadística de algunas de las UFs de los cumplidos. En el anexo 4 se encuentran relacionadas y analizadas todas las UFs de esta investigación.

*Te ves todo **súper** con ese motilado*

*Quedaste **super**bien*

*Tienes un **super**motilado*

En contraste, el discurso de los hombres fue más sintético al producir el cumplido. Del mismo modo, los hombres usaron un lenguaje más neutral, cuando producían cumplidos para otros hombres y un discurso más extenso y enfático para expresar cumplidos dirigidos a las mujeres:

Hombres	**Mujeres**
parce, quedaste bien	*Se te ve muy lindo el pelo así cortado*
Hey, viejo, ¿cuándo te motilaste?	*Quedaste preciosa, muñeca*
Bacano el nuevo corte	*Te luce ese motilado, te ves linda*

Se concluye que los interactuantes hombres tienden a proteger su imagen negativa evitando palabras feminizantes en su discurso al hacer un cumplido de apariencia a otros hombres. Finalmente, con respecto a la categoría *nada*, es decir, cuando no se produce ningún cumplido, aparece con mayor frecuencia (10%) en los hombres que en las mujeres. Se concluye, entonces, que las mujeres tienden a afiliarse con su interlocutor mucho más que los hombres, que en ocasiones optan por quedarse callados.

Diferencias entre los estudiantes, profesores y empleados.

No se encontraron diferencias significativas en la formulación de los cumplidos entre los estudiantes, los profesores y los empleados. Sin embargo, se podrían resaltar dos puntos importantes con relación a los estudiantes: (a) Se encontró una diferencia sutil en la relación con la palabra introductoria para los cumplidos, así: usan la palabra exclamativa ***qué*** (6%) más que los otros informantes y la palabra cómo un (4%) más. Veamos algunos ejemplos:

Estudiantes	**Profesores y empleados**
¡Qué linda estás!, te queda muy bien el pelo así	*¡Quedaste muy elegante!*
¡Cómo quedaste de bonita!	*Se te ve bien el nuevo look*
¡Qué milagro!, ¿quién es ese paspi[36]*?*	*Te luce el corte*
	¡Te ves hermosa!

[36] La palabra *paspi* (papi) quiere decir bonito. Esta palabra también involucra un personaje humorístico que aparece en programas televisivos de un canal regional.

Y (b) los estudiantes tienden a utilizar un lenguaje más coloquial (20%), en ocasiones con términos vulgares y palabras del parlache, especialmente los hombres:

¡Qué chimba de motilado!

Uh, parce, mera nota de motilado

¡tremendo motilado, mijo!

Diferencias entre las edades y los estratos socioeconómicos

Los informantes más jóvenes (18-30 años) tienden a ser mucho más expresivos en el uso de los cumplidos (25%) más que los otros informantes, quienes emiten los cumplidos de una manera más parca y neutra, ejemplos:

Edad 18-30 años	**Edad de 31 años en adelante**
¡Hey!, ¡te quedó mucho más bacano!	¡*Quedaste muy bien!*
¡Huy!, ¡cómo quedaste de papacito!	*¡Te quedó chévere!*
¡Parce!, ¡mero motilado!, ¡está mejor que el otro mil veces!	*Te queda bonito*

De hecho, en las muestras se evidencia el uso de diferentes interjecciones, diferentes formas de tratamiento y lenguaje coloquial, incluso el extranjerismo *look:*

*¡**Güeva**!, ¡le queda bien ese motilado!*

*¡**Huy**, qué cambio!, ¡te ves como querido!*

*¡**Huy**!, ¿nuevo **look**?, ¡**qué nota**!*

En contraste, los informantes de 50-80 años tienden a ser más neutros (80%) para la realización del cumplido de apariencia física:

¡Quedaste bien!

¡Te veo bien!

¿Dónde te motilaste?

Con relación a los estratos socioeconómicos, los estratos 1 y 2 (10%) tienden a ser más expresivos y coloquiales que los estratos de 3 a 6:

Estratos 1 y 2	**Estratos 3 a 6**
¡Quedaste superbién, mero pinta!	¡*Qué lindo corte!*
¿De dónde se cayó?; pero le luce, se ve hasta pinta	*Te luce el motilado*
¡Huy!, ¿cómo le decimos ya?, ¿Chayanne	*Te motilaste, te queda bien*

Baygon?

4.2 Cumplido de posesión

Con relación a las respuestas del enunciado "*Usted se encuentra con un amigo o compañero en la cafetería y nota que tiene un nuevo computador portátil de última generación, si deseara halagarlo, ¿qué le diría?; y si fuera una amiga o compañera, ¿qué le diría?*" y después de procesar la información, el programa Cratilo arrojó la siguiente información:

Tabla 3. Mayores frecuencias léxicas del cumplido de posesión

Palabra	**Categoría**	**Frecuencia**	**Porcentaje**	**Total encuestas**
Qué	Adverbio	318	43%	740
Muy	Adverbio	177	24%	
Oh/ uh/ eh/uy/ay	Interjección	155	21%	
Que/qué	Pronombre	96	13%	
Bacano/vacano	Adjetivo	89	12%	
Lindo	Adjetivo	74	10%	
Chévere	Adjetivo	66	9%	

Análisis

Como se puede observar en la tabla, los participantes utilizan con frecuencia ***enunciados exclamativos*** para brindar el cumplido de posesión el cual va introducido no solo con la palabra ***qué*** (43%), sino también con el acompañamiento de interjecciones ***oh, uh, eh, uy, ay*** (21%) y por los signos de admiración para llamar la atención del interlocutor:

*¡**Uy, ¡qué** supercomputador el que tenés!*

*¡uy, **qué** nota de PC!*

¡Qué maravilla de portátil!

Además, se hace un uso frecuente de preguntas retóricas o preguntas específicas del objeto del cumplido (34%) (Murillo, 2003) las cuales ayudan no solo al hablante a afiliarse con su interlocutor, sino también a mostrar sorpresa:

¿Compraste computador?, ¿Dónde lo compraste?, ¿Cuánto te valió?, ¿Qué especificaciones tiene?

Del mismo modo, hay uso frecuente del adverbio ***muy*** (24%) y del pronombre ***que*** relativo cuyo fin es de ***intensificar***. El elemento composito *super* también acompaña la producción del cumplido:

*¡**Muy** bacano el computador **que** tenés!*

***Muy** lindo, **muy** bacano*

***Super**chévere tu compu*

Finalmente, los participantes utilizan los adjetivos *bacano/vacano (*12%), *lindo* (10%) y *chévere* (9%) para describir el objeto del cumplido:

*Esta muy **bacano** tu portátil*

*¡Tan **lindo** tu portátil!, ¿cuánto te valió?, ¿dónde lo compraste?*

*¡Está super**chévere** y muy bonito!*

De lo anterior se desprende las siguientes conclusiones: (a) Los enunciados exclamativos tienen como fin intensificar la fuerza ilocutiva del cumplido, tal como lo indica Alonso-Cortés (1999) "corresponde a la realización de la fuerza ilocutiva del acto de habla expresivo o fuerza exclamatoria, marcada gramaticalmente por una clase de palabras exclamativas o palabras-*cu* (qué, cuál, cómo, cuánto), palabras que ponderan o intensifican algo que afecta al hablante" (p. 3995). (b) Con relación a la interjección, esta fortalece la fuerza ilocutiva de la oración exclamativa, ya que representa una manifestación del acto de habla expresivo de un estado mental del hablante. También la interjección llama la atención del interlocutor realizando una función apelativa (Haverkate, 1994; López Bobo, 2002) e intensifica la fuerza del cumplido. (c) El uso frecuente de los adjetivos calificativos: *bacano, chévere, lindo,* tiene como fin intensificar el objeto del cumplido. En suma, se concluye que la oración exclamativa, la interjección y los adjetivos calificativos se utilizan como elementos que intensifican. Igualmente, la intensificación se usa para reforzar la verdad de lo que se expresa y para hacer notar la intención del habla. (d) Se hace un uso frecuente de preguntas retóricas o preguntas específicas del objeto del cumplido. Alonso-Cortés (1999) argumenta que hay ciertas preguntas que implican que el hablante ha encontrado algo sorprendente de su interlocutor y emite una pregunta retórica. Este tipo de preguntas ayudan al hablante a afiliarse con su interlocutor y tienen como fin revitalizarlo lo cual conlleva a una cortesía valorizante (Albelda y Briz, 2010). Todo lo anterior se utiliza para efectos interaccionales.

Esquemas léxicos sintácticos

Debido a que los cumplidos son por naturaleza rutinarios (Manes y Wolfson, 1981; Siebold, 2008; Choi, 2008), aparecen frecuentemente dos tipos de esquemas léxicos sintácticos (a: 40%; b: 10%) para la producción del cumplido de posesión:

a. (Interjección) + Qué + Frase adjetival

Ej. *¡Qué cuca de computador!*
¡Eh, qué nota de computador!

b. (Interjección) + Qué + Sus. + (tan/más) Adj.[37]

Ej. *¡Uy, qué computador tan bacano!*
¡Qué computador más chévere!

El ***lenguaje coloquial*** es otra de las estrategias interaccionales que utiliza el hablante. A nivel léxico-semántico (42%), sobresalen algunas palabras que pertenecen al parlache (*bacano, chévere, cuca, poder, parce),* acortamientos de palabras *compu-tador* y *parce-ro* y vulgarismos *chimba, chimbita:*

*¡Qué **poder** de computador!, ¿me lo dejas ver?*
*¡Ay!, ¡Qué lindo computador!, **mera cuca***
*¡Uy!, ¡qué bacano ese **compu**!, ¿dónde lo compraste?*
*¡**Parce**, qué buen computador el que conseguiste!, ¿puedo verlo?*
*¡Qué **chimba**!, está muy **bacano***
*¿Nuevo?, está **chimbita**, ¿dónde lo compraste?, ¡ah, **qué bacano**!*

Con relación al ***lenguaje autocortés***, no se encontró muestra alguna en la producción de cumplido de posesión. Se encontraron algunas muestras (1.7%) del ***conector metadiscursivo*** *pero* que ayuda a regular el inicio de la producción del cumplido:

***Pero**, ¡Qué es esa opulencia!, está muy chévere tu compu.*

[37] Estas son las relaciones a las abreviaciones: Sustantivo (Sus.); Adjetivo (Adj.).

*¡Ah!, **pero**, ¡Qué hacendado!, está muy bonito tu compu, ¿es muy caro?, porque ese es de los buenos.*

En el último ejemplo también se encuentra el conector pragmático *porque* que ayuda a unir el discurso del cumplido.

Los informantes utilizaron algunas ***formas de tratamiento*** (20%) que tienen como objetivo manifestar una actitud de afecto y de solidaridad hacia el interlocutor *parce, vos, tu:*

*¡Uy, **parce**!, chimba de PC*

*¡Uy!, ¡Qué súper computador el que (**vos**) tenés!*

*¡**Tu** computador está muy bonito!*

Por otro lado, el interlocutor en ocasiones (1.6%) utiliza el pronombre en primera persona del singular para afiliase a su interlocutor:

*Está muy bacano, ¿dónde lo compraste?, ¡Qué lindo!, **yo** quiero uno*

*¡Ay!, tan bonito, **yo** quiero uno, ¡Qué rabia!*

En el ***lenguaje humorístico*** (2.7%), se encontró que los informantes hacen uso del recurso morfosintáctico, ya que aumentan la fuerza ilocutiva del cumplido:

Tenés mucha plata, ¡estás muy rico!

¡Qué parche de computador!, ¿de dónde se lo robó?, no mentiras, ¡Qué buen computador!

¡Qué buen PC!, ¡vos siempre tan caché! [38]

Finalmente, se encontraron algunas ***unidades fraseológicas*** (6.4%) que involucran fórmulas rutinarias psicosociales con combinación libre (qué ___ tan/más/de__) y tienen la función de aumentar la fuerza ilocutiva del cumplido:

¡Qué cuca de computador!

¡Qué nave de máquina!, ¿cuánto te costó?

¡Qué chimba de computador!, está una bacanería

También se encontró la locución adverbial con sentido religioso *gracias a Dios* (*Gracias a Dios* que te bendijo con ese nuevo computador).

[38] Para los lectores que viven en una cultura diferente a la medellinense, puede que no exista un tono jocoso en las expresiones. No obstante y debido a que el investigador es miembro de esa cultura, se puede confirmar que los eventos comunicativos de los cumplidos tienen un efecto humorístico. Previamente Barros (1990) indicó que las culturas no se ríen de las mismas cosas ni de los mismos temas.

Diferencias de género

De nuevo, se observa que las mujeres brindaron cumplidos más extensos (7%) más que los hombres:

Mujeres	**Hombres**
¡Qué bonito tu portátil mija!, ¡está súper!, me alegro mucho por ti, está superchévere	*¡Qué nota de PC!*
¡Tan chévere el computador!, ¡estamos muy actualizados!	*Bonita maquina*
Está súper ese PC!, ¿cuándo me lo prestas pues?	*¡Qué chimba de computador, parce!*

Además, fueron más descriptivas y utilizaron con mayor frecuencia adjetivos calificativos (9%) (Zernova, 2000) para brindar los cumplidos tanto a hombres como a mujeres (*lindo, bonito, chévere, bacano, súper*)*:*

*Está **superchévere** y muy **bonito***

*Tan **lindo** tú portátil, ¿cuánto te valió?, ¿Dónde lo compraste?*

*¡Qué computador tan **chévere**!,* está ***súper***

En contraste, los hombres utilizaron con frecuencia dos adjetivos calificativos *bacano y bonito* para la emisión del cumplido de posesión:

***Bacano** tu portátil;*

*Está **bonito** el portátil*

No obstante, el adjetivo *bacano* lo utilizaron para hacer el cumplido a los hombres y *bonito* para brindar el cumplido a las mujeres:

Hombres	**Mujeres**
*Está **bacano** ese computador*	*¡Qué **bonito** es tu computador!*
*¡Está muy **bacano**, qué chimba!*	*¡Muy **bonito** tu computador!*

Se concluye, entonces, que los hombres tienden a proteger su imagen negativa evitando tener un tono feminizante al utilizar algunos adjetivos *(lindo, bonito, chévere)* con otros hombres.

Diferencias entre los estudiantes, profesores y empleados

No se encontraron diferencias significativas entre los estudiantes, profesores y empleados para hacer un cumplido de posesión. Sin embargo, se podrían mencionar dos aspectos importantes con relación a los estudiantes: (a) Los estudiantes tienden a ser más

expresivos (22%), ya que utilizan más interjecciones, diferentes formas de tratamiento y son más exclamativos que los profesores y empleados:

Estudiantes	**Profesores y empleados**
¡Uy, amigo, mero PC, está bien bacano!	*Muy buen computador.*
¡Wow! Me gusta, ¿dónde lo compraste?	*Felicitaciones excelente equipo*
¡Qué belleza!, ¿estrenando?	*Te felicito por tu nueva adquisición*
¡Oe!, ¡Qué hay!, lindo PC.	*¿Está estrenando equipo?*

Den a utilizar un lenguaje más coloquial y en ocasiones con vulgarismos y palabras del parlache, especialmente los hombres:

*¡Uy, qué **chimba** de compu!*

*Uh, **guevón**, ¡qué **cuca** de computador!*

Diferencias entre las edades y los estratos socioeconómicos

Como sucedió en la producción del cumplido de apariencia física, los informantes jóvenes (18-30 años) (18%) tienden a ser mucho más expresivos que los otros informantes:

Edades 18-30 años	**Edades de 31 años en adelante**
Eh!, ¡Qué hay!, está chévere	*¡Qué buen computador compraste!*
¡Wow!, me gusta, ¿dónde lo compraste	*¡Lo felicito por su buena adquisición!*
¡Uy!, amigo mero PC, está bien bacano	*Excelente equipo*
¡Qué poder de portátil!	*Me gusta mucho tu computador, está muy bonito*

Para ser expresivos, los informantes jóvenes utilizan diferentes interjecciones, diferentes formas de tratamiento y lenguaje coloquial:

*¡**Uy**!, ¿quién **pompó**[39]?*

*¡Qué **chimba** de computador **parce**!*

*¡**Ay**!, superbonito tu **compu***

En contraste, los informantes de 50-80 años tienden también a ser más neutros (82%) para la realización del cumplido de posesión:

Excelente equipo

¿Está estrenando equipo?

[39] *Pompó* significa compró.

Finalmente y con relación a los estratos socioeconómicos, los estratos 1 y 2 (8%) tienden a ser más expresivos y coloquiales que los estratos de 3 a 6:

Estratos 1 y 2	**Estratos 3 en adelante**
¡Uy, parce!, ¡Qué elegancia de computador!	*Bacano tu computador*
¡Qué bonito!, ¡Qué poder!	*Es muy lindo*
Parce, ¿y esa nueva adquisición?, está muy bonito, ¡Qué chimba!	*Te felicito por tu nuevo equipo, ¿qué aplicaciones novedosas tiene?*

4.3 Cumplido de habilidad física

Con relación a las respuestas del enunciado "*Usted nota que su amigo o compañero tiene gran habilidad para hacer deporte, si deseara halagarlo, ¿qué le diría?; y si fuera una amiga o compañera, ¿qué le diría*" y después de procesar la información, el programa Cratilo arrojó la siguiente información:

Tabla 4. Mayores frecuencias léxicas del cumplido de habilidad física

Palabra	**Categoría**	**Frecuencia**	**Porcentaje**	**Total encuestas**
Qué	Adverbio	222	30%	740
Que/qué	Pronombre	165	22%	
Bien	Adverbio	177	24%	
Muy	Adverbio	175	24%	
Teso-a	Adjetivo	148	20%	
Oh/ uh/ eh/uy/ay	Interjección	67	9%	

Análisis

Como se puede observar en la tabla, los informantes utilizan con frecuencia los ***enunciados exclamativos*** introducidos con ***qué*** (30%), con el acompañamiento de las interjecciones: ***oh, uh, eh, uy, ay*** (9%) y por los signos de admiración tal como sucedió con el cumplido de posesión:

*¡**Qué** tan disciplinado!*

***Uy**, ¡sos un teso para jugar!*

*¡**Eh**, mera cuca para jugar!*

También, utilizan el ***que*** relativo para apoyar la evaluación positiva de la habilidad del interlocutor:

*Tan rico usted **que** es tan bueno para jugar*

*Tan bueno usted **que** hace deporte*

Del mismo modo, los adverbios ***muy*** y ***bien*** (24%) ayudan a ***intensificar*** al cumplido. El adverbio *tan* y el el elemento compositivo *super* pueden acompañar al cumplido:

*Juegas **muy bien**, sos tan teso para jugar*

*Usted es **muy** teso ¿Entrenas mucho?*

*¡Qué **bien** juegas!*

*Eres **muy** teso, juegas **tan bien***

Juegas ***super***bien

La palabra ***teso-a*** se usa con frecuencia (20%) como una forma de descripción de habilidad del interlocutor:

¿Cómo? Mero ***teso***, quien lo ve

¡Qué ***tesa*** sos vos!

De lo anterior se desprenden las siguientes conclusiones: (a) Las oraciones exclamativas introducidas con *qué* tienen como objetivo realzar la fuerza ilocutiva del cumplido. (b) Las palabras *teso/a* y *bien* se usan en la descripción de un cumplido de habilidad física en la población universitaria medellinense. (c) El adverbio *muy* y en ocasiones *tan* se utilizan para realzar la fuerza del cumplido. Todo lo anterior se utiliza para efectos interaccionales.

Esquemas léxicos sintácticos

Debido a que los cumplidos son por naturaleza rutinarios (Manes y Wolfson, 1981; Siebold, 2008; Choi, 2008), aparecen frecuentemente dos tipos de esquemas léxicos sintácticos (a: 34%; b: 9%) para la producción del cumplido de habilidad física:

a. (Interjección) + Qué + Adj./Adv.

Ej. *¡Uy, qué bacano!*

¡Qué bien juegas!

b. (Interjección) + Verb. + (ser/jugar) + (Art.)[40] + (Adv.) + Adj./Adv.

Ej. *¡Uy, sos un teso para jugar!*

[40] Relación a la abreviación: Artículo (Art.).

¡Juegas muy bien!

Las diferentes ***formas de tratamiento*** (19%) es otra de las estrategias interaccionales que utiliza el hablante. Nombres comunes (mija, parce, hermano), el voseo y el tuteo (explícito e implícito) se usan alternativamente como pronombres de tratamiento para brindar el cumplido de habilidad física:

Sos *muy teso,*
tú *eres muy buena para jugar*
parce, *sos mero calidoso*

Es importante destacar que el hablante utiliza el pronombre de primera persona del singular (2%) en la realización del cumplido para afiliarse al interlocutor:

Eres un teso. Ojalá ***yo*** *pudiera hacerlo*
Vos si sos teso, ome ¡Qué bacano! ***Yo*** *como soy de floja*

Con relación al ***lenguaje autocortés***, se encontraron dos ejemplos que dan muestra de la autocortesía:

Parce, calidoso bien. Tenés casi tanto talento como yo
Este man si es muy calidoso pa jugar, más teso que yo

En el primer ejemplo el hablante da a entender que su interlocutor es bueno, pero no tanto como él. En el segundo ejemplo el hablante da a entender que su interlocutor es mucho mejor que él, pero indica que él también es bueno "teso". En ambos casos la imagen del hablante no se ve como engreída, debido a que las expresiones tienen un tono jocoso y coloquial. Analizando otras muestras que tienen que ver con el ***lenguaje coloquial***, se encontró que sobresalen las oraciones introducidas por *qué* exclamativo (20%) acompañada por interjecciones en el nivel morfosintáctico:

¡***Ey, qué*** *teso sos!; ¡Jum!* ***¡Qué*** *duro!*
¡Ey*! vos sos muy teso parce,* ***¡Qué*** *bien!*

A nivel léxico semántico, los informantes hacen uso del parlache (46%) y de vulgarismos con la función de anticortesía:

Mera chimba*, jum tenés* ***mero*** *estado físico*
Esta ***gonorrea*** *es mero* ***monstruo***
Vos jugas bien, ***ome marica***

Se encontraron también algunas muestras del ***conector metadiscursivo*** *pero* (1.6%) que ayuda a regular el inicio de la producción del cumplido:

¡*Uy!* ***Pero*** *te rinde*

Sos buen deportista, ¡Qué envidia! ***Pero*** *de la buena.*

En el ***lenguaje humorístico*** (1.3%), se encontró que los informantes hacen uso del recurso morfosintáctico, ya que aumentan la fuerza ilocutiva del cumplido:

¿Cómo? Mero teso, quién lo ve!

Para algo tenía que servir

¡Eres superbueno! Ojalá puedas representarnos en los olímpicos

Finalmente, no se encontraron ***unidades fraseológicas*** en las muestras de habilidad física.

Diferencias de género

De nuevo, las mujeres (11%) se extienden más al brindar el cumplido de habilidad física que los hombres:

Tú eres un buen deportista. Con esa gran disciplina tendrás buenos logros, ¡súper!;

¡Qué dicha usted tan juicioso y disciplinado con el deporte!, ¡qué envidia!

¡Gorda!, ¡cómo tenés ese estado físico! ¡Superchévere!

En contraste, los hombres producen cumplidos más cortos y no son tan efusivos como las mujeres:

¡Muy teso!; ¡Hey!, qué bien, ¿cómo haces?

¡Te va muy bien, eres un "monstruo"!

El adjetivo evaluativo *monstruo* (1.3%) («bueno, grande») está siendo usado en la actualidad entre los jóvenes de género masculino, y se utiliza para intensificar el objeto del cumplido de habilidad, especialmente en deporte:

¡*Ey! Parce, sos mero* ***monstruo***

Mero, mero ***monstruo*** *pa jugar, ¿cómo hacés?*

Es importante anotar que se repite la palabra *mero* con efecto de ***intensificar***.

Por otro lado, los hombres utilizan con mayor frecuencia el *voseo* (70%) con interlocutores del mismo género al producir un cumplido de habilidad física:

Sos *muy bueno haciendo eso*

Hey, ***vos*** *sos muy calidoso; Sos un teso para el deporte*

Se podría concluir que el uso del voseo es una estrategia que ayuda al hombre a no tener una imagen feminizante ante su interlocutor de cercanía del mismo género, y apoya lo que argumenta Son Jang (2010), quien encontró que el uso del tuteo entre los

hombres puede llevar a un matiz feminizante en una población joven universitaria en Medellín.

Diferencias entre los estudiantes, profesores y empleados

Se encontró una diferencia significativa de uso de términos descriptivos: los estudiantes utilizan con mayor frecuencia *teso/a* (24%) que los profesores y empleados:

*¡Vos sos un **teso**!; ¡Sos superteso!;*

*¡Eres una **tesa** para jugar!*

En contraste, los profesores y empleados utilizan lexemas descriptivos más generales (15%) (bueno/a, bien, juciosa-o) que los estudiantes:

*¡Eres **bueno** para jugar!*

*¡Sos muy **bueno** para el deporte!*

Otra diferencia está relacionada con el lenguaje coloquial: Los estudiantes tienden a utilizar un lenguaje más coloquial (20%) y en ocasiones con vulgarismos y lexemas del parlache, especialmente los hombres:

*¡Huy, qué **gonorrea** más **teso** para jugar!*

*¡Sos un "**monstruo", parce**!*

Diferencias entre las edades y los estratos socioeconómicos

Como se ha expresado previamente en los otros cumplidos, la población más joven (18-30 años) tiende a ser mucho más expresiva (16%) que las otras poblaciones. Para la emisión de los cumplidos de habilidad física, los informantes jóvenes utilizan diferentes interjecciones, diferentes formas de tratamiento y lenguaje coloquial:

*¡**Ah**!, Es que este **man** es un monstruo*

*¡**Jum**!, ¡Qué duro!*

*¡**Uy**!, ¿cómo? Este **man** sabe ¿Me va a enseñar?*

*¡**Ey**!, **Parce**, sos mero monstruo; ¡Qué tesa sos vos!*

En contraste, los informantes de 50-80 años tienden a ser más neutros (83%) para la realización del cumplido:

Eres un excelente deportista

Felicitaciones ¡lo haces muy bien!

Muy bien, te felicito

Finalmente y con relación a los estratos socioeconómicos, los estratos 1 y 2 tienden a ser más expresivos y coloquiales (12%) que los estratos de 3 a 6:

¡*Monstruo, sos un animal*

¡Uy!, me dejaste impresionada, sos un teso

Parce, ya tiene a qué dedicarse

4.4 Cumplido de habilidad psicológica

Con relación a las respuestas del enunciado "*Usted nota que su amigo o compañero tiene gran habilidad para los idiomas, si deseara halagarlo, ¿qué le diría?; y si fuera una amiga o compañera, ¿qué le diría?*" y después de procesar la información, el programa Cratilo arrojó la siguiente información:

Tabla 5. Mayores frecuencias léxicas del cumplido de habilidad psicológica

Palabra	**Categoría**	**Frecuencia**	**Porcentaje**	**Total encuestas**
Qué	Adverbio	200	27%	740
Que	Pronombre	125	17%	
Bien	Adverbio	148	20%	
Muy	Adverbio	125	17%	

Análisis

De nuevo y como lo muestra la tabla, los informantes recurren al uso frecuente de los ***enunciados exclamativos*** introducidos con la palabra ***qué*** (27%), por signos de admiración y en ocasiones con el acompañamiento de interjecciones (8%) ***oh, uh, eh, uy, ay***:

¡***Qué*** *rico hablar así!*

¡***Uy***, ¡***qué*** *bien hablas!*

¡***Ay***, ***qué*** *buena eres para los idiomas!*

Del mismo modo, utilizan el ***que*** relativo (17%) para apoyar la evaluación positiva de la habilidad del interlocutor:

¡Tan chévere ***que*** *tengas esas habilidades!*

¡Tan rico ***que*** *manejas tan bien el idioma!*

También, los adverbios ***muy*** (17%) y ***bien*** (20%) son términos que ayudan a ***intensificar*** la emisión del cumplido de habilidad psicológica. En ocasiones el elemento compositivo *super* sirve para incrementar la fuerza ilocutiva:

*Eres **muy** bueno para los idiomas*

*Hablas **muy bien***

*Eres un **superteso** para el inglés*

De lo anterior se desprende las siguientes conclusiones: (a) La oración exclamativa introducida por la palabra *qué* tiene como fin intensificar la fuerza ilocutiva del cumplido. (b) Los términos *muy* y *bien* se utilizan también para realzar la fuerza del cumplido. Todo lo anterior se utiliza para efectos interaccionales.

Esquemas léxicos sintácticos

Debido a que los cumplidos son por naturaleza rutinarios (Manes y Wolfson, 1981; Siebold, 2008; Choi, 2008), aparecen frecuentemente dos tipos de esquemas léxicos sintácticos (a: 25%; b: 21%) para la producción del cumplido de habilidad psicológica:

a. (Interjección) + Qué + Adv. (bien) + Verb. (hablar)

Ej. *¡Uy, qué bien hablas!*

¡Qué teso, vos sabés mucho!

b. (Interjección) + Verb. (hablar/ser) + (Art.) + (Adv.) + Adj./Adv.

Ej. *¡Uy, sos un teso para los idiomas!*

¡Hablas muy bien!

El ***lenguaje autocortés*** es es otra de las estrategias interaccionales que utiliza el hablante. Se encontró una muestra donde el hablante utiliza varios idiomas que tiene como fin mostrar su propia habilidad ante su interlocutor de una manera implícita y jocosa:

Parla italiano? Do you speak english! Omlete do Fromagge

En el ***lenguaje coloquial***, se encontró que sobresale el nivel morfosintáctico, ya que los interlocutores utilizan oraciones introducidas por *qué* exclamativo (18%) acompañadas por interjecciones:

***Ah ¡Qué** teso!*

***Huy**, ¡sos un teso para el inglés!, ¡**Qué** bueno, podrías enseñarme alguito!*

*¡**Qué** rico, te felicito!*

A nivel léxico semántico, los informantes (22%) hacen uso del parlache y de vulgarismos:

*¡**Mero** gringo!*

*¡Ay, Qué **chimba**! ¡Enseñame!*

*Jum, eres un **teso!** Tan bueno*

Para llamar la atención o dirigirse al interlocutor, el hablante utiliza diferentes ***formas de tratamiento*** (9%) *vos, tú, parce:*

***Parce**, ¡Qué bacano, sos mero teso!*

*¡**Eres** un teso!*

*¡**Vos** sos superinteligente!*

Es importante rescatar que en una misma producción de cumplido, el hablante puede alternar diferentes formas de tratamiento como en el ejemplo que aparece a continuación:

***Parce, usted** es el que yo necesito para que me explique portugués*

También, el hablante hace uso del pronombre de primera persona (3.8%) para afiliarse a su interlocutor:

*Qué chévere! ¿cómo lo haces que **yo** no puedo?*

*¡Qué teso! ¡Ojalá **yo** fuera así!*

Se encontraron también algunas muestras (0.7%) del ***conector metadiscursivo*** *pero* que ayuda a regular el inicio de la producción del cumplido:

*Eh, **pero** este man sabe de todo*

*¡Qué nota eso **pero** es muy duro!*

En el ***lenguaje humorístico*** se encontró que los informantes (1.9%) hacen uso del recurso morfosintáctico por su carga expresiva, ya que aumentan la fuerza ilocutiva del cumplido:

¡Cómo! Tan gringo, vea pues

¡Ay, tan bilingüe! ¡Qué haremos pues! Ja, ja. ¡Muy bacano!

Finalmente, no se encontraron muestras que incluyeran unidades fraseológicas.

Diferencias de género

De nuevo, ha sido reiterativo en los otros cumplidos que las mujeres (9%) producen cumplidos más extensos que los hombres:

Mujeres	**Hombres**
Yo quiero hablar ese idioma como vos, me encanta como lo hablas; *¡Jum! ¡Qué chévere que sepás tanto de idiomas!, ¿cuándo me vas a enseñar?* *¡Qué juiciosa!, ¡qué chévere tener esa facilidad con los idiomas*!	*Uy, ¡Qué bien!* *Sos mera tesa, felicitaciones* *Uy, ¡Qué bien lo haces!*

Además, las mujeres tienden a utilizar el término descriptivo *rico* (9.5%) para la producción del cumplido de habilidad psicológica:

*¡Qué **rico** aprender ese idioma!, cómo habla de bien*

*¡Tan **rico** que aprende tan fácil!*

Los hombres, en cambio, tienden a utilizar el término del parlache *teso/a* (19%) para el cumplido de habilidad psicológica:

*¡Usted es muy **teso** para eso!*

*¡Sos una **tesa**!*

Diferencias entre los estudiantes, profesores y empleados

Una de las diferencias que ha sido constante está relacionada con el lenguaje coloquial: Los estudiantes, y en especial los hombres, tienden a utilizar un lenguaje más informal (18%) y en ocasiones con vulgarismos y lexemas del parlache que los profesores y empleados:

Estudiantes	**Profesores y empleados**
*¡**Mero teso** para los idiomas este man!* *¡Qué **chimba, parce**!* *¡Sos **superteso**!* *¡**Parce**, muy **chévere** que sepas otro idioma!*	*Hablás bien el inglés* *!Qué bien por ti!* *¡Vas muy bien!* *¡Qué bien hablas inglés!*

Diferencias entre las edades y los estratos socioeconómicos

Como se ha demostrado previamente en los otros cumplidos, la población más joven (18-30 años) (16%) tiende a ser mucho más expresiva que las otras poblaciones. Para la emisión de los cumplidos de habilidad psicológica, los informantes jóvenes utilizan algunas interjecciones, diferentes formas de tratamiento, lenguaje coloquial, *cómo* exclamativo y el elemento compositivo *super*:

*¡Tan pilo!; ¡Sos **superteso**!*

*¡**Eh**, quieto*[41]*! Hasta políglota salió*

***Vos** sos muy **teso** para hablar inglés*

*¡**Cómo** hablas de bacano, se te escucha genial!*

***Parce**, **vos** sos un **teso** para los idiomas*

En contraste, los informantes de 50-80 años tienden a ser más neutros (87%) para la realización del cumplido:

Genial que la juventud maneje otro idioma

Te felicito, muy chévere saber inglés

Finalmente y con relación a los estratos socioeconómicos, los estratos 1 y 2 tienden a ser más expresivos y coloquiales (11%) que los estratos de 3 a 6:

Estratos 1 y 2	**Estratos 3 a 6**
¡Oe!, El bilingüe	*¡Eres muy inteligente!*
¡Vos sos superinteligente!	*¡Vas muy bien!*
Parce, Qué bacano! Sos mero teso	*¡Qué bueno tener tu habilidad!*
¡Qué teso! Ojalá yo fuera así	*¡Te va muy bien con los idiomas!*

4.5 Conclusiones

Al aplicar el cuestionario de hábitos sociales sobre los cumplidos a 740 informantes (estudiantes, profesores y empleados) de la Universidad de Antioquia, Medellín, se concluye lo siguiente:

A nivel general

[41] *Eh, quieto* es una expresión que le indica asombro al interlocutor.

Los interactuantes utilizan los cumplidos como una forma de aumentar la imagen positiva de los interlocutores. Para la realización de los cumplidos, los informantes utilizan diferentes estrategias y términos: intensifican la fuerza del cumplido con el uso del adverbio ***muy*** (*muy bacano, muy bonito, muy teso*) y compositivo ***super*** (*superbacano, superteso*) en sus interlocuciones. También, los informantes utilizan con gran frecuencia enunciados exclamativos introducidos por ***qué*** en los cumplidos de posesión, habilidad física y habilidad psicológica *(¡Qué cuca de computador!; ¡Qué man tan teso para jugar!; ¡Qué bueno eres para los idiomas!*) y el acompañamiento de signos de admiración e interjecciones en posición inicial de oraciones exclamativas *(¡Uy, qué cuca de computador!; ¡Oh, qué look*!).

A nivel de diferencias de género, se encontró que los hombres tienden a proteger su imagen negativa evitando tener un tono feminizante al utilizar algunos adjetivos calificativos (*lindo, bonito, chévere)* o el uso del *tuteo* con otros hombres. En contraste, las mujeres producen cumplidos más extensos y son más expresivas que los hombres. Finalmente, se resaltan dos características entre los estudiantes, profesores y empleados: (a) los estudiantes tienden a ser más expresivos que los profesores y empleados y (b) los estudiantes tienden a utilizar un lenguaje más coloquial y en ocasiones con vulgarismos y términos del parlache, especialmente los hombres *(¡El computador que compraste es superdivino!; ¡Mera cuca de portátil!; ¡Qué gonorrea tan teso para jugar!*). No obstante, el uso de los vulgarismos tiene la función de anticortesía y la imagen del interlocutor no se ve afectada.

Con relación a las edades y estratos socioeconómicos, los estratos más bajos (1 y 2) y la población más joven tienden a ser más expresivos y coloquiales que las otras poblaciones (*¡Ah!, Es que este man es un monstruo; ¡Jum! ¡Qué duro!; Uh, guevón, ¡qué cuca de computador!).*

Para la producción de los cumplidos, los informantes utilizan diferentes formas lingüísticas y estrategias interaccionales que aumentan la carga expresiva del cumplido. Entre las formas lingüísticas y las estrategias interaccionales se encuentran lenguaje autocortés *(Parce, calidoso bien. Tenés casi tanto talento como yo),* lenguaje humorístico *(¡Qué gonorrea más feo!, ¡ja, ja!, no, mentiras, te queda bien),* unidades fraseológicas *(¡qué cuca de computador!),* lenguaje coloquial *(¡Qué chimba!, está muy bacano),* enunciados exclamativos *(¡qué tan disciplinado!),* marcadores discursivos *(¡Uy!, Pero te rinde!),* intensificación *(eres muy teso, juegas tan bien) y* formas de tratamiento (*tú eres muy buena para jugar*). Con relación a estos últimos, en ocasiones, el interlocutor utiliza el

pronombre en primera persona ***yo*** para afiliarse aún más con su interlocutor (*Eres un teso. Ojalá yo pudiera hacerlo*). Todos estos características lingüísticas las utiliza el hablante para afiliarse no solo a su interlocutor, sino también para elevar la fuerza ilocutiva del cumplido.

En términos generales, los interactuantes prefieren utilizar tres estrategias para la producción del cumplido: La oración exclamativa prototípica introducida por la palabra ***qué*** *(¡Uy, qué cuca de computador!; ¡Qué look tan bacano!*); el uso de las interjecciones en posición inicial ***oh, uh, eh, uy, ay*** (*¡Uy!, cómo juegas de bien; Eh, qué bien juegas*) y el adverbio ***muy*** para intensificar la fuerza ilocutiva (*¡Hablás muy bien!; Tienes un computador muy bacano*).

A nivel específico

Cumplidos de apariencia física

El pronombre personal átono de segunda persona del singular ***te*** aparece con gran frecuencia como una forma de tratamiento entre los amigos o compañeros para hacer el cumplido, y concuerda con lo expresado por Son Jang (2010) acerca del uso del ***tuteo*** en las fórmulas de tratamiento entre la población joven universitaria medellinense. Por otro lado, los verbos *lucir, quedar* y *verse* acompañan con frecuencia al cumplido de apariencia. También, el extranjerismo ***look*** y el adverbio ***bien*** acompañan con frecuencia la descripción del cumplido de apariencia, en este caso de un nuevo corte de cabello. Finalmente, el pronombre demostrativo ***ese*** funciona como palabra que enfatiza el objeto del cumplido. A nivel de género, las mujeres utilizan más adjetivos calificativos que los hombres. De hecho, uno de los elementos compositivos que más utilizan las mujeres es ***super*** (*quedaste superbien)*. En contraste, los hombres fueron más neutrales, especialmente al brindar el cumplido a los hombres. Finalmente, el no hacer un cumplido aparece con más frecuencia en los hombres que en las mujeres; se concluye que las mujeres tienden a afiliarse con su interlocutor mucho más que los hombres al brindar un cumplido de apariencia.

Cumplidos de posesión

Los informantes hacen un uso frecuente no solo de preguntas retóricas o preguntas específicas del objeto del cumplido (*¿Compraste computador?, ¿dónde lo compraste?, ¿cuánto te valió?, ¿qué especificaciones tiene?),* sino también de interjecciones (*oh, uh, eh, uy, ay*). También, hay un uso frecuente del *que* relativo

(¡Muy súper el computador que tenés!) que intensifica no solo la fuerza ilocutiva del cumplido, sino también para apoyar la evaluación positiva que se hace a través del halago. Igualmente, se hace un uso frecuente de los adjetivos *bacano, chévere, lindo* para describir el objeto del cumplido de posesión. Finalmente, a nivel de género las mujeres utilizan más adjetivos calificativos (*lindo, bonito, chévere, bacano, súper)* que los hombres (*bacano, bonito*). Las mujeres utilizan estos términos para brindar el cumplido tanto a los hombres como a las mujeres. En contraste, los hombres utilizan con mayor frecuencia el adjetivo descriptivo *bacano* para hacer el cumplido a los hombres y la palabra *bonito* para brindar el cumplido a las mujeres.

Cumplidos de habilidad física.

Los informantes utilizan con gran frecuencia adjetivo calificativo ***teso/a*** y el adverbio ***bien*** para la descripción del cumplido. En ocasiones utilizan el adverbio ***tan*** para aumentar la fuerza del cumplido. Igualmente, el *voseo* y *tuteo* (explícito e implícito) se usan alternativamente como pronombres de tratamiento para brindar el cumplido de habilidad física, indicando una actitud de afecto o atención solidaria hacia el interlocutor y por lo consiguiente realza la imagen positiva de los interactuantes. Por otro lado, a nivel de género los hombres utilizan con mayor frecuencia el voseo con interlocutores del mismo género al producir un cumplido de habilidad física. Finalmente, se encontró una diferencia notoria entre los estudiantes, profesores y empleados: los estudiantes utilizan con mayor frecuencia el adjetivo descriptivo *teso/a* que los profesores y empleados cuando producen un cumplido de habilidad física.

Cumplidos de habilidad psicológica.

Como sucedió también con los cumplidos de habilidad física, hay un uso frecuente del adverbio ***bien*** para la descripción del cumplido. Del mismo modo, utilizan el ***que*** relativo para apoyar la evaluación positiva de la habilidad del interlocutor. A nivel de género, las mujeres tienden a utilizar el adjetivo descriptivo *rico* y los hombres teso. Finalmente, los informantes más jóvenes (18-30 años) tienden a utilizar más el *cómo* exclamativo y el elemento compositivo *super* en la producción de los cumplidos.

Capítulo 5

Resultados y análisis cuestionario "*responder cumplidos"*

En este capítulo describimos los resultados del cuestionario de hábitos sociales en la respuesta de los cumplidos[42]. A diferencia del capítulo anterior, en este apartado analizamos y describimos los patrones de reacción de respuestas de los informante, basados en las mayores frecuencias que arrojó el programa computacional para el procesamiento de datos lingüísticos Cratilo. También, reportamos las estrategias interaccionales o pragmáticas y las formas lingüísticas que emergieron del análisis y describimos el análisis sociolingüístico que incluye las variables de género, estrato socioeconómico, edad y de vinculación de los participantes a la universidad (estudiantes, profesores y empleados). Finalmente, reportamos las conclusiones de dicho análisis.

Como se mencionó en el apartado de la metodología, se aplicó un cuestionario de hábitos sociales (Anexo 2) a 729[43] estudiantes, profesores y empleados de diferentes dependencias de la Universidad de Antioquia en el segundo semestre del 2012. Los informantes participaron de una manera voluntaria y se les explicitó que la información sería utilizada para efectos investigativos.

Resultados

729 registros de respuestas a cumplidos fueron analizados, de los cuales:

- 619 registros corresponden a los estudiantes
- 62 registros corresponden a los profesores

[42] Algunos de los resultados de este análisis fueron publicados en el artículo titulado "Estrategias de respuestas de los cumplidos" (Lopera, 2015b).

[43]Los participantes eran estudiantes de pregrado. Los profesores poseían títulos de posgrados. Con relación a los empleados, en su gran mayoría poseían títulos tecnológicos, profesionales y con posgrados.

- 48 registros corresponden a los empleados

Con relación al género masculino y femenino, 459 registros corresponden a mujeres y 270 a hombres. Con relación a las edades, 632 encuestas corresponden a las edades entre 18 y 30 años; 82 encuestas corresponden a las edades entre 31 y 50; 15 entre las edades 51 y 70. Finalmente y con relación a los estratos socioeconómicos, 254 corresponden a los estratos socioeconómicos 1 y 2; 429 a los estratos 3 y 4; 46 corresponden a los estratos 5 y 6.

5.1 Cumplido de apariencia física

Con relación a las respuestas del enunciado "Usted tiene un nuevo motilado[44] y uno de sus amigos o compañeros le dice "huy, como te ves de bien así", ¿Qué respondería?", y después de procesar la información, el programa Cratilo arrojó la siguiente información:

Sobresale la estrategia de ***aceptar*** con la subestrategia de ***agradecer*** (54%):

¡Gracias![45]

Gracias, hermano

Muchas gracias, ja, ja, ja

Le sigue la estrategia de ***desviar*** con la subestrategia de ***explicar*** (15%):

Me motilé ayer

¡Ah, vos sabes!, Se hace lo que se puede para organizarse

Ah, es que fui a cortarlo un poco y a arreglarlo; el señor de la peluquería es muy teso

El porcentaje restante (31%) equivale a las estrategias de *aceptar* (con las subestrategias de *bromear* y *estar de acuerdo*) y *desviar* (con las subestrategias de *dudar* y *no reaccionar*):

Bromear: *Muchas gracias, espero no te enamores de mí... Jaja, ja, ja*[46]

Estar de acuerdo: *¡Eh! Muchas gracias. A mí también me gustó mucho*

Dudar: *¿Tú crees?*

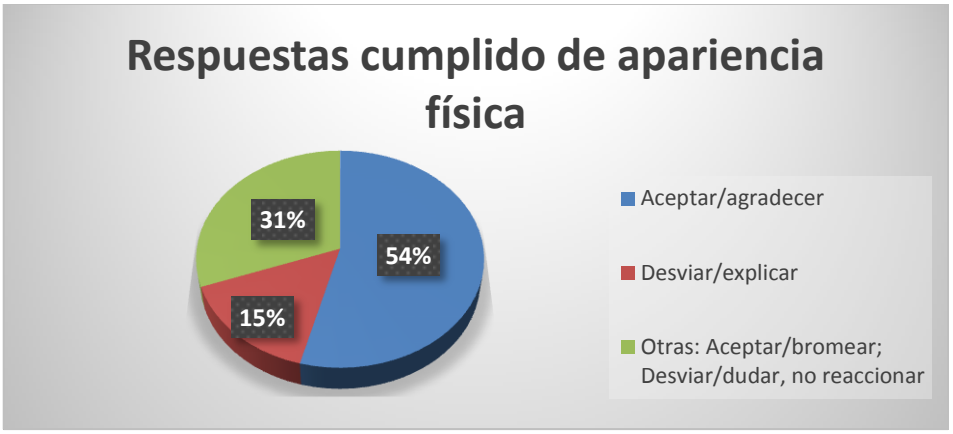
No reaccionar: *nada* (Ø)

[44] *Motilado* hace referencia a un corte de cabello.

[45] Algunos de los ejemplos pueden tener errores de puntuación u ortagráficos debido a que son las muestras reales de los informantes.

[46] Esta muestra también podría ir en la estrategia de ***aceptar*** con la subestrategia de ***agradecer***. No obstante, tomamos la decisión en clasificarla en la subestrategia de *bromear* debido al complemento final que ofrece, ya que brinda más elementos interaccionales. El mismo criterio se aplicó en otras muestras.

La siguiente Gráfica muestra los porcentajes de las estrategias de respuesta a los cumplidos de apariencia física:



Gráfica No. 1 Respuestas cumplido de apariencia física

Con relación a las combinaciones de las respuestas a los cumplidos, sobresalen las subestrategias de *agradecer* y *explicar* (12%):

Muchas gracias, nuevo look

Gracias, se siente muy diferente, pero a mí también me gustó

Gracias, es bueno cambiar de look de vez en cuando

- **Estrategias interaccionales o pragmáticas y formas lingüísticas**

Los informantes utilizan las siguientes estrategias interaccionales o pragmáticas y formas lingüísticas en sus respuestas:

Lenguaje autocortés: los interlocutores respondieron con un lenguaje autocortés (3.5%) que tiene como fin no solo ser más expresivo, sino también afiliarse a su interlocutor. Es importante anotar que la imagen del interlocutor no se ve amenaza por el tono jocoso de la expresión:

¡Ah!, Yo me veo bien como sea

Gracias, ya lo sé, ja, ja

Muchas gracias, ya lo sabía

Lenguaje humorístico: se encontró que los informantes hacen uso del recurso morfosintáctico (10%) que ayuda a ponderar la respuesta. También, la risa en ocasiones acompaña la respuesta:

Pa que vea que los milagros existen

Muchas gracias, espero no te enamores de mí... ***Jaja, ja, ja***

El que es bonito es bonito; usted sabe, ***jajaja***

La intensificación: la intensificación se presenta en el nivel sintáctico (6.5%) debido a los enunciados exclamativos o unidades fraseológicas en las respuestas:

¡Ay!, ¡Gracias!

¡Sí!, ***la actitud es lo que cuenta***

¡Ay!, ***muchas gracias***!

Los marcadores discursivos: se encontraron diferentes conectores metadiscursivos (5.2%) que sirven para mantener el contacto entre los interlocutores:

¿***Te parece***? ah, bueno gracias, que se va a tomar

¿***Sí***?, muchas gracias

¿***Sí? ¿Te parece***?

Formas de tratamiento: Se encontraron diferentes formas de tratamiento (5%) que incluyen formas nominales, pronominales y vocativas en las respuestas que en ocasiones se utilizan para dirigirse o llamar la atención a su interlocutor (*hermano, ome, mija, mami, nena, pana, viejo, bebé, linda, tú, vos, parce-ro*):

Sí, ***hermano****, gracias*

Muchas gracias, ***bebé***

Parce, ***usted*** *sabe*

En el último ejemplo se alternan (yuxtaposición) dos formas de tratamiento en un mismo turno (***parce, usted***)

Unidades fraseológicas: se encontraron algunas fórmulas rutinarias psicosociales (17%) que tienen la función de aumentar la fuerza ilocutiva de la respuesta del cumplido:

Muchas gracias*, esa era la idea, verme mejor*

Ahí lo tiene ***a la orden***

Gracias! ¡Qué linda! ***Ya era hora*** *de un cambio*

Se encontraron también las locuciones adverbiales (2.8%) ***de veras*** (*¿De veras? Muchas gracias*)**;** ***cierto que sí*** (*¿Cierto que sí? Es superchévere*); ***en serio*** (*¿En serio?, Ah, muchas gracias*); ***en/la/de verdad*** (*Gracias mi vida, ¿de verdad?*); ***sobre todo*** (*jajaja sobre todo*); ***al menos/ menos mal*** (*Gracias, menos mal; Gracias, al menos me quedó bien, tenía un susto que no me luciera para la forma de mi cara*); ***para nada*** (*Pues a mí no*

me gustó para nada). Finalmente, se encontró la **paremia *el que es lindo es lindo*** (*Eh gracias, vos sabés que el que es lindo es lindo*)[47]

Lenguaje coloquial: sobresale el nivel léxico-semántico (5.4%) que involucra léxico argótico y frases, y el extranjerismo *look*:

*¡**Sisas**, **guevón**!*

*Muchas gracias. Siempre me gustó cambiar de **look***

*Gracias, **viejo***

Enunciados exclamativos: los informantes utilizaron preguntas retóricas (11.5%), signos de admiración e interjecciones en posición inicial (7.1%) en las respuestas que tienen como fin enfatizar, llamar la atención del interlocutor o como un recurso expresivo:

¿Sí, me queda bien?

¿Será que sí?

*¡**Ay**! Muchas gracias*

En ocasiones utilizan la inversión sintáctica para ponderar:

Ah, ***una chimba de c***orte, es lo último en guarachas

- **Diferencias**

Género: los ***hombres*** tienden a utilizar más formas de tratamiento (2.3%), un lenguaje más coloquial (6.3%) y un mayor número de elementos humorísticos (15.7%) que las mujeres:

¡Ah! Yo me veo bien como sea

*¿Te parece? Ah bueno gracias, **qué se va a tomar***

*Si **parce** yo sé que estoy muy **chimba***

En contraste, las ***mujeres*** tienden a hacer más exclamativas, ya que utilizan más marcadores discursivos (7%), más interjecciones (3.6%) y más unidades fraseológicas (fórmulas rutinarias psicosociales) (15.9%) que los hombres:

*¡Ay!, **muchas gracias***

*¿**Sí**? Muchas gracias*

*¿**De verdad***? Qué linda, gracias

Vínculo con la universidad: los estudiantes también tienden a ser más coloquiales (2%), más expresivos (3%) y con mayor sentido del humor (1.7%) que los profesores y empleados:

Estudiantes **Profesores y empleados**

[47] En el anexo 4 se encuentran relacionadas y analizadas todas las unidades fraseológicas en el cuestionario que se aplicó.

¡*Ah! Qué gente tan* ***boba****, me veo normal*
Eh gracias, vos sabés que ***el que es lindo es lindo***
¡Una belleza!, ***Jajaja***
Qué lindo*, mil gracias*
Mil gracias
Gracias
Muchas gracias, hace rato quería un cambio
Muchas gracias

Edad y estrato socioeconómico: la población más joven (18-30 años) y los estratos bajos y medios (1 y 2; 3 y 4) tienden también a ser más informales (2%), más expresivos (3%) y con mayor sentido del humor (5%):

Informantes 18-30 años

Gracias ***mijo****, usted sabe que* ***yo soy lo mejor***
*¿****En serio****? Muchas gracias*
Ja, ja, ja*,*
¡Gracias! ***Al César lo que es del César***
Estrato socioeconómico 1 a 4
Gracias ***men***
Jajaja*,* ***no ¡divina!***
La peluquería es ***superbuena****, ¡tienes que ir!*
*¿****En serio****? Me gustó mucho a mí también*

Informantes de 31 años en adelante
Gracias, si me sirvió el cambio
Gracias por el cumplido
Me encanta que lo diga
¡Muchas gracias!
Estrato socioeconómico 5 y 6
Muchas gracias chico
Muchas gracias

5.2 Cumplido de posesión

Con relación a las respuestas del enunciado "*Usted lleva a la universidad un nuevo computador de última generación, y uno de sus amigos o compañeros le dice "Ah, qué computador tan bacano el que tenés, ¿Qué respondería*?", y después de procesar la información, el programa Cratilo arrojó la siguiente información:

Sobresale la estrategia de ***aceptar*** con la subestrategia de ***agradecer*** 28%:

Ja, ja, ja, Gracias

¡Gracias!

¡Muchas gracias!

Le sigue la estrategia de ***aceptar*** con la subestrategia de ***estar de acuerdo*** (25%):

Sisas, mero parche de computador

Sí, me gustó mucho cuando lo vi, y decidí comprarlo

¡Cierto que sí! Es muy lindo

Continúa, en su orden, la estrategia de ***devolver*** con la subestrategia de ***ofrecer el objeto del cumplido*** (22%):

A la orden cuando lo quieras

Ahh, muchas gracias, ahí lo tiene a la orden, mijo[48]

¡A la orden, mijo!

Finalmente, le sigue la estrategia de ***desviar*** con la subestrategia de ***explicar*** (16%):

¡Ay!, muchas gracias, lo tengo hace dos semanas

¿Cierto? Me lo regaló mi papá

Lo compré en Monterrey la semana pasada

El porcentaje restante (9%) equivale a las estrategias de *aceptar* (con las subestrategias de *bromear* y *expresar alegría*) y desviar (con las subestrategias de *dudar* y *no reaccionar*):

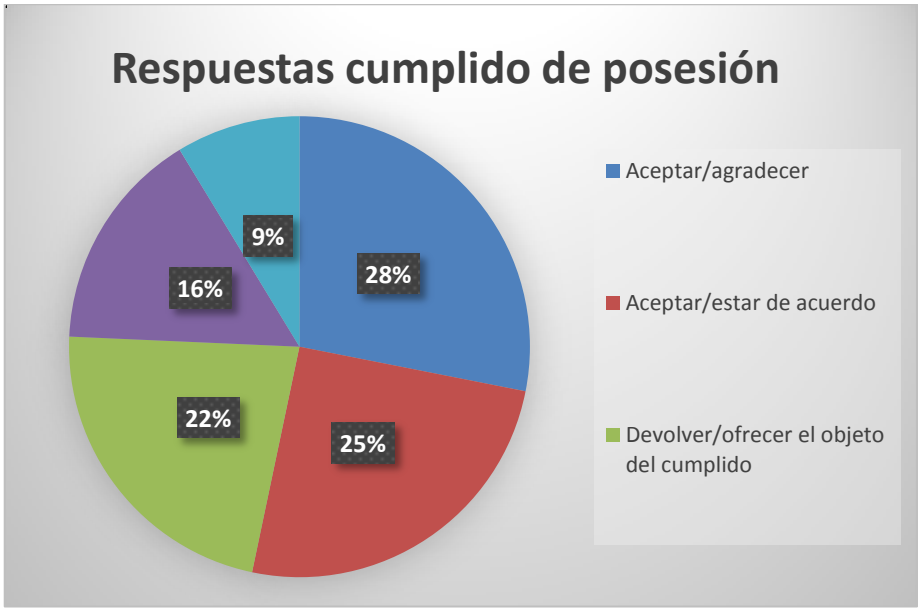
Bromear: *y eso que no lo ha visto funcionando, es una putería*

Expresar alegría: *estoy feliz con mi nuevo computador*

Dudar: *¿Sí?, ah bueno*

No reaccionar: (Ø)

La siguiente Gráfica muestra los porcentajes de las estrategias de respuesta a los cumplidos de posesión:



Gráfica No. 2 Respuestas cumplido de posesión

[48] Esta muestra también podría ir en la estrategia de ***aceptar*** con la subestrategia de ***agradecer***. No obstante, tomamos la decisión en clasificarla en la estrategia de *devolver* con la subestrategia de *ofrecer el objeto* debido al complemento final que ofrece, ya que brinda más elementos interaccionales. El mismo criterio se aplicó en otras muestras.

Con relación a las combinaciones de las respuestas a los cumplidos, sobresalen las subestrategias de *agradecer* y *ofrecer el objeto del cumplido* (18%):

Gracias, ahí lo tienes a la orden

Muchas gracias, a la orden para lo que necesite

Gracias, cuando lo necesites aquí en la U., a la orden

Y le siguen las subestrategias de *agradecer* y *explicar* (12%):

Gracias, estaba necesitando uno, porque el anterior estaba muy malito, entonces aproveché y me compré de la última generación

Gracias, lo compré en Monterey y me costó 1.500.000

Viejo gracias, me lo obsequiaron en navidad

- **Estrategias interaccionales o pragmáticas y formas lingüísticas**

Los informantes utilizan las siguientes estrategias interaccionales o pragmáticas y formas lingüísticas en sus respuestas:

Lenguaje autocortés: se encontraron algunas expresiones de autocortesía (0.9%) que tienen como fin no solo exclamar, sino también crear un efecto de afiliación con el interlocutor:

*¿Cierto? **Yo** pienso lo mismo. Vení **yo** te muestro algo*

*Gracias, cuando lo necesites **yo** te lo puedo prestar*

*Muchas gracias, **yo** también estoy muy contenta con él*

Lenguaje humorístico: se encontró que los informantes hacen uso del recurso morfosintáctico (3.1%) que ayuda a ponderar la respuesta por su carga expresiva. Además, la risa en ocasiones acompaña la respuesta:

Jaja, se lo alquilo

¡Usted sabe!... La plata jode, jajaja

Hermano, ¿Pa qué estudiamos?

La intensificación: la intensificación se presenta en el nivel sintáctico (5.5%) debido a los enunciados exclamativos o palabras que intensifican en las respuestas:

Sí, ***súper***, muchas gracias

¡Uff! Es una bacanería

¡Ay! ¡Muchas gracias!

Los marcadores discursivos: se encontraron diferentes conectores metadiscursivos (4.9%) que sirven para mantener el contacto entre los interlocutores:

¿***Sí***? Ay gracias...

¿***Cierto que sí***? Es muy lindo

¿***Sí, te parece***? Muchas gracias

Formas de tratamiento: Se encontraron diferentes formas de tratamiento (14.8%) que incluyen formas nominales, pronominales y vocativas para dirigirse o llamar la atención de su interlocutor (*mona, muñeca, mija, hermano, parce, huevón, viejito, cuchín, tú, niña, querida, compañero, papá, amigo, vos*):

¡Muchas gracias, ***querido****!*

Ah, es que ***tú*** *sabes; las cosas se parecen a su dueño*

A la orden, ***parce***

Unidades fraseológicas: Se encontraron algunas fórmulas rutinarias psicosociales (39%) que tienen como objetivo aumentar la fuerza ilocutiva de las respuestas:

Muchas gracias, lo tienes ***a la orden***

Muchas gracias, *hermano*

De igual manera, se encontraron algunas locuciones adverbiales (3.2%):

Sí o qué*, cuando lo necesites está a la orden*

¿Cierto que sí? *Es muy lindo*

¿De veras?

*Ah, ¿****en serio****? te parece muy bacano, a mí me parece normal, ja, ja, ja…*

Muchas gracias, ***de verdad*** *está chévere*

Lenguaje coloquial: Sobresale el nivel léxico-semántico (20.8%) que involucra léxico argótico:

Sí ***parcero****, muchas gracias*

¿Sí o qué ***huevón****? Me* ***desembala*** *de todo*

¡Ay, sí ***superbacano****! Gracias*

Enunciados exclamativos: para afiliarse a su interlocutor, los informantes utilizaron preguntars retóricas (6.5%), signos de admiración e interjecciones en posición inicial (7.5%) en las respuestas que tienen como fin enfatizar, llamar la atención del interlocutor o como un recurso expresivo:

Ah*, gracias*

*¡****Ah****, sí! ¿No lo habías visto? Lo tenía desde primer semestre, pero está bacano ¿Sí o no?*

Ah*, gracias, las cosas se parecen al dueño, jajaja*

- **Diferencias**

Género: los ***hombres*** tienden a utilizar más formas de tratamiento (11%), un lenguaje más coloquial (10%) y con más elementos humorísticos (2.7%) que las mujeres:

*Si **parce,** ¿**mera chimba** o qué?*

*Gracias **mijito**, pero ni crea que se lo presto, a la orden*

*Y eso que no lo ha visto funcionando, es una **putería***

En contraste, las ***mujeres*** tienden a utilizar más unidades fraseológicas (fórmulas rutinarias psicosociales) (21%) que los hombres:

*¡Ay! **Muchas gracias**, lo tengo hace dos semanas*

*Gracias, lo tiene **a la orden***

***Muchas gracias**, de verdad está chévere*

Vínculo con la universidad: los estudiantes tienden a ser más coloquiales (4%), más expresivos (2.9%) y con mayor sentido del humor (1.4%) que los profesores y empleados:

Estudiantes	**Profesores y empleados**
*¿Está **mero** verdad? **Jaja**, Gracias*	*Está a tus ordenes*
*Gracias **mijo,** cuando lo necesite, bien pueda*	*Gracias*
*Sí, es **superbacano**, a la orden cuando lo necesite*	*Muchas gracias, a la orden*
*¿**Sí o qué**? Está una **nota***	*Ok, muchas gracias*

Edad y estrato socioeconómico: la población más joven (18-30 años) y los estratos bajos y medios (1 y 2; 3 y 4) tienden también a ser más coloquiales (3.8%), más expresivos (3%) y con mayor sentido del humor (1.6%):

Informantes 18-30 años	**Informantes de 31 años en adelante**
Suave	*Gracias, a la orden*
*¡**Uff**!, Es una **bacanería***	*Si, a la orden cuando lo necesites*
Pa que le digo que no	*Gracias por el comentario*
*Sí, lo compré **super**barato en una promoción ¡Estoy más contenta!*	*Gracias, a tus órdenes*

Estrato socioeconómico 1 a 4	**Estrato socioeconómico 5 y 6**
Sisas, mero parche de computador	Sí, muy bonito
Ahh, muchas gracias, a la orden	Muchas gracias, ¿lo quieres ver?
Gracias **parce**, es un PC de alto rendimiento, **mijo**	

Finalmente, es importante anotar que en algunos casos (0.4%) los informantes utilizaron una locución con sentido religioso[49] y la risa como acompañantes de las respuestas:

*Sí, **gracias a Dios** lo pude comprar*

*Sí mija, **gracias a Dios** lo pude sacar con el fondo de la U.*

*Ah gracias, las cosas se parecen al dueño, **jajaja***

***Ja, ja, ja,** sí, lo compré hace poco*

5.3 Cumplido de habilidad física

Con relación a las respuestas del enunciado "Un amigo o compañero nota que usted es muy bueno(a) para hacer deporte y le dice: "huy, eres mero(a) teso(a) para hacer deporte", ¿Qué respondería?", y después de procesar la información, el programa Cratilo arrojó la siguiente información:

Sobresale la estrategia de ***desviar*** con la subestrategia de ***explicar*** (33%):

Normal, me gusta hacer deporte

Jum, pero es porque ya llevo mucho tiempo practicando, porque antes era más floja

Parce, ¿Sí ve?, Entrenando se hace algo

Le sigue la estrategia de ***rechazar*** con la subestrategia de ***dar información*** (con el objetivo de disminuir) (30%):

No, no lo soy, solo me gusta hacerlo

Para nada, es solo práctica

No tanto, lo intento por salud

Le sigue la estrategia de ***aceptar*** con la subestrategia de ***agradecer*** (17%):

¡Gracias!

Muchas gracias

Jaja, gracias

[49]Aunque estas expresiones tienen un sentido religioso, se presentan en el lenguaje cotidiano y no necesariamente las producen los fieles religiosos.

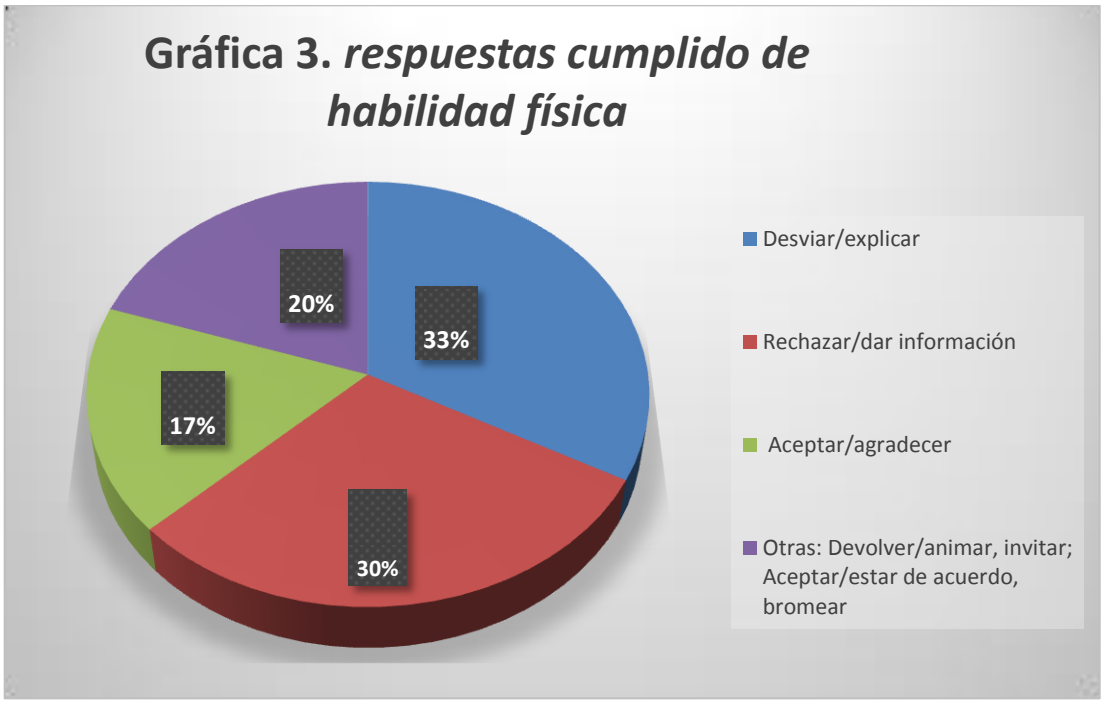
El porcentaje restante (20%) equivale a las estrategias de *devolver* (con la subestrategia de animar/invitar) y *aceptar* (con las subestrategias de *estar de acuerdo* y *bromear*):

Animar/invitar: *Gracias, mira a ver cuándo se anima y se pega pa que practiquemos*

Estar de acuerdo: *Gracias, trato de hacerlo muy bien*

Bromear: *¡Para que me vaya conociendo!, jajaja*

La siguiente Gráfica muestra los porcentajes de las estrategias de respuesta a los cumplidos de habilidad física:



Gráfica No. 3 Respuestas cumplido de habilidad física

Con relación a las combinaciones de las respuestas a los cumplidos, sobresalen las subestrategias de *agradecer* y *explicar* (hacer un comentario) *8*%:

Gracias, entreno muy duro

Gracias, me gusta bastante

¡Ah! Gracias, me he esforzado

- **Estrategias interaccionales o pragmáticas y formas lingüísticas**

Los informantes utilizan las siguientes estrategias interaccionales o pragmáticas y formas lingüísticas en sus respuestas:

Lenguaje autocortés: se encontraron algunas expresiones (2%) de autocortesía que tienen como fin no solo exclamar, sino también crear un efecto de afiliación con el interlocutor:

Ah sí, yo sé

Sí, gracias a los deportes que ofrece la U me he vuelto muy teso

Claro, no ve que cuando era joven era mero atleta

Lenguaje humorístico: se encontró que los informantes hacen uso del recurso morfosintáctico (5.7%) que ayuda a ponderar la respuesta. También, la risa en ocasiones acompaña la respuesta:

Para que me vaya conociendo!, ***Jajaja***

Ah tú sabes, la calidad no se improvisa

Parcero, ¿usted con quién cree que está hablando?, con el mejor

La intensificación: la intensificación se presenta en el nivel sintáctico (4.5%) debido a los enunciados exclamativos en las respuestas:

¡Ahh! Es que practico mucho

*¡****Pa que vea!***

Nah, normal, jajaja, gracias

Los marcadores discursivos: se encontraron diferentes conectores metadiscursivos (5.2%) que sirven para mantener el contacto entre los interlocutores:

¿***Sí, te parece***? Y eso que a veces soy muy sedentaria

Ja, ja, ja, "¿***Te parece***?... Gracias

¿***De verdad***? Es que entreno mucho

Formas de tratamiento: de igual manera, se encontraron diferentes formas de tratamiento (9.4%) que incluyen formas nominales, pronominales y vocativas en las respuestas para dirigirse o llamar la atención de su interlocutor (*amiga, nena, tú, parce, vos, gorda, usted, mija, bebé, amiguis, querida, cuchín*):

Gracias, ***querida***

Gracias, ***gorda,*** *cuando quieras practicamos*

Usted *sabe,* ***cuchín***

En el último ejemplo se alternan dos formas de tratamiento en un mismo turno (***usted, cuchín)***

Unidades fraseológicas: se encontraron, también, algunas fórmulas rutinarias psicosociales (2.6%) que cumplen la función de aumentar fuerza ilocutiva del cumplido:

A la orden *por si quieres aprender*

Se encontraron las siguientes locuciones adverbiales:

*Gracias, **la verdad** es que me gusta mucho el deporte*

*Jajaja, **sobre todo***

***Para nada**, es solo práctica*

*Normal, no es **nada del otro mundo***

*Ah, **maso**[50], se hace lo que se puede*

Se encontró la locución verbal *ponerse las pilas*:

*¡Qué tesura! **Póngase las pilas** usted*

Finalmente, se encontró la siguiente paremia:

El que es bueno es bueno

Lenguaje coloquial: como en los casos anteriores, sobresale el nivel léxico-semántico (8.6%) que involucra léxico argótico:

*Gracias, **parce***

*No, tampoco muy **teso***

*Gracias, **guevón***

Enunciados exclamativos: los informantes utilizaron algunas preguntas retóricas en las respuestas (3%) que tienen como fin enfatizar o como un recurso expresivo:

*Parce, ¿**Sí ve**?, entrenando se hace algo*

*¿**Cuándo vamos a jugar, pues**?*

*¿**Será**? Ojalá yo fuera bueno*

Finalmente, se encontró una locución adverbial con sentido religioso que tiene como fin elevar la expresividad en la respuesta al cumplido:

*Ah pues, **gracias a Dios** soy buena para los deportes, siempre me ha ido bien haciendo ejercicios*

- **Diferencias**

Género: de nuevo y como se ha reportado en los otros apartados, los ***hombres*** tienden a utilizar más formas de tratamiento (5.5%) y un lenguaje más coloquial (3.8%) que las mujeres:

***Viejito,** gracias, no es tan difícil hacerlo*

Pa que vea

[50]*Maso* es la unión de la expresión *más o menos*.

Mero teso

En contraste, las **mujeres** tienden a utilizar más la risa (6%) que los hombres:

Jajaja

Juju, *a veces, pero sí me gusta mucho*

Ja, ja, ja*, gracias*

Vínculo con la universidad: los estudiantes también tienden a ser más coloquiales (10%), más expresivos (2.7%) y con mayor sentido del humor (1.2%) que los profesores y empleados:

Estudiantes	**Profesores y empleados**
¿Sí ***parce****?; ¿Vos creés?*	*Sí, la costumbre*
*Gracias…. ¡****Ya salgo para los olímpicos****¡*	*No, no es mucho*
El que es bueno es bueno	*Hacemos lo posible*
Ni tanto... ***Jeje, tiene sus días... Jeje***	*¿Te parece?*

Edad y estrato socioeconómico: tal como ha sucedido con las respuestas a los cumplidos previos, la población más joven (18-30 años) y los estratos bajos y medios (1 y 2; 3 y 4) tienden también a ser más informales (9%), más expresivos (10%) y con mayor sentido del humor (3%):

Informantes 18-30 años	**Informantes de 31 años en adelante**
Jaja, breve	*Soy juicioso*
Sí ***parce****, me ha tocado entrenar mucho* ***pa' eso***	*Hay que hacer ejercicio*
Jajaja*...* ***Se hace lo que se puede***	*No tanto como creés*
Nah, normal , jajaja, gracias	*Realmente disfruto mucho esta actividad*

Estrato socioeconómico 1 a 4	**Estrato socioeconómico 5 y 6**
Ah, qué bobo, jajaja	*No es para tanto, gracias*
Jaja, *ni tanto*	*Muchas gracias*
*Hay que s****udarla***	
No, ***suave****, es solo disciplina*	

5.4 Cumplido de habilidad psicológica

Con relación a las respuestas del enunciado "Un amigo o compañero nota que usted es muy bueno(a) para los idiomas y le dice: "huy, sos muy bueno(a) para los idiomas", ¿Qué respondería?", y después de procesar la información, el programa Cratilo arrojó la siguiente información:

Sobresale la estrategia de ***desviar*** con la subestrategia de ***explicar*** **(**35%):

Hay que estudiar mucho

¡Es un hobbie!

Ajá, es que me gusta mucho

Le sigue la estrategia de ***aceptar*** con la subestrategia de ***agradecer*** (23%):

Muchas gracias

Muchísimas gracias

Mil gracias

Le sigue la estrategia de ***rechazar*** con la subestrategia de ***dar información*** (21%):

No nada, apenas estoy aprendiendo

La verdad me falta mucho, estoy practicando con un amigo que vive en New York

Me defiendo, pero en realidad no lo soy

El porcentaje restante (21%) equivale a las estrategias de *aceptar* (con las subestrategia de *bromear*) y *desviar* (con las subestrategias de *dudar* y *no reaccionar*):

Bromear: *Gracias, vos sabés, uno siempre tan teso*

Dudar: *¿En serio? No pensé que fuera tan bueno, pero gracias*

No reaccionar: (Ø)

La siguiente Gráfica muestra los porcentajes de las estrategias de respuesta a los cumplidos de habilidad psicológica:



Gráfica No. 4 Respuestas cumplido de habilidad psicológica

Con relación a las combinaciones de las respuestas a los cumplidos, sobresalen las subestrategias de *agradecer* y *explicar* (11%):

Muchas gracias, eso lo lograré por medio de la música y las pelis

Gracias, estoy en un curso de inglés

Gracias, te cuento que me ha tocado estudiar mucho

- **Estrategias interaccionales o pragmáticas y formas lingüísticas**

Los informantes utilizan las siguientes estrategias interaccionales o pragmáticas y formas lingüísticas en sus respuestas:

Lenguaje autocortés: se encontraron algunas expresiones de autocortesía (0.9%) que tienen como fin no solo exclamar, sino también crear un efecto de afiliación con el interlocutor

Ah, yo practico mucho

Gracias, tengo muy buen oído

Claro, entonces para qué estamos

Lenguaje humorístico: se presentó una baja frecuencia (1.4%) de uso de lenguaje humorístico. Los informantes hacen uso del recurso morfosintáctico que ayuda a ponderar la respuesta. También, la risa en ocasiones acompaña la respuesta:

Prácticamente políglota, ***jajaja***

Thank you, ***jajaja***

La intensificación: la intensificación se presenta en el nivel sintáctico (4.2%) debido a los enunciados exclamativos en las respuestas:

¡Gracias!

¡ Nah...!

¡***Thank you***!

En el último ejemplo el interlocutor utiliza el idioma inglés para intensificar su respuesta.

Los marcadores discursivos: se encontraron pocas muestras (0.13%) de conectores metadiscursivos que sirven para mantener el contacto entre los interlocutores:

¿***Sí? ¿Te parece***? *Y ¿Vos cómo sos para los idiomas?*

¿***En serio***? *No pensé que fuera tan bueno, pero gracias*

¿***Te parece***?

Formas de tratamiento: se encontraron pocas (2.3%) formas de tratamiento, nominales y pronominales (*mija, amiga, parce, tú, vos, boba, baby*) que pertenecen muchas de ellas al lenguaje coloquial:

***Parce**, estudié en Multilingua, te lo recomiendo*

*Ay, **mija**, ahí más o menos, uno hace lo que más puede*

Unidades fraseológicas: se encontraron pocas fórmulas rutinarias psicosociales (1.5%):

***Muchas gracias**, quizás no tanto*

*Gracias, lo que necesite, **a la orden***

Se encontraron las siguientes locuciones adverbiales:

*Sí, **gracias a Dios**, me he esforzado y aquí están los frutos*

*Jaja ¿yo? ¿**en serio**? Gracias pero es complicado*

*Gracias, sí **la verdad** me gustan mucho*

***Para nada**, soy perversa en idiomas*

*¡**Sobre todo**!*

*Ahí **más o menos***

Finalmente, se encontró la paremia *el talento no se improvisa*

¡Ajá! Y ***el talento no se improvisa***

Lenguaje coloquial: se encontró un bajo nivel de uso (4.5%) y el nivel léxico-semántico fue el que más apareció, ya que hubo muestras de uniones de palabras y léxico perteneciente al parlache:

*Pues **maso**, algo se sabe*

*Le **camello** a los idiomas fuertemente*

Enunciados exclamativos: se presentó una baja frecuencia de preguntas retóricas (1.4%) e interjecciones (2.1%) en las respuestas que se utilizan como elementos expresivos:

¡Ah! Vos sabes que me encantan los idiomas. Gracias

¡Gracias!

- **Diferencias**

Género: como se ha reportado en las respuestas del cumplido de habilidad psicológica, se ha presentado una baja frecuencia en el uso de lenguaje coloquial, de formas de tratamiento y de enunciados exclamativos. No obstante y comparando ambos géneros, las mujeres tienden a ser más expresivas (9%) que los hombres:

Mujeres	**Hombres**
***Jajaja,** lo normal*	*Normal... Como todos*
***Jaja,** ¿yo? ¿En serio? Gracias pero es complicado*	*Cuando necesites algo con mucho gusto*
	***Bendito**, yo no soy tan bueno*

A ver ¿Y para qué estudiamos pues?

Es importante anotar que algunas de las respuestas vienen acompañada con la risa (*ja, ja, ja*)

Es importante anotar que se encontró una expresión religiosa en una de las respuestas

Vínculo con la universidad: ha sido reiterativo el bajo uso en el lenguaje coloquial, de vocativos y de enunciados exclamativos. No obstante y comparando las tres poblaciones, los estudiantes tienden a ser más expresivos (9%) que los profesores y empleados:

Estudiantes	**Profesores y empleados**
Ahí se hace lo que se puede, ***ja, ja, ja****,*	*Hago lo que puedo*
Usted sabe, ***mijo***	*Muchas gracias*
No exageres*, todavía me falta*	*Más o menos, pero gracias*
Todo bien[51]*, no es tan difícil*	*Gracias a la orden*

Edad y estrato socioeconómico: comparando las bajas frecuencias que han surgido en estas respuestas, se concluye que la población más joven (18-30 años) y los estratos bajos y medios (1 y 2; 3 y 4) tienden también a ser más expresivos (10%):

Informantes 18-30 años	**Informantes de 31 años en adelante**
Nah*...*	*Sí, me encanta estudiar*
*¿****En serio****? No pensé que fuera tan bueno, pero gracias*	*Lo importante es que me comunico*
MMM... *Y eso que todavía me falta aprender...*	*Gracias*
Estrato socioeconómico 1 a 4	**Estrato socioeconómico 5 y 6**
Thank you	*he estudiado bastante*
*¡****Es un hobbie****!*	*No, me falta mucho*
Pues sí*, ahí más o menos*	

5.5 Conclusiones

En las diferentes respuestas a los cumplidos sobresalen dos tipos de estrategias: *aceptar* con la subestrategia de agradecer (*Muchas gracias, ja, ja, ja; ¡Gracias!*) y *desviar* con la subestrategia de explicar (*Parce ¿Sí ve? Entrenando se hace algo; ¡Ay! Muchas gracias, lo tengo hace dos semanas*). Estas respuestas reflejan que el hablante es cortés y se afilia con su interlocutor. Siguiendo el principio de cortesía que propone Leech (1983), estas

[51] Locución adverbial.

respuestas se pueden enmarcar en dos máximas interaccionales: máxima de aprobación y máxima de modestia. En la primera el hablante maximiza el aprecio con su interlocutor y agradece (*Gracias hermano; muchas gracias, parcero; ah tan lindo, gracias*). En la segunda, el hablante minimiza el aprecio hacia sí mismo, ya que brinda una explicación o hace un comentario en la respuesta del cumplido (*Jum, pero es porque ya llevo mucho tiempo practicando, porque antes era más floja; Hay que estudiar mucho; ¡Es un hobbie*!).

Con relación a las estrategias interaccionales o pragmáticas y a las formas linguísticas, se encontraron que los informantes hacen uso de diferentes elementos lingüísticos no solo para aumentar la carga expresiva de la respuesta, sino también para afiliarse a su interlocutor como la autocortesía (*Gracias, tengo muy buen oído*), lenguaje coloquial (***sisas***, ***parcero***), lenguaje humorístico (***el que es bonito es bonito***), la intensificación (*¡**Pa que vea**!*), marcadores discursivos (¿***Te parece***?), formas de tratamiento (*gracias,* ***gorda*****)**, unidades fraseológicas (*ahí lo tiene* ***a la orden***) y enunciados exclamativos *(¡**Jum!** Normal ¿**no**?, pero gracias*), En ocasiones, las respuestas van acompañadas con la risa (*Para que me vaya conociendo!,* ***Jajaja***) y de lenguaje religioso (Sí, ***gracias a Dios***, me he esforzado y aquí están los frutos). Finalmente, es importante anotar que aparecen más unidades fraseológicas en las respuestas a los cumplidos que en la producción por parte del emisor. Esto se debe a que las respuestas están más codificadas que la producción de un cumplido.

A nivel de diferencias de las cuatro situaciones, en las respuestas del cumplido de habilidad psicológica los informantes no fueron tan expresivos como en las respuestas de los cumplidos de apariencia física, de posesión o de habilidad física. Esto se debe, posiblemente, a la formalidad que tiene que ver con aprender un idioma. Estudiar involucra eventos académicos serios, con respeto y disciplina y esto puede influir en las respuestas a los cumplidos de habilidad psicológica. Otra diferencia tiene que ver con el género. Las mujeres usan más elementos exclamativos que los hombres. Esto se debe a que la mujer se afilia a su interlocutor de una manera más expresiva.

Finalmente, al hacer el análisis de las diferencias se encontró que los hombres utilizan un lenguaje más coloquial y usan más formas de tratamiento en sus respuestas que las mujeres. También, la población estudiantil, los informantes más jóvenes y los estratos sociales bajos son más coloquiales y más expresivos para responder a un cumplido.

Capítulo 6

Análisis del instrumento "Toma de Notas" [52]

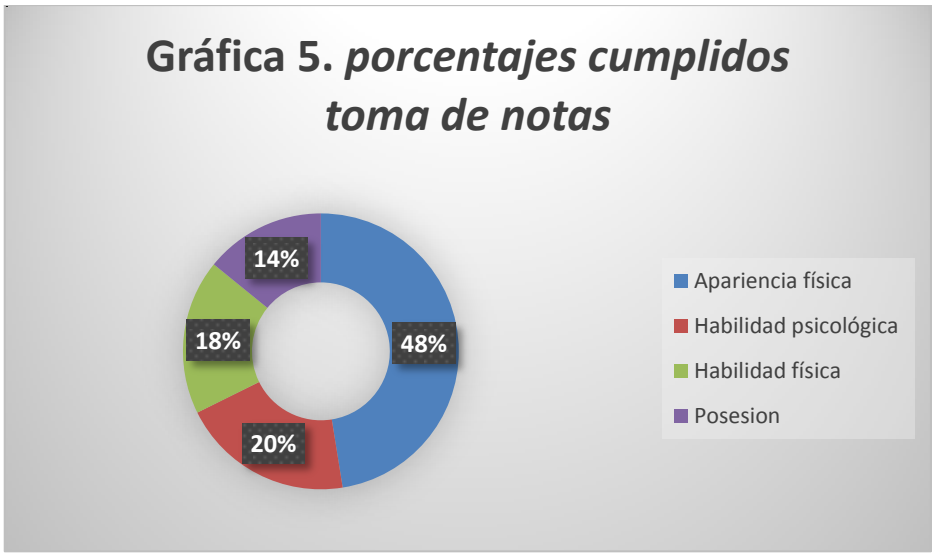
En este capítulo describimos los resultados del instrumento de recolección de información de toma de notas. En este apartado reportamos la producción de los cumplidos y las estrategias y subestrategias al responder ante los cumplidos. También, damos cuenta del trabajo interaccional en los cumplidos. Finalmente, describimos las formas lingüísticas y brindamos las conclusiones de dicho análisis.

Como se mencionó en el apartado de la metodología, el instrumento de toma de notas se caracteriza por la fácil recolección de información en cualquier momento y lugar. De hecho, el investigador recolectó un total de 118 cumplidos en cafeterías, reuniones de trabajo y familiares, en plazoletas, restaurantes, en programas televisivos y radiales, y en la red social *Facebook*. A continuación se describe la tipología de los cumplidos que se encontraron:

56 corresponden al cumplido de apariencia física
24 corresponden al cumplido de habilidad psicológica
21 corresponden al cumplido de habilidad física
17 corresponden al cumplido de posesión

La siguiente Gráfica ilustra el porcentaje de los cumplidos en el instrumento de toma de nota:

[52] Este instrumento de recolección de información se utiliza para validar los resultados del cuestionario de hábitos sociales que se aplicó a una población universitaria.



Gráfica No. 5 Porcentajes cumplidos toma de notas

6.1 Cumplido de apariencia física

El cumplido de apariencia física es el que aparece con mayor frecuencia (47%). A continuación se describen las estrategias interaccionales o pragmáticas y las formas lingüísticas:

Lenguaje autocortés: se encontraron algunos cumplidos que involucran la autocortesía. La siguiente tabla ilustra los ejemplos de autocortesía:

Tabla 6. Ejemplos de autocortesía

Contexto	Cumplido	Respuesta al cumplido	Información etnográfica/comentario
Una persona cuelga una foto en *facebook* de una reunión de egresados de un colegio que hace poco tuvieron.	Comentario 1: q bonitas q están súper, no cambian Comentario 2: ***es increíble que las más kukitas del Diego***[53] ***estemos reunidas..las***	Sin respuesta	A la reunión solo asistieron mujeres y los comentarios se hacen entre ellas. Una de las personas que está incluida en la foto brinda una autovaloración.

[53] *Diego* hace referencia al nombre de una institución educativa.

	quiero muchísisisimo![54]		
Obra de teatro *Coma Callao* del grupo Águila Descalza.	Cuando yo salía a la calle me decían "¡ah, tan lindo el niño!" … ***yo era una cuquita de culicagado*** (colocándose la mano en la boca y dando un besito)	Sin respuesta	La parte del cumplido es un monólogo.
Sin contexto	***Pues yo como dicen los hombres soy buenona***	Sin respuesta	Este cumplido se tomó del Diccionario (DEVA).
Obra de teatro *Coma Callao* del grupo Águila Descalza.	Cuando los padres tienen un hijo feo el único consuelo es decir, queda decir es "¡***cierto que es muy lindo! ¡Cierto que es muy lindo!***	A lo que la visita responde "sí es muy lindo….. ah, tan lindo…. Qué chico tan interesante, no se siente …. Es muy inteligente…"	La parte del cumplido y su respuesta son un monólogo.
Sin contexto.	***Me escogí el vestido***[55] ***más chimba de todos***	Sin respuesta	Este cumplido se tomó del Diccionario (DEVA).

Para la producción de la autocortesía, el hablante utiliza explícitamente o implicitamente el pronombre de primera persona en singular o plural (**yo, nosotras:** yo era una cuquita de culicagado; es increíble que las más kukitas del Diego estemos reunidas..las quiero muchísisisimo!**)** y el pronombre átono **me** (Me escogí el vestido más chimba de todos). Estos ejemplos de autocortesía tienen un efecto positivo entre los participantes y en ningún momento se percibe amenaza de imagen.

La intensificación: en los ejemplos anteriores se utilizan algunos sufijos (kuk*itas*, much*ísisisimo*, buen*ona*) que acompañan el cumplido. También se utiliza el adverbio *más*. Igualmente se repite la expresión ¡*cierto que es muy lindo*! dos veces para reforzar lo

[54] Algunos de los ejemplos pueden tener errores de puntuación u ortográficos debido a que son las muestras reales de los informantes.

[55] Algunas muestras pueden pertenecer a la categoría de posesión. No obstante, tomamos la decisión de agruparlas en la categoría de apariencia debido a que un vestido, un bolso, una blusa, unos aretes pueden acompañar la apariencia física de una persona.

dicho. En todos los casos se utilizan estos recursos lexemáticos, morfológicos o sintácticos para intensificar la fuerza ilocutiva del cumplido.

Lenguaje coloquial: a nivel morfosintáctico, los informantes utilizan oraciones exclamativas introducidas por ***qué*** y en ocasiones con el acompañamiento de interjecciones (***oh, uh, eh, uy, ay***):

Tabla 7. Ejemplos de lenguaje coloquial a nivel morfosintáctico

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
Dos mujeres se encuentran en una cafetería.	¡***Uh, qué bolso tan play***!	Me lo regalaron el día de la madre	El cumplido se hace entre mujeres (compañeras de trabajo). El cumplido hace parte del saludo.
Dos mujeres hablan en el pasillo de un bloque de salones de clase.	¡***Ah, Adri, qué blusa tan linda***!	La compré en Envigado y me valió 25.000 pesos	El cumplido se hace entre mujeres (compañeras de trabajo).
Un adolescente cuelga una foto en el *Facebook.*	¡***Qué lindo Sebas***!!	Sin respuesta	Mujer a hombre/amigos. *Sebas* es la abreviación de Sebastián. La persona que cuelga la foto va en búsqueda de un cumplido.

A nivel léxico-semántico, los informantes utilizan acortamientos de palabras, extranjerismos, algunas palabras del parlache y vulgarismos con función anticortes:

Tabla 8. Ejemplos de lenguaje coloquial a nivel léxico-semántico

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
Dos mujeres conversan en un corredor de una clínica.	¡Ah, ***doc***, qué ***blue jean*** tan ***bacano***! Me gusta	Gracias, querida	Mujer a mujer/ enfermera a doctora. *doc* es la abreviación de doctora.
Un hombre ingresa a una oficina.	¡Cómo estás de ***chimba***!	Usted que cree, mijo	Hombre a mujer/ compañeros de trabajo. El cumplido hace parte del saludo.

Es importante anotar que los adverbios *tan* y *más* se utilizan con gran frecuencia para ***intensificar*** la fuerza ilocutiva del cumplido.

Lenguaje humorístico: el lenguaje humorístico se presenta a través del recurso morfo-sintáctico, ya que se utilizan expresiones exclamativas y en ocasiones las acompaña la risa:

Tabla 9. Ejemplos de lenguaje humorístico

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
La conversación ocurre en una casa de familia.	A: Ah, mami, a mí no me gustan tus aretes B: ¿No? A: ¡*No, me encantan!* ***Risas entre ambas***	Sin respuesta	Mujer a mujer/ hija a madre.

Formas de tratamiento: Se encontraron diferentes formas de tratamiento que hacen referencia a los nombres propios, nombres comunes y pronombres. Estas formas de tratamiento en ocasiones tienen un tono coloquial y familiar en el uso de los cumplidos (*sobrina, negra, nena, querida, paposote, doc(doctora), querida, chica(o), amiga, culicagado, profe(profesor), mona, mija, biscocho, Adri, Betty, jefe, mi amor, mi niña*):

Tabla 10. Ejemplos de formas de tratamiento

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
La conversación ocurre en una casa de familia.	¡Uy, ***Betty***, cómo tenés el cabello de bonito!	Desde que voy donde Alonso, el cabello me ha cambiado	Mujer a mujer/ hermanas.
La vendedora entra a una oficina de profesores, saluda al profesor, le indica los productos que vende y luego le hace al cumplido	Muy bonita la camisa ***profe***, me gustan los cuadros	Sin respuesta	Mujer a hombre/vendedora a profesor. *Profe* es la abreviación de profesor. El cumplido se utiliza como estrategia de venta.
La conversación ocurre en una oficina.	¡Eh Ave María ***mona, usted*** siempre tan linda!	Hace un giro completo para que el interlocutor la mire (también se sonríe)	Hombre a mujer/ profesor a secretaria. El cumplido hace parte del saludo. El lenguaje corporal da la respuesta al cumplido.

En ocasiones se puede encontrar que se alternan formas de tratamiento (yuxtapuestos) en un mismo turno que tienen como función *intensificar*, como se presentó en el último ejemplo del cuadro anterior. A continuación se brinda otro ejemplo:

A: Hola, ***Luisa,*** ¿***te*** motilaste?, queda***ste*** muy bien
B: muchas gracias, profe

En el ejemplo anterior, el interlocutor inicia con el nombre propio *Luisa*, luego pasa al pronombre átono *te* y finalmente utiliza un pronombre tácito (*tú/vos*) para emitir completamente el cumplido.

Unidades fraseológicas: se encontró una sola fórmula rutinaria psicosocial

Tabla 11. Ejemplo de unidades fraseológicas

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
Dos mujeres se encuentra en una cafetería.	¡***Eh Ave María por Dios***, pero qué cambio de look***!***	Gracias nena, tú sabes (risas)	Mujer a mujer/ amigas El cumplido se utiliza como parte del saludo. La respuesta tiene un tono humorístico por el acompañamiento de la risa.

La fórmula rutinaria psicosocial con sentido religioso *eh Ave María por Dios* ayuda no solo a expresar asombro, sino también a intensificar la fuerza ilocutiva del cumplido.

Enunciados exclamativos: como se expresó en la categoría del lenguaje coloquial (tabla 7), los informantes utilizan oraciones exclamativas introducidas por ***qué*** y en ocasiones con el acompañamiento de interjecciones (***oh, uh, eh, uy, ay***) en posición inicial. También, la exclamación se produce con la palabra *cómo*:

Tabla 12. Ejemplos de enunciados exclamativos

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
Una mujer ingresa a una oficina	¡***Uh, qué*** camisa tan bonita, mero papi!	Se sonríe	Mujer a hombre/ compañeros de trabajo El cumplido se utiliza como parte del saludo. Hay un tono jocoso en la producción del cumplido.
El cumplido se hace en un corredor de la universidad.	¡***Cómo*** estás de bonita e imponente!	Se sonríe	Hombre a mujer/ compañeros de trabajo El cumplido se utiliza como parte del saludo.

Finalmente, es importante destacar que el uso de una sola ***interjección*** sirvió como una producción completa de un cumplido como se muestra en el siguiente ejemplo:

Tabla 13. Ejemplo de interjección como producción de cumplido

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
Una persona cuelga una foto en su cuenta de *Facebook.*	***Wauuuuu***	Sin respuesta	Mujer a mujer /amigas. La persona va en búsqueda de un cumplido.

- **Observaciones generales**

Se hacen las siguientes observaciones de acuerdo al análisis de la producción de los cumplidos:

- En los cumplidos registrados en el Facebook, se pudo observar que la persona iba en búsqueda de un cumplido (*fishing for compliments,* Adachi, 2010) cuando colgaba una foto en su cuenta.
- Se encontró, también, que las expresiones religiosas y la risa acompaña a los cumplidos.
- El cumplido se puede utilizar como macroestrategia (para un fin específico. En uno de los ejemplos brindados previamente se utilizó como estrategia de venta).
- La forma de realización de los cumplidos se hace de manera explícita.
- Las mujeres producen más cumplidos que los hombres (Tannen, 1994).
- El cumplido usualmente aparece al inicio de las interacciones.

- La sonrisa o el lenguaje corporal pueden dar respuesta a un cumplido.

6.1.1 Respuestas al cumplido de apariencia física

Sobresalen las estrategias de *aceptar* (con la subestrategia de agradecer) y *desviar* (con la subestrategia de explicar):

Tabla 14. Ejemplos de estrategias del cumplido de apariencia física

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
Un hombre entra a una oficina y saluda a una compañera de trabajo.	¡Usted siempre tan bonita!	***¿Sí?, ah, gracias*** (sonrisa)	Hombre a mujer/ compañeros de trabajo. El cumplido se hace como parte del saludo. La sonrisa acompaña la respuesta.
La situación ocurre en una oficina.	Está muy bonita (tocando la blusa de su interlocutora)	***Me la estrené hace un mes***	Mujer a mujer /compañeras de trabajo.

Es importante anotar que en la primera respuesta se evidencia el uso del ***conector metadiscursivo*** *¿sí?* que sirve para unir la parte del discurso.

En ocasiones se combinan las subestrategias de agradecer y explicar:

Tabla 15. Ejemplos de subestrategias del cumplido de apariencia física

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
Los participantes comparten una taza de café en una cafetería.	¡Ah, qué pulsera tan bacana!	Ay, ***gracias*** mija, ***fue un regalo que me dieron en mi cumpleaños***	Mujer a mujer/ compañeras de trabajo.

Se encontró que el hablante utiliza la ***autocortesía*** en sus respuestas para afiliarse a su interlocutor:

Tabla 16. Ejemplo de autocortesía

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
Una mujer le brinda un cumplido a un hombre a una distancia relativamente lejana de la que se encuentran los dos.	¡Uy, qué elegancia!	*¡Desde siempre,* ***el que es bonito es bonito****!*	Los interactuantes son amigos.

La expresión "*el que es bonito es bonito*" es una fórmula rutinaria con construcción libre que se usa con gran frecuencia en las interacciones sociales y tiene como fin no solo afiliarse a su interlocutor, sino también para ***intensificar*** la respuesta. Del mismo modo, esta expresión tiene un tono humorístico. Al respecto, en algunas de las respuestas a los cumplidos se encontró que el hablante realiza un ***juego humorístico*** en su interacción:

Tabla 17. Ejemplo de lenguaje humorístico

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
La interacción ocurre en una fiesta.	¡Eh Ave María, ese hijo tuyo sí está muy grande y bonito!	Muchas gracias, ***qué se va a tomar*** *risas*	Mujer a hombre/ cuñados. La risa acompaña la respuesta al cumplido.

Con relación a las ***formas de tratamiento***, el hablante en ocasiones hace uso de diferentes formas de tratamientos nominales coloquiales y familiares para interpelar a su interlocutor:

Tabla 18. Ejemplo de formas de tratamiento

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
Una usuaria del *Facebook* cuelga una foto (mamá y dos hijas) luciendo una	Comentario 1: me gusta tu camisa Flor comentario 2:	A la **orden** ***mi negra*** Linda ***mi amiga***,	La interacción es entre mujeres (amigas). Hay un tono humorístico. En el comentario 2, las

camiseta de un equipo de fútbol.	Lindas las chicas....lástima la camiseta jajjajaajjajajaa	lástima su equipo	participantes son hinchas de equipos de fútbol diferentes. Los vocativos (mi negra; mi amiga) son bimembres en cada caso.

En cuanto a las ***unidades fraseológicas***, se encontraron fórmulas rutinarias psico-sociales que tienen como fin aumentar la fuerza ilocutiva de las respuestas de los cumplidos:

Tabla 19. Ejemplo de unidades fraseológicas

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
La interacción ocurre afuera de un teatro.	¡Eh Ave María, cómo está de bonito!	***Muchas gracias,*** mi amor	Compañeros de estudios; mujer a hombre/ se están graduando. Uso del vocativo bimembre *mi amor.*

Se encontraron pocos ejemplos de ***lenguaje coloquial*** y ***enunciados exclamativos*** en las respuestas a los cumplidos:

Tabla 20. Ejemplos de lenguaje coloquial y enunciados exclamativos

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
Dos mujeres se encuentran en una cafetería.	¡Eh ave María por Dios, pero qué cambio de *look!*	Gracias ***nena***, tú sabes (*risas*)	Cumplido de mujer a mujer/ amigas. El cumplido se utiliza como parte del saludo. Hay exclamación en la respuesta y la risa lo apoya.
La interacción ocurre en un corredor de la Universidad de Antioquia.	¡Eh Ave María papasote, cómo está de hermoso!	Todo eso es suyo, ***mi amor*** (*risas*)	Mujer a hombre/ compañeros de trabajo. Se hace uso del sufijo *ote* para intensificar (papas*ote*). El cumplido hace parte del saludo. Hay exclamación en la respuesta y la risa lo apoya.

Es importante anotar que unas pocas veces la categoría de *no responder* se presentó en las respuestas. Finalmente y como observación general, la risa acompaña con frecuencia las respuestas a los cumplidos.

6.2 Cumplidos de habilidad psicológica

El cumplido de habilidad psicológica es el segundo que aparece con mayor frecuencia (20%) en el instrumento de toma de nota. A continuación se describen las estrategias interaccionales o pragmáticas y las formas lingüísticas:

Lenguaje autocortés: se encontraron pocos cumplidos que involucran la autocortesía. La siguiente tabla ilustra los ejemplos de autocortesía:

Tabla 21. Ejemplos de lenguaje autocortés

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
Una mujer inicia un comentario en su *Facebook* acerca de su próximo grado de pregrado.	Experiencia profesional y trabajo de grado terminados...!Qué felicidad! ya a esperar la hora del gradoooo **Comentario 1**: ***Felicitaciones mona, lo que sigue son sólo bendiciones y muchos éxitos***!! **Comentario 2**: ***Sobrina te deseo muchos éxitos. Te lo mereces. Un abrazo!!!***	Sin respuesta	Comentario 1: Mujer (hombre / a mujer): amigos. Comentario 2: mujer a mujer: tía a sobrina. Se percibe una expresión religiosa en el comentario 1. La persona que inicia el comentario va en búsqueda de un cumplido (*fishing for compliments*). Hace un alargamiento vocálico (grado*oooo*) para intensificar la fuerza ilocutiva.
Sin contexto.	***Estoy más cuchilla pa ese parcial que cualquiera***	Sin respuesta	Tomado del DEVA.
Una emisora radial local emite un comercial de un curso preuniversitario que ofrece.	***Preuniversitario Formarte, dictado por las más tesos de la UdeA***	Sin respuesta	El autocumplido se utiliza como estrategia de venta. UdeA es la abreviación de la Universidad de Antioquia.

La intensificación: en los ejemplos anteriores se utiliza el lexema *más* para intensificar.

Lenguaje coloquial: aparecieron pocos ejemplos con fenómenos caracterísiticos del lenguaje coloquial. Al respecto, solo apareció el nivel léxico-semántico:

Tabla 22. Ejemplos de lenguaje coloquial

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
La conversación ocurre en una casa de familia.	¡Eh ave María Luis, ya terminaste de estudiar, usted va es ***padelante,*** mijo!	Gracias hermanita, pero uno se va cansando de estudiar. Voy a descansar un rato, ya que…	Cumplido de mujer a hombre. Los participantes son familiares (hermanos). El cumplido aparece al final de la conversación. Uso de varias formas de tratamiento (Luis, usted, mijo) en la producción del cumplido. Se unen dos palabras (para adelante = padelante).
Dos compañeros de trabajo interactúan en un pasillo.	¡Eh, ***Pedrín,*** cómo estás publicando de bastante, te está rindiendo!	Um, y los que vienen, parcero, ja, ja, ja	Los interactuantes son hombres. El cumplido aparece en la mitad de la conversación. *Eh* funciona como un conector discursivo pragmático que ayuda a iniciar la intervención.

Es importante anotar que el interlocutor hace uso del sufijo (*ín*) que ayuda a *intensificar* o aumentar el llamado de atención de su interlocutor.

Lenguaje humorístico: Se encontró un ejemplo donde el interlocutor utiliza el recurso morfo-sintáctico que ayuda a ponderar la fuerza ilocutiva del cumplido:

Tabla 23. Ejemplo de lenguaje humorístico

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
Los interactuantes se encuentran en una cafetería y se saludan.	A: Hola profe, qué más pues, ¿ya se graduó? B: Sí, claro. Tengo tesis laureada A: ***¡Eeh, qué chicanera sos vos, Felicitaciones***!	B: Ah, muchas gracias mijo, pero	Cumplido de hombre a mujer (compañeros de trabajo) y aparece al inicio de una interacción. El cumplido forma parte del saludo. En su intervención B argumenta que tiene tesis laureada y va en búsqueda

		fue un esfuerzo grandísimo	de un cumplido (*fishing for compliments*).

Formas de tratamiento: Se encontraron diferentes tipos de formas de tratamiento que hacen referencia a nombres propios, nombres comunes y pronombres. Estas formas de tratamiento en ocasiones tienen un tono coloquial y familiar en el uso de los cumplidos (*tú, usted, Luis, parcero, mija, profe, vos, mona, sobrina, papi (papá), hijo, hermanita)*. El siguiente ejemplo que previamente se brindó en la tabla 22, se muestra que en un mismo turno se pueden alternar diferentes formas de tratamiento:

Tabla 24. Ejemplos de formas de tratamiento

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
La conversación ocurre en una casa de familia.	Eh Ave María ***Luis,*** ya terminaste de estudiar, ***usted*** va es pa delante, ***mijo***	Gracias hermanita, pero uno se va cansando de estudiar. Voy a descansar un rato, ya que…	Cumplido de mujer a hombre. Los participantes son familiares (hermanos). El cumplido aparece al final de la conversación.

Unidades fraseológicas: se encontró una sola fórmula rutinaria psicosocial *Ave María* que se brindó en el ejemplo anterior. Esta fórmula con sentido religioso ayuda a expresar asombro y a incrementar la fuerza ilocutiva del cumplido.

Enunciados exclamativos: los informantes utilizan oraciones exclamativas introducidas por ***qué*** y en ocasiones con el acompañamiento de interjecciones (***oh, uh, eh, uy, ay***) en posición inicial. También la exclamación se produce con la palabra *cómo*:

Tabla 25. Ejemplos de enunciados exclamativos

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
Una mamá cuelga una foto con su hija de 6 años en *Facebook,* mostrando un certificado de excelencia académica que la niña obtuvo.	Excelencia académica! ***qué bien***, es cierto que lo que se hereda no se hurta.	Sin respuesta	Los participantes son conocidos.

Un padre de familia le pregunta a su hijo acerca de su rendimiento académico en el colegio.	A: ¿Ah, papi, sabes qué? B: ¿Qué hijo? A: Fui el único que ganó el examen de matemáticas B: ¡***Qué bien hijo, felicitaciones***!, a usted siempre le ha ido muy bien en las matemáticas. …	A: Y eso que ni estudié mucho para el examen	Hombre a hombre /padre a hijo. La interacción ocurre en una casa de familia. El hablante B va en búsqueda de un cumplido (*fishing for compliments*). Hay una alternancia de formas de tratamiento (hijo, usted).

Se encontró que la producción del cumplido se puede utilizar como preámbulo a una crítica por parte del interlocutor:

Tabla 26. Ejemplo de cumplido como crítica

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
Una profesora hace un comentario después de una presentación de un estudiante.	***Yo veo que has avanzado y tienes un avance significativo y presentas resultados, pero*** no sé, ¿cuál es el objetivo general de la tesis?...	El objetivo tiene que ver…	Mujer a hombre/ profesor a estudiante. La situación ocurre en un salón de clase al finalizar la presentación del estudiante.

Marcadores discursivos: en el ejemplo anterior el conector pragmático *pero* se utiliza para introducir la crítica después de la emisión del cumplido, debido a que la profesora no encuentra un sentido posiblemente lógico de los resultados con el objetivo general de la tesis. También, se encontró que el cumplido se puede brindar de una forma implícita:

Tabla 27. Ejemplo de cumplido implícito

Contexto	Cumplido	Respuesta al cumplido	Información etnográfica/comentario
Se hace la presentación de un libro que ganó el primer puesto en un concurso de cuento.	***Bueno, este libro tiene una estructura especial que lo hace único y mantiene al lector cautivo***…	Hay una sonrisa constante del autor	Cumplido de mujer a hombre. Los cumplidos se hacen a lo largo de la presentación. La sonrisa puede indicar una aceptación del cumplido.

- **Observaciones generales**

Se hacen las siguientes observaciones de acuerdo al análisis de la producción de los cumplidos:

- Se encontró que los interactuantes van en búsqueda de un cumplido (*fishing for compliments*).
- Se encontró también que la risa acompaña a los cumplidos.
- El cumplido se puede utilizar como una macroestrategia (para un fin específico. En uno de los ejemplos brindados previamente se utilizó como una estrategia para atenuar la crítica).
- La forma de realización de los cumplidos se hace usualmente de manera explícita. No obstante, se brindó un ejemplo que se hace de manera implícita.
- Los cumplidos aparecen en diferentes momentos de la interacción (al inicio, en la mitad, al final).

Finalmente, los cumplidos de habilidad psicológica fueron los segundos que aparecieron con mayor frecuencia y posiblemente esto se debe a que el entorno del investigador es académico.

6.2.1 Respuestas al cumplido de habilidad psicológica

Sobresale la estrategia de *aceptar* (con la subestrategia de agradecer):

Tabla 28. Ejemplo de la estrategia aceptar

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
La interacción ocurre en una oficina.	A: Me contaron por ahí que ya te graduaste **B:** Sí, gracias a Dios A: Felicitaciones mija, usted es una tesa	**B:** ***Ah, muchas gracias***, ***pero*** le regalo lo de tesa Risas	Cumplido de mujer a mujer (compañeras de trabajo). La respuesta tiene un tono jocoso.

Es importante anotar que en la respuesta se encuentra el ***conector discursivo pragmático*** *pero* (*ah, muchas gracias,* ***pero*** *le regalo lo de tesa*) que ayuda a unir el tono jocoso de la respuesta.

En ocasiones se combinan las subestrategias de agradecer y explicar:

Tabla 29. Ejemplo de la combinación de las subestrategias agradecer y explicar

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
Los interactuantes se encuentran en una cafetería y se saludan.	A: Hola profe, qué más pues, ¿ya se graduó? B: Sí, claro. Tengo tesis laureada A: ¡Eh, qué chicanera sos vos, Felicitaciones!	B: ***Ah, muchas gracias mijo, pero fue un esfuerzo grandísimo***	Cumplido de hombre a mujer (compañeros de trabajo). El cumplido forma parte del saludo. En su intervención, B argumenta que tiene tesis laureada y va en búsqueda de un cumplido (*fishing for compliments*).

En su respuesta, el hablante utiliza el sufijo *ísimo* para ***intensificar*** la fuerza ilocutiva de la respuesta.

Se encontraron dos ejemplos implícitos de ***autocortesía*** en una de las respuestas a los cumplidos:

Tabla 30. Ejemplos implícitos de autocortesía

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
Los interactuantes hablan de exámenes para ingresar a las universidades públicas.	Oh, Betty, es que usted siempre ha sido muy buena estudiante. No ve que pasó a medicina de una cuando se presentó.	***Y también pasé al Politécnico a…***	Cumplido de mujer a mujer (familiares, hermanas). La conversación ocurre en una casa de familia. Se utiliza el conector discursivo pragmático *también* para agregar más información de su autovaloración académica.
Dos compañeros de trabajo interactúan en un pasillo.	¡Eh, *Pedrín,* cómo estás publicando de bastante, te está rindiendo!	***Um, y los que vienen parcero, ja, ja, ja***	Los interactuantes son hombres. El cumplido aparece en la mitad de la conversación. Como ocurrió en el ejemplo anterior, el hablante utiliza el conector discursivo pragmático *y* para agregar más información de su autovaloración académica.

En el último ejemplo, el interactuante le da a entender a su interlocutor que vienen muchos más productos académicos en su respuesta y se pone él mismo en escena en la interacción. No obstante, utiliza la risa (*ja, ja*) para atenuar su autovaloración.

En las respuestas a los cumplidos se encontraron dos muestras donde el hablante realiza un ***juego humorístico*** a nivel léxico-semántico en su interacción:

Tabla 31. Ejemplos de lenguaje humorístico

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
Dos compañeros de trabajo interactúan en un pasillo.	¡Eh, *Pedrín,* cómo estás publicando de bastante, te está rindiendo!	***Um, y los que vienen parcero, ja, ja, ja***	Los interactuantes son hombres. El cumplido aparece en la mitad de la conversación.
La interacción ocurre en una oficina.	A: Me contaron por ahí que ya te graduaste		Cumplido de mujer a mujer (compañeras de trabajo).

	B: Sí, gracias a Dios A: Felicitaciones mija, usted es una tesa	**B:** ***Ah, muchas gracias, pero le regalo lo de tesa*** Risas	

Con relación a las ***formas de tratamiento***, el hablante en ocasiones hace uso de formas de tratamiento coloquiales o familiares para interpelar a su interlocutor:

Tabla 32. Ejemplo de formas de tratamiento

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
Un profesor de un colegio entrega un informe académico a unos padres de familia.	¡Felicitaciones, tienen un hijo muy responsable, muy juicioso, muy buen compañero, muy respetuoso. Yo solo tengo sino buenas palabras para su hijo. Han tenido un acompañamiento espectacular con su hijo!	Mi Dios le pague, ***profe***. Muchas gracias	Cumplido de un hombre a padres de familia (hombre y mujer). La interacción ocurre en un salón de clase en un colegio. Hay un uso de una expresión con sentido religioso.

Con relación a las ***unidades fraseológicas***, sobresale la fórmula rutinaria psicosocial *muchas gracias* para afiliarse a su interlocutor:

Tabla 33. Ejemplo de unidades fraseológicas

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
La interacción ocurre en un salón de clase después de una presentación de un proyecto de un estudiante.	Continúa así que vas muy bien	***Muchas gracias***	Cumplido de mujer a hombre (profesor a estudiante).

Se encontraron pocos ejemplos de ***lenguaje coloquial*** y ***enunciados exclamativos*** en las respuestas a los cumplidos:

Tabla 34. Ejemplos de lenguaje coloquial y enunciados exclamativos

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
Dos compañeros de trabajo interactúan en un pasillo.	¡Eh, *Pedrín*, cómo estás publicando de bastante, te está rindiendo!	***Um***, y los que vienen ***parcero***, ja, ja, ja	Los interactuantes son hombres. El cumplido aparece en la mitad de la conversación.
La interacción ocurre en una oficina.	A: Me contaron por ahí que ya te graduaste **B:** Sí, gracias a Dios A: Felicitaciones mija, usted es una tesa	**B:** *Ah, muchas gracias, pero le regalo lo de* ***tesa*** Risas	Cumplido de mujer a mujer (compañeras de trabajo). Hay uso de una expresión con sentido religioso.

En los ejemplos anteriores, las respuestas van acompañadas por interjecciones que funcionan como elementos exclamativos. Con relación al lenguaje coloquial, sobresale el nivel léxico-semántico (*parcero, tesa*). Finalmente y como observación general, la risa acompaña con frecuencia las respuestas a los cumplidos de habilidad psicológica.

- **Observaciones generales**

Los ejemplos anteriores han sido repetitivos en las respuestas de los cumplidos de habilidad psicológica. Esto nos indica que en una misma interacción los hablantes utilizan diferentes estrategias interaccionales o pragmáticas y formas lingüísticas (autocortesía, lenguaje humorístico, uso de vocativos, enunciados exclamativos y lenguaje coloquial). Todos estos elementos se utilizan para afiliarse a su interlocutor. Del mismo modo, el hablante utiliza la sonrisa y expresiones con sentido religioso en sus interacciones.

6.3 Cumplido de habilidad física

El cumplido de habilidad psicológica es el tercero que aparece con mayor frecuencia (18%) en el instrumento de toma de nota. A continuación se describen las estrategias interaccionales o pragmáticas y las formas lingüísticas:

Lenguaje autocortés: se encontró un solo ejemplo de autocortesía:

Tabla 35. Ejemplo de lenguaje autocortés

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
Entrevista en un noticiero de televisión a un jugador de fútbol (equipo Atlético Nacional) después de haber marcado dos goles.	El primero, ***es una de mis virtudes*** (gol de cabeza), y bueno el segundo…	Sin contexto	El jugador utiliza la autocortesía en una rueda de prensa. Utiliza el pronombre personal *mis* en la autovaloración.

Lenguaje coloquial: aparecieron algunos ejemplos de fenómenos propios de uso del lenguaje coloquial. Aparecieron el nivel morfo-sintáctico y el nivel léxico-semántico:

Tabla 36. Ejemplos de lenguaje coloquial

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
La conversación ocurre después de haber subido una montaña.	¡Eh, ***qué chimba de*** estado físico tenés vos, ***marica!***	Ah, es que uno subiendo casi todos los días a este morro, guevón	Cumplido de hombre a hombre (amigos). Uso del vulgarismo *marica* como forma de tratamiento y con función anticortes. El cumplido se presenta en la mitad de la interacción.
La conversación ocurre en un camerino de una universidad.	¡Sos un ***teso pa jugar!***	Gracias calidoso	Cumplido de hombre a hombre. Acortamiento de una palabra (*pa*) por apócope.

La intensificación: en el ejemplo anterior aparece un recurso sintáctico con la expresión *un teso* (¡*sos un teso pa jugar*!) que ayuda a intensificar la fuerza ilocutiva del cumplido.

Lenguaje humorístico: Se encontraron dos ejemplos de lenguaje humorístico:

Tabla 37. Ejemplos de lenguaje humorístico

Contexto	Cumplido	Respuesta al cumplido	Información etnográfica/comentario
La interacción ocurre en una casa de familia.	***Bueno, ya me tengo que ir, el almuerzo estuvo muy rico. Indio comido, indio ido, chao***	Risas	La persona que produjo el cumplido es familiar (hermana) de uno de los miembros de la familia. El cumplido hace parte de la despedida. La expresión "*indio comido, indio ido*" es una paremia con valor humorístico.
La conversación ocurre en un camerino de una universidad.	***Hasta luego ome, Messi***	Risas	Cumplido de hombre a hombre. La producción del cumplido se hace al final de la conversación o de despedida. La *risa* se podría tomar como una respuesta que afilia a los interlocutores.

En el primer ejemplo, el interlocutor utiliza el recurso léxico-semántico del humorismo al utilizar la paremia *indio comido, indio ido*. En ocasiones esta expresión finaliza con "indio marica" (indio comido, indio ido, indio marica) pero en la muestra la hablante no produce la expresión debido a la relación familiar entre los interlocutores. En segundo ejemplo y al mencionar la palabra Messi (recurso morfosintáctico que pondera), y por la connotación que este nombre tiene en el mundo futbolístico, los hablantes comparten el lenguaje humorístico en la interacción. Posiblemente la persona jugó un buen partido y lo comparan con esa gran estrella de fútbol. Todo lo anterior tiene como objetivo mantener la buena relación entre los participantes.

Marcadores discursivos: en el ejemplo anterior relacionado con el tema de la comida, la interlocutora utiliza el conector pragmático *bueno* que sirve de enlace de conexión enunciativa de la despedida.

Formas de tratamiento: Se encontraron diferentes formas de tratamiento que hacen referencia a nombres propios, nombres comunes y pronombres. Estas formas de tratamiento en ocasiones tienen un tono coloquial y familiar en el uso de los cumplidos (*parce (parcero), Pedro, sobrino, tío, marica, guevón, Messi, vos, usted)*:

Tabla 38. Ejemplo de formas de tratamiento

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
Algunos jugadores de fútbol están en un camerino comentando acerca del partido que acabaron de terminar.	¡Huy, ***parce, vos*** sos mero monstruo pa hacer pases largos!	Vos sabes (risas)	Cumplido hombre a hombre (compañeros de trabajo). Se percibe un lenguaje coloquial en la producción del cumplido por el uso del voseo. El cumplido aparece en la mitad de la conversación.

Es importante anotar que hay una alternancia de uso de formas de tratamiento: inicia con *parce* (vocativo) y luego sigue con *vos*.

Unidades fraseológicas: se encontraron un par de ejemplos de unidades fraseológicas que tienen que ver con fórmulas rutinarias psicosociales con combinación libre (qué ___ tan/más/de__) y otra con sentido religioso (tabla 40). En ambos casos las unidades fraseológicas tienen como objetivo incrementar la fuerza ilocutiva del cumplido:

Tabla 39. Ejemplo de unidades fraseológicas

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
La conversación ocurre después de haber subido una montaña.	¡Eh, ***qué chimba de*** estado físico tenés vos marica!	Ah, es que uno subiendo casi todos los días a este morro, guevón	Cumplido de hombre a hombre (amigos). Uso del vulgarismo *marica*. El cumplido se presenta en la mitad de la interacción.

Enunciados exclamativos los informantes utilizan oraciones exclamativas introducidas por ***qué*** y en ocasiones con el acompañamiento de interjecciones (***oh, uh, eh, uy, ay***) en posición inicial, tal como sucede en el ejemplo anterior presentado en la categoría de las unidades fraseológicas. También, la exclamación se puede producir con la palabra *cómo* o con una simple enunciación:

Tabla 40. Ejemplo enunciados exclamativos

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
Un estudiante universitario le pide a otro que le muestre un trabajo de diseño. Cuando le enseña el trabajo, la otra persona produce el cumplido.	***¡Huy, mero teso!***	Se sonríe	Mujer a hombre/ estudiantes. La interacción ocurre en un pasillo de una universidad. Se percibe un uso de lenguaje coloquial a nivel léxico en la producción del cumplido. El cumplido se produce en la mitad de la conversación. La sonrisa podría tomarse como respuesta al cumplido.
Un personaje de un programa radial brinda el cumplido al colocar un disco bailable.	¡***Eh Ave María, cómo bailas de bien***!	Sin contexto	Emisora radial local. Hay un personaje cómico durante el periodo navideño y cuenta chistes y hace comentarios a los receptores del programa.

Es importante anotar que en el cumplido anterior se percibe la fórmula rutinaria con sentido religioso (***Ave María***) que expresa asombro y ayuda a ***intensificar*** la fuerza ilocutiva del cumplido.

Se encontró un ejemplo donde la persona va en busca de un cumplido (*fishing for compliments*):

Tabla 41. Ejemplo de ir en búsqueda de un cumplido

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
La interacción ocurre en una casa de familia.	A: ¡***Mire don Pedro cómo quedó organizada la alcoba!*** B: ¡Ah, muchas gracias Doris, ***usted siempre tan organizada y pulida!***	Ah, muchas gracias	Hombre a mujer/ empleador y empleada doméstica. La conversación sucede al terminar la jornada laboral de la empleada y el cumplido aparece como parte de despedida. Se utiliza el adverbio *tan* para intensificar.

Se encontró un ejemplo de cumplido que tiene la función de presecuencia para una crítica:

Tabla 42. Ejemplo de cumplido como crítica

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
La conversación ocurre al finalizar un partido de baloncesto.	*Eh, jugaste muy bien,* sin embargo hubieras entrado mucho más al tablero, y te hubieran entrado más cestas	Ah, es que uno se confía de tirar balones desde afuera.	Hombre a hombre/ amigos. La situación ocurre en una cancha deportiva. Se utiliza el conector discursivo pragmático *sin embargo* para introducir la crítica.

También, se encontró que el cumplido se puede brindar de forma implícita:

Tabla 43. Ejemplo de cumplido implícito

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
Hablan de trabajo y hay cambio de tema hacia el deporte.	A: Usted qué, ¿sigue haciendo deporte? B: Ahí troto de vez en cuando A: ¿Y cuándo va ir a jugar básket con nosotros? B: ***No, eso es de alto nivel. Yo mejor sigo trotando*** A: ¡qué va, cuando quiera va y jugamos un rato! B: ah, yo no creo. Además tengo mucho trabajo. Ya me tengo que ir a la oficina…	Sin contexto	Compañeros de trabajos (hombres). La conversación se presenta en un pasillo de la universidad. El cumplido se produce casi al final de la conversación.
Una locutora radial lee un mensaje de uno de sus oyentes.	Luisa nos cuenta que está en la universidad estudiando para un final ***pero radio Olímpica no deja***	Sin contexto	Sin contexto

En el primer ejemplo B, con la expresión "*no, eso es de alto nivel. Yo mejor sigo trotando*", implícitamente le da a entender que él no tiene el nivel alto de baloncesto que se necesita para jugar ir a jugar con A. Con relación al segundo ejemplo se puede inferir que la expresión "*pero radio Olímpica no deja*" tiene una música tan buena y variada que la estudiante no se puede concentrar para el examen.

- **Observaciones generales**

Se hacen las siguientes observaciones de acuerdo al análisis de la producción de los cumplidos de habilidad física:

- Se encontró que los interactuantes van en búsqueda de un cumplido (*fishing for compliments*).
- Se encontró también que la risa acompaña a los cumplidos o puede reemplazar una respuesta a un cumplido.
- El cumplido se puede utilizar como una macroestrategia (para un fin específico. En uno de los ejemplos brindados previamente se utilizó como una estrategia de crítica).
- La forma de realización de los cumplidos se hace usualmente de manera explícita. No obstante, se brindaron dos muestras donde la realización se hace de manera implícita.
- Los cumplidos en su mayoría aparecen al final de las interacciones. No obstante, algunas muestras aparecen en la mitad de las conversaciones y como parte del saludo.
- La sonrisa puede tomarse como una respuesta de aceptación del cumplido.

6.3.1 Respuestas al cumplido de habilidad física

Sobresalen las estrategias de *aceptar* (con la subestrategias de agradecer) y *desviar* (con la subestrategia de explicar):

Tabla 44. Ejemplo de las estrategias aceptar y desviar

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
El hablante saluda a su interlocutor en una acera de la calle, y este se refiere a un triunfo deportivo.	Hola sobrino, eres el orgullo de la familia	***Muchas gracias, tío***	Cumplido de hombre a hombre (familiares, tío y sobrino).
La conversación se hace después de un partido de baloncesto.	A: Jugaste ***a lo bien*** hoy, qué partidazo, guevón!	B: ***Hoy estaba de esos días que todo le sale a uno*** A: sisas	Cumplido de hombre a hombre.

No se encontraron muestras significativas de combinaciones de estrategias. Se encontró que la risa (sonrisa) cumple dos funciones: acompaña la respuesta al cumplido y como respuesta única al cumplido. Se podría, entonces, concluir que la risa (sonrisa) se ubica dentro de la estrategia de aceptar:

Tabla 45. Ejemplo de la risa como estrategia de aceptar

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
Un estudiante universitario le pide a otro que le muestre un trabajo de diseño. Cuando le enseña el trabajo, la otra persona hace el cumplido.	¡Huy, mero teso!	***Se sonríe***	Mujer a hombre/ estudiantes. La interacción ocurre en un pasillo de una universidad. La sonrisa se puede tomar como respuesta de aceptación al cumplido.
Algunos jugadores de fútbol están en un camerino comentando acerca del partido de fútbol que terminaron.	Huy parce, vos sos mero monstruo pa hacer pases largos.	***Vos sabés (risas***)	Cumplido hombre a hombre (compañeros de trabajo). El cumplido aparece en la mitad de la conversación.

En el último ejemplo, el interlocutor hace uso de la ***autocortesía*** implícita en la respuesta, ya que los interlocutores conocen el resto de lo que quiere decir la expresión "*vos sabés…*" (*vos sabés que yo juego bien al fútbol*). También, la respuesta tiene un ***tono humorístico*** que invita al interlocutor a inferir que él es bueno y se apoya con la risa.

Con relación al ***lenguaje humorístico*** se encontró otro ejemplo a nivel léxico-semántico con doble sentido en las respuestas a los cumplidos:

Tabla 46. Ejemplo de lenguaje humorístico

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
Los interactuantes se encuentran en una zona deportiva para ir	¡Uy, Marta, cómo estás de deportiva!	***Gracias parcero, toque (brazo)*** *risas*	Cumplido de hombre a mujer (familiares, cuñados). La expresión (*toque*,

de caminata.			*brazo*) significa que la persona ha hecho mucho trabajo deportivo y ostenta con su brazo. *Parcero* es un vocativo coloquial.

Con relación a las ***formas de tratamiento***, el hablante hace uso de diferentes formas que involucran nombres comunes coloquiales (como el ejemplo anterior de *parcero*) o de de formas de tratamiento referentes a relaciones de cercanía o familiar como en el siguiente ejemplo:

Tabla 47. Ejemplo de formas de tratamiento

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
El hablante saluda a su interlocutor en una acera de la calle. El sobrino hace poco obtuvo una medalla en una competencia deportiva de alto rendimiento.	Hola, sobrino, eres el orgullo de la familia	Muchas gracias, ***tío***	Cumplido de hombre a hombre (familiares: tío y sobrino).

Con relación a las ***unidades fraseológicas***, sobresale la fórmula rutinaria *muchas gracias* como aparece en el ejemplo anterior y la locución adverbial *a lo bien* presentada en la tabla 44. Finalmente, se encontraron algunos ejemplos de ***lenguaje coloquial*** a nivel léxico-semántico y ***enunciados exclamativos.*** Con relación a estos últimos la risa o sonrisa representa a los enunciados exclamativos:

Tabla 48. Ejemplos de enunciados exclamativos

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
La conversación ocurre en un camerino de la universidad.	¡Sos un teso pa jugar!	*Gracias,* ***calidoso***	Hombre a hombre / compañeros de trabajo. El cumplido se hace después que de que acaban un partido de fútbol y lo han ganado. La palabra *calidoso*

			cumple la función de intensificador coloquial (nivel léxico-semántico).
La conversación ocurre en una cafetería de la universidad.	Usted no ofreció el café en el seminario, usted no lo promocionó. Desde que probé el café de Luis, ya no compro otro café (hay un tercero en la conversación)	***Sonrisa*** (de Luis)	Cumplido de mujer a hombre (compañeros de trabajo). El cumplido es implícito (Luis produce muy buen café y ya su interlocutora no compra otro tipo de café). La sonrisa se puede tomar como una respuesta de aceptación al cumplido.

Es importante anotar que en el ejemplo anterior la palabra *calidoso* tiene como fin no solo ***intensificar*** la respuesta, sino también para afiliarse a su interlocutor.

6.4 Cumplido de posesión

El cumplido de posesión es el que aparece con menor frecuencia (14%). A continuación se describen las estrategias interaccionales o pragmáticas y las formas lingüísticas:

Lenguaje autocortés: se encontró un solo ejemplo que involucra la autocortesía. La siguiente tabla ilustra el ejemplo:

Tabla 49. Ejemplo de lenguaje autocortés

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
La conversación ocurre en una casa de familia.	A: ¡***Amor, mirá el celular tan bacano que compré!*** B: sí, está bonito	Sin contexto	Cumplido de hombre a mujer/ esposos. El cumplido se hace al inicio de la interacción.

En la muestra anterior aparece el adverbio ***tan*** que sirve para *intensificar* la fuerza ilocutiva del cumplido.

Lenguaje coloquial: a nivel morfosintáctico, los informantes utilizan oraciones exclamativas introducidas por ***qué*** y en ocasiones con el acompañamiento de interjecciones (***oh, uh, eh, uy, ay***):

Tabla 50. Ejemplo de lenguaje coloquial a nivel morfosintáctico

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
Las interactuantes se encuentran en un vehículo y uno de ellos se sube al carro por primera vez.	¡***Uy, qué*** carro tan bacano!	Se percibe una sonrisa del interlocutor	Hombre a hombre / compañeros de trabajo. El cumplido hace parte del saludo. La sonrisa se puede tomar como respuesta de aceptación del cumplido.

A nivel léxico-semántico, los informantes utilizan elementos lexicales que se relacionan con palabras del parlache y vulgarismos con función anticortes (*chimba, nave*):

Tabla 51. Ejemplo de lenguaje coloquial a nivel léxico-semántico

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
La conversación ocurre en un parqueadero de la universidad.	¡Hey, ¿cuánto te valió ***esa chimba*** de ***nave***?!	-No parce, no mucho, y además vos sabés que esto lo fían	Hombre a hombre/estudiantes compañeros.

La intensificación: en el ejemplo anterior el interlocutor produce el cumplido dentro de una oración interrogativa. Este mecanismo lingüístico a nivel sintáctico sirve para intensificar la fuerza ilocutiva del cumplido. Del mismo modo, el demostrativo *esa* sirve para intensificar.

Lenguaje humorístico: se encontró una muestra que contiene un enunciado humorístico a nivel morfo-sintáctico que ayuda también a intensificar al cumplido:

Tabla 52. Ejemplo de lenguaje humorístico

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
La conversación ocurre en un parqueadero de una urbanización residencial.	¡Uy, qué carro tan bacano, ***estos ricachones si viven muy bueno, eh!***	Se sonríen los propietarios	Hombre a pareja de esposos que compraron carro nuevo. El cumplido aparece en la mitad de la conversación. La sonrisa se puede tomar como una respuesta de aceptación del cumplido.

Marcadores discursivos: en el ejemplo anterior, el conector discursivo pragmático *eh* indica que el hablante ha terminado de hablar. En el mismo sentido, este conector sirve para intensificar la fuerza ilocutiva del cumplido.

Formas de tratamiento: Se encontraron diferentes formas de tratamiento que hacen referencia a nombres propios, nombres comunes y pronombres. Estas formas de tratamiento en ocasiones tienen un tono coloquial y familiar en el uso de los cumplidos (*parce/parcero, Luis, mi niño, abue, Pacho, muchachos, vos, mijo*):

Tabla 53. Ejemplo de formas de tratamiento

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
La conversación ocurre en una oficina de la universidad.	¡Uy, ¿compraste celular?, ¡qué bien, ***mijo***!	Sí, lo compré el fin de semana	Mujer a hombre/ compañeros de trabajo. El cumplido aparece al inicio de una interacción.

En el ejemplo anterior el interlocutor produce una pregunta retórica antes de hacer el cumplido. También, se observa una interjección antes de la pregunta. Estos mecanismos lingüísticos sirven de igual forma para *intensificar* la fuerza ilocutiva del cumplido.

Unidades fraseológicas: se encontró una fórmula rutinaria psicosocial con sentido religioso que tiene con fin incrementar la fuerza ilocutiva del cumplido:

Tabla 54. Ejemplo de unidades fraseológicas

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
Cuatro personas (dos parejas de casados) conversan acerca de un apartamento que una pareja adquirió recientemente.	A***:¡ Eh ave María***, me encanta este apartamento, está espectacular! B: Sí, está una bacanería	C: Es un regalo de Dios	Una mujer inicia el cumplido y luego lo refuerza un hombre (*third party*, Golato, 2005). El cumplido se presenta en la mitad de la conversación.

La fórmula rutinaria con sentido religioso ***Eh ave María*** también funciona como enunciado exclamativo, ya que ayuda a expresar asombro.

Enunciados exclamativos: como se expresó en la categoría del lenguaje coloquial, los informantes utilizan oraciones exclamativas introducidas por ***qué*** y en ocasiones con el acompañamiento de interjecciones (***oh, uh, eh, uy, ay***) en posición inicial:

Tabla 55. Ejemplo de enunciados exclamativos

Contexto	Cumplido	Respuesta al cumplido	Información etnográfica/comentario
La conversación ocurre en una oficina.	¡Pacho, ***qué buen café!***	Sonrisa	Cumplido de hombre a hombre (compañeros de trabajo). El profesor le brinda una taza de café recién hecho al otro profesor y éste le brinda el cumplido. La sonrisa se puede tomar como respuesta de aceptación del cumplido.

Finalmente, se encontró que el cumplido de posesión se puede hacer de una manera implícita:

Tabla 56. Ejemplo de cumplido implícito

Contexto	Cumplido	Respuesta al cumplido	Información etnográfica/comentario
En una pausa de una reunión una persona saca un celular.	¡***Eh, quisiera tener un celular como el tuyo!***	Deje de ser chichipato y cómprese uno guevón	Hombre a hombre/ compañeros de trabajo. La situación ocurre en una oficina. La respuesta contiene lenguaje coloquial y lenguaje humorístico. El cumplido se presenta en la mitad de la conversación.

Observaciones generales

Se hacen las siguientes observaciones de acuerdo al análisis de la producción de los cumplidos:

- Se encontró que las expresiones con sentido religioso pueden acompañar la emisión del cumplido y se utilizan para intensificar.
- La forma de realización de los cumplidos se hace principalmente de una manera explícita. No obstante, se brindó una muestra donde se presenta de manera implícita.
- Los hombres producen más cumplidos de posesión que las mujeres.
- El cumplido de posesión usualmente aparece en la mitad de las interacciones.

- No se encotraron ejemplos con marcadores discursivos.
- La sonrisa se puede tomar como una respuesta de aceptación del cumplido.

6.4.1 Respuestas al cumplido de posesión

Sobresalen las estrategias de *devolver* (con la subestrategia de ofrecer el objeto del cumplido) y *desviar* (con la subestrategia de explicar):

Tabla 57. Ejemplos las estrategias devolver y desviar

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
La conversación ocurre dentro de un apartamento que una pareja de esposos adquirieron recientemente.	Está muy bacano este apartamento	***Ahí lo tiene a la orden***	El cumplido se hace de hombre (amigo) a pareja de esposos.
La conversación ocurre dentro de un aula de clase en una pausa.	¡Ah, Luis Carlos, ¿estás estrenando Tablet?!	***Sí, mire todo lo que tiene***	Cumplido de mujer a hombre/compañeros de trabajo.

En las respuestas a los cumplidos se encontró una muestra donde el hablante realiza un ***juego humorístico y lenguaje coloquial*** en su interacción:

Tabla 58. Ejemplo de lenguaje humorístico y lenguaje coloquial

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
En una pausa de una reunión una persona saca un celular.	¡Eh, quisiera tener un celular como el tuyo!	***Deje de ser chichipato y cómprese uno, guevón*** *(risas)*	Hombre a hombre/ compañeros de trabajo. La situación ocurre en una oficina. La respuesta contiene lenguaje coloquial (nivel léxico-semantico: *chichipato, guevón*) y lenguaje humorístico a nivel morfo-sintacto acompañado de la risa. El cumplido se presenta en la mitad de la conversación.

En el ejemplo anterior las palabras *chichipato* y *guevón* también se usan para ***intensificar*** la fuerza ilocutiva de la respuesta.

Con relación a las ***formas de tratamiento***, el hablante en ocasiones hace uso de diferentes formas coloquiales y familiares para interpelar a su interlocutor:

Tabla 59. Ejemplo de formas de tratamiento

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
La conversación ocurre en un parqueadero de la universidad.	¡Hey, ¿cuánto te valió esa chimba de nave?!	-**No *parce***, no mucho, y además *vos* sabés que esto lo fían	Hombre a hombre/estudiantes compañeros. El primer vocativo tiene un tono coloquial. En la producción del cumplido *hey* funciona como un ***marcador discursivo pragmático*** que llama la atención de su interlocutor.

Con relación a las ***unidades fraseológicas***, aparecieron dos fórmulas rutinarias psicosociales que tienen como fin afiliarese a su interlocutor:

Tabla 60. Ejemplos de unidades fraseológicas

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
Un hombre le muestra unas fotos de su casa en su celular a una mujer y ella le brinda un cumplido.	¡Eh, quisiera tener una casa como la tuya!	Ahí la tiene ***a la orden***	Cumplido de mujer a hombre / compañeros de trabajo. El cumplido se hace de manera implícita.
Una mujer visita a unos amigos en un apartamento que recientemente adquirieron.	Los felicito muchachos, tienen un apartamento muy bonito	Ah, ***muchas gracias***	El cumplido se hace de mujer a hombre y esposa/amigos. El cumplido se hace al final de la interacción.

Con relación a los ***enunciados exclamativos***, se encontró que la interjección en posición inicial (tal como se muestra en ejemplo anterior) y la risa (sonrisa) dan muestra de la exclamación en las respuestas:

Tabla 61. Ejemplo de enunciados exclamativos

Contexto	**Cumplido**	**Respuesta al cumplido**	**Información etnográfica/comentario**
La conversación ocurre en un parqueadero de una urbanización residencial.	¡Uy, qué carro tan bacano, estos ricachones si viven muy bueno, eh	***Se sonríen los propietarios***	Hombre a pareja de esposos que compraron carro nuevo. El cumplido aparece en la mitad de la conversación. La sonrisa se puede tomar como una respuesta de aceptación del cumplido.

Finalmente, no se encontraron muestras que ejemplifiquen la ***autocortesía*** en las respuestas del cumplido de posesión.

6.5 Conclusiones

En este capítulo se hizo el análisis dialógico de la producción y respuestas a los cumplidos con base en el instrumento de recolección de información de toma de notas. Como se describió previamente, los informantes utilizan diversas estrategias y formas lingüísticas no solo para crear un ambiente solidario en la interacción, sino también para para aumentar la carga expresiva del cumplido: lenguaje autocortés (*El primero, es una de* ***mis*** *virtudes (gol de cabeza), y bueno el segundo…*); lenguaje coloquial (*ah, es que uno subiendo casi todos los días a este* ***morro, guevón)***; lenguaje humorístico (*Hasta luego ome, Messi*); unidades fraseológicas (***muchas gracias****, mi amor*); diferentes formas de tratamiento (*eh ave María* ***Luis****, ya terminaste de estudiar,* ***usted*** *va es pa'delante,* ***mijo***); enunciados exclamativos introducidos por interjecciones y la palabra *qué* **(*¡uy, qué*** *elegancia!*) , y en ocasiones por preguntas retóricas *(¡uy,* ***¿compraste celular****?, ¡qué bien, mijo!*); la intensificación que se hace por medio de adverbios o sufijos (*Preuniversitario formarte, dictado por las* ***más*** *tesos de la UdeA*) (*es increíble que las más kuk****itas*** *del Diego estemos reunidas..las quiero much****ísisisimo***!) y se constata el uso de los marcadores discursivos que sirven de enlace enunciativo (***Bueno,*** *ya me tengo que ir, el almuerzo estuvo muy rico. Indio comido indio ido, chao*). Es importante resaltar que la emisión de una sola interjección puede ser tomada como la producción completa de un cumplido (*Wauuuuu*). Con relación a las respuestas a los cumplidos, sobresalen las estrategias de *aceptar* (con la

subestrategia de *agradecer*) (***ah, muchas gracias**, pero le regalo lo de tesa*) y *desviar* (con la subestrategia de *explicar*) (***hoy estaba de esos días que todo le sale a uno)***. Es importante anotar que la ***risa*** cumple la función de respuesta de *aceptación* (*agradecimiento*) del cumplido. Los dos tipos de respuestas mencionadas previamente se enmarcan en las máximas interaccionales que propone Leech (1983): máxima de aprobación debido a que el hablante maximiza el aprecio con su interlocutor y agradece, y máxima de modestia, ya que minimiza el aprecio a sí mismo al brindar una explicación.

También, en la producción y respuesta de los cumplidos, los informantes utilizan otros mecanismos lingüísticos, tales como las expresiones religiosas (*es un regalo de Dios*); y se apoyan con la risa o sonrisa (*Lindas las chicas....lástima la camiseta, **jajjajaajjajajaa***). Igualmente, el interlocutor en ocasiones utiliza extranjerismos (*Eh ave María por Dios, pero qué cambio de **look***) para intensificar el objeto del cumplido. Del mismo modo, los interactuantes utilizan los cumplidos como estrategia para un fin: para vender un producto o hacer una crítica (*Yo veo que has avanzado y tienes un avance significativo y presentas resultados pero no sé, ¿cuál es el objetivo general de la tesis*?); o en ocasiones el hablante va en busca de que su interlocutor le brinde un cumplido *fishing for compliments* (A: *mire don Pedro cómo quedó organizada la alcoba. B: Ah, muchas gracias Doris, usted siempre tan organizada y pulida)*. Finalmente, el interlocutor usualmente hace el cumplido de una manera explícita (*Huy parce, vos sos mero monstruo pa hacer pases largos*) aunque tiene la opción de hacerlo implícitamente (*¡eh, quisiera tener un celular como el tuyo!*). Todos estos elementos lingüísticos caracterizan la imagen de afiliación de los universitarios medellinenses en sus interacciones.

Finalmente, el cumplido de apariencia física es el que aparece con mayor frecuencia en el instrumento de toma de nota. Esto concuerda con otros estudios (Manes y Wolfson, 1981) que confirman que el cumplido de apariencia física es el que mayor regularidad presenta.

Capítulo 7

Análisis del instrumento de "conversaciones espontáneas[56]"

En este capítulo presentamos los resultados del análisis de las conversaciones espontáneas grabadas. En este apartado reportamos la producción de los cumplidos y las estrategias y subestrategias al responder ante los cumplidos. También, reportamos el trabajo interaccional en los cumplidos. Finalmente, describimos las formas lingüísticas que emergieron del análisis y reportamos las conclusiones de dicho análisis.

Como se mencionó en el apartado de la metodología, el instrumento de las conversaciones espontáneas se caracteriza porque los hablantes no están condicionados por la observación, y el lenguaje en acción se presenta de una manera natural. Se analizaron 20 grabaciones con una duración de 6 horas y 45 minutos, y, de ellas, 13 contenían cumplidos. Es importante destacar que este instrumento de recolección de información se utiliza para apoyar los resultados del cuestionario de hábitos sociales que se aplicó a una población universitaria. Un total de 32 cumplidos aparecieron en las conversaciones, de los cuales

15 corresponden al cumplido de apariencia física,

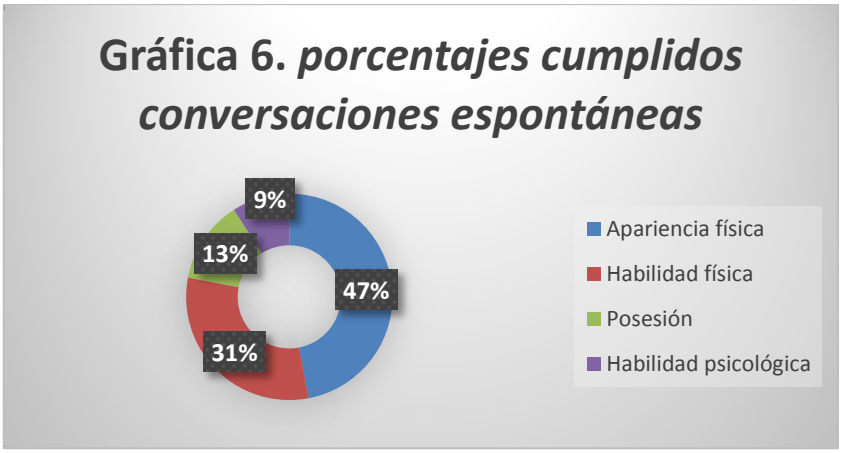
10 corresponden al cumplido de habilidad física,

4 corresponden al cumplido de posesión,

y 3 corresponden al cumplido de habilidad psicológica.

La siguiente Gráfica ilustra el porcentaje de los cumplidos en las conversaciones espontáneas:

[56] Este instrumento de recolección de información se utiliza para apoyar los resultados del cuestionario de hábitos sociales que se aplicó a una población universitaria.



Gráfica No. 6 Porcentajes cumplidos conversaciones espontáneas

En lo que sigue se analizan cada una de estas tipologías de cumplidos, con ejemplos reales procedentes del corpus.

7.1 Cumplido de apariencia física

El cumplido de apariencia física es el que aparece con mayor frecuencia (47%) en nuestro corpus. A continuación se describen las estrategias interaccionales o pragmáticas y las formas lingüísticas de estos cumplidos en los contextos conversacionales en los que tuvieron lugar:

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

C: noo / me fui a comprar eso / a pagar en Flamingo / y como pues todos estos días trabajando tenía una platica ahorrada porque ya no me sirven los jeeans §
E: § ¿entonces fue a comprar ropita? §
D: § ¡parce, vaya a donde Santi! / ¡Chimba de bluyines! §
C: § ah pero son- son una marca ahí §
D: § [¡aah!, son Avalon, sí]
E: [¡hay más!]
S: [tiene que haber más ahí]

C: §¡mi amoor!, pero yo ya le pregunté y ya vi la ropa porque Paula Cañas me agregó al *Face* y yo ya ví 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 embalada pa salir (( )) / tengo un bluyín blanco y no me pasaba de acá / y yo ¡*ay apá!* / *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***[57]

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 usté!?§

C: §

(( )) y era dizque *yo le presto pero no se lo regalo* / y yo ay *no hay problema / présteme uno* y me puse uno lo mas de bonito / y ya/ y entonces hoy fui y me compré un bluyín / que imagínese que por ser talla ocho / me toca cortarle de bota me queda largo ¡Imaginate!

E: ¡ah claro! §

C: § **y me compré un estraaple miiijo** ↑

D: ¡uy!

E: [¡eeh, qué haremos pues!]

C: [sí, porque voy a estrenar el domingo] §

E: § [¿¡qué hay el domingo pues!?]

…

En la interacción previa, C emite un ***lenguaje autocortés***, ya que sostiene que los bluyines le quedan mejor a ella que a la verdadera dueña. Además, E coopera con la afirmación de C, debido a que 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 usté!*" con efectos de comparación. Lo anterior confirma lo que expresó Haverkate en la entrevista que le hicieron Zuluaga y Echeverry (2012): el interlocutor se toma a sí mismo como referente para llamar la atención de su propio papel que tiene en el entorno que lo rodea. El oyente, por su parte, de alguna manera coopera, ya que es consciente de la importancia de esa autocortesía en la interacción.

[57] La negrita y el subrayado se utilizan para destacar el fenómeno lingüístico que se está analizando.

Para confirmar más su papel en la interacción, C va en búsqueda de un cumplido (*fishing for compliments,* Adachi, 2010) al decir que compró una prenda (*estraaple*). D y C, por su parte, cooperan y emiten un cumplido: D con una interjección (*¡uy!*) y E con un ***enunciado exclamativo*** introducido por una interjección (¡*eeh qué haremos pues*!). Finalmente, el cumplido aparece en la mitad de la conversación. Con relación a la forma lingüística, D utiliza la comparación (*¡y se va a emputar como la – como Lorena donde la vea que está más chimba usté!*) con efectos de ***intensificación*** para incrementar la fuerza ilocutiva del cumplido de apariencia física. La expresión anterior da muestra también del ***lenguaje coloquial*** no solo en el nivel léxico-semántico por palabras pertenecientes al parlache (embalada, mijo), sino también por el uso del vulgarismos con función anticortes (chimba, emputar). En esta misma categoría aparece el nivel nivel morfo-sintáctico al hacer la comparación. Igualmente, la participante hace uso de recursos del nivel fónico al alargar el ***vocativo*** *mijo* y el sustantivo *estraple* en la expresión (*y me compré un estraaple miiijo*). Del mismo modo se presenta un ***lenguaje humorístico*** que gira alrededor del bluyín que le queda bien a las dos mujeres, ya que C argumenta que su papá exclamó que fue una inversión muy económica debido a que las dos pueden utilizar una misma prenda de vestir. Además, se aprecia el recurso morfo-sintáctico por la supresión de la palabra *para* (pa) y el turno finaliza con risas.

En el ejemplo que sigue a continuación también se aprecia el uso de la autocortesía, al igual que el lenguaje coloquial, la intensificación y el lenguaje humorístico:

(2) **Contexto**: los interactuantes hablan acerca de una multa que tuvieron que pagar por mal uso de una piscina en una unidad residencial; después hay cambio de tema:

A: no pagar / yo bajé y hablé y yo dije que no que habíamos sido de a donde Rusbel / como Rusbel es propietario // a él le mandan carta pero como memorando pues porque él es propietario / que no puede hacer las cosas / en cambio uno como es arrendatario / de una llegan es cobrando multa como trescientos y yo *noo es que yo no fui el que los traje / ellos estaban era con Rusbel* pero a lo último llamé a Rusbel y le dije / *y a no hágale - hágale / dígales que ellos vinieron fue conmigo* y los tiré pa allá y la vuelta, ya quedó así porque trescientos mil pesos

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 tíio / 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 eeeso!]*

A: [puro Giordano]

A: ¡***chimbas de ojos los míos mija***!

B: ¡puro Giordano!

C: muy lindos // ¡está muy hermosa!

B: [con ese ojote y con el otro remata]

…

En la conversación anterior A se brinda una ***autovaloración*** de sus ojos (*no / ¡los ojos míos son una elegancia!*) y repite otra vez (¡*chimbas de ojos los míos mija!*) para efectos de ***intensificación***. De hecho, la última expresión sufre un cambio de sustantivo a adjetivo para resaltar la cualidad. Además, utiliza un ***lenguaje coloquial*** a nivel morfosintáctico, por las expresiones exclamativas al producir su autovaloración. Con relación al ***lenguaje humorístico,*** esta intervención también se ubica en el nivel morfosintático por el tono expresivo de autovaloración que indica y la imagen de A no se percibe como engreída sino como cómica, debido a que dice de una manera coloquial que sus ojos son muy hermosos. Esta autovaloración se podría tomar también como una respuesta, ya que C argumenta que la niña tiene unos ojos muy expresivos y tiernos, así como los del tío. A responde con una autovaloración y sostiene que los ojos de él son "una elegancia". Con relación a los ***marcadores del discurso***, se encontró que *no* en la expresión (***no***, *los ojos míos son una elegancia*) tiene como fin encadenar el acto de habla del cumplido. Finalmente, B refuerza el cumplido y funciona como una tercero o *third party* (Golato, 2005), debido a que apoya el cumplido emitido por C (*tiene los mismos ojos del tío*) y afirma que son *tiernos, todos Giordano.*

Como se explicó en el apartado de la metodología en las categorías emergentes, las ***formas de tratamiento*** involucran nombres propios, nombres comunes y pronombres. Estas formas de tratamiento en ocasiones tienen un tono coloquial y familiar en el uso de los cumplidos. A continuación veremos algunos ejemplos de ello, procedentes de nuestro corpus.

(3) **Contexto**: los interactuantes hablan de comida y luego hay un cambio en la conversación acerca de unos lentes de ojos:

Julián: ¡Lily se está muriendo de hambre!
Lily: ¡eeh, ***hombe,*** no cómo me enreda a mí en todos [los tiros]!
Simón: [hey, y ***vos*** =] ¿desde cuándo gafas sexi?↑
Lily: = (RISAS) noo/ desde que / compré estas gafas que valen la pena/ sí→
Simón: ¡aah, es que ***vos*** usabas pero te daba pena usar las otras feítas!
Lily: ¡no no!/ sino que a mí se me rayaban de una ***Juansi***/ pero compré ya estás que tienen un antirreflejo que dizque no dejan rayar las gafas/ entonces→
Simón: ¿quién dijo eso?→
Julián: ¡la que le vendió! §
Simón: § (RISAS) §
Lily: § la que me vendió en seiscientos mil pesos estas gafas
Simón: ¡SEISCIENTOS MIL PESOS! / ¡Hubieras comprado unas acciones de Ecopetrol!
…

En la conversación anterior los interactuantes utilizan nombres propios (*Lily*) y comunes (*hombe*), y pronombres (*vos*). Las formas de tratamiento tienen un tono familiar y coloquial, ya que hay acortamientos (*Lily* = Liliana) o uniones de palabras (*Juansi* = Juan Simón) que tienen como fin manifestar una actitud de afecto y de solidaridad hacia el interlocutor. Finalmente, es importante resaltar que el uso del cumplido tiene como fin cambiar de tema (*hey, y vos, ¿desde cuándo gafas sexy?*).

Con relación a las ***unidades fraseológicas***, se encontraron algunas fórmulas rutinarias psicosociales con combinación libre (*qué* ___ *tan*/*más*/*de*__) que tienen como fin incrementar la fuerza ilocutiva del cumplido:

(4) **Contexto:** los interactuantes hablan acerca de una foto que colgaron en el Facebook:

C: … que pelié con Katherine, sí / pero yo nunca hice la inmadurez que hizo su amiga Jenny Zuleta de montar cosas al Facebook y hacer quedar a esa niña que no le ha hecho nada como lo peor

E: ¿¡y por qué verdad, ome!? §

C: § porque ella le coge la mala a las personas así

E: nosotros sí no la gozamos porque

D: ¡ufff, la cogimos de parche! ¡Cuál ome rayada!

C: sí, ella se cree la más §

E: § oiga, cuando lo de la pija / lo de la pijama (Risas)

C: ¿¡ustedes le dijeron!?

D: yo le dije // esa foto que usté me mostró que está en pijama / yo le dije ***qué chimba de*** *foto tenés en pijama* / dizque *qué mi foto* – mi pijamaa - ¿de qué fue?

E: de [Hello Kity]

C: [Hello Kity] §

D: § de Hello Kity §

E: § yo me enteré allá donde Maribel

D: banderiada de cuenta de esa – de esa pijama

E: ¡qué risa con eso! / Ella estaba cumpliendo años ¿cuándo fue ayer o el sábado? →

C: no puso en el face que *voy a celebrar mis cumpleaños*

En la conversación anterior la expresión *qué chimba de* es un ejemplo de fórmula rutinaria psicosocial de combinación libre. Es importante anotar que la unidad fraseológica se encuentra en un contexto coloquial que hace la función de ***enunciado exclamativo*** e intensifica el cumplido. Por otro lado, el cumplido emitido acerca de la foto tiene como estrategia burlarse de la pijama de su interlocutor.

En la siguiente conversación se ilustra otro ejemplo que contiene un enunciado exclamativo:

(5) **Contexto**: se encuentran para abordar un carro particular para un viaje:

L: [¡Juansi!]

S: [¡eeh, chimbita!=] ¡mamacita!

L: ¡ayayay!//

S: fuímonos

…

En la conversación anterior el cumplido de apariencia física se utiliza como acompañante del saludo y se hace de una forma ***exclamativa*** para iniciar la interacción con su interlocutor. Además, la interjección fónicamente alargada *eeh* ayuda a ***intensificar*** aún más la exclamación. En el mismo sentido de la exclamación, se utiliza el vocativo *Juansi* que tiene como fin llamar la atención del interlocutor. Finalmente, todos los casos anteriores de la emisión de los cumplidos de apariencia física se hacen de una manera explícita.

No obstante, se encontró una muestra donde el cumplido se hace de ***manera referida.*** Entendemos por manera referida un cumplido que dijo una persona que no se encuentra presente en la interacción. En el siguiente ejemplo, el hablante le comenta a su interlocutor acerca de un cumplido que hace una tercera persona:

(6) **Contexto**: la conversación gira en torno a organizar unas decoraciones navideñas en una oficina:

…

C: pero mira que los bracitos no pueden con las (Risas)

L: oíste Correa que ¿sabés qué me contó Andrés ayer? // y que quede entre nosotras

C: sí, es chisme

L: (5'') imaginate /// que / que me dijo // que en estos días salió con Pipe // el hermano de Robin

C: ajá

L: y que a él le gusta una vieja de acá / entonces que Andrés le dijo dizque *a usted le gusta una vieja de la empresa* / entonces que le dice Andrés *pues doña Carmen no creo* / *doña Fanny tampoco* /*entonces Zoraida* y dizque *oigan a este que le pasa dizque Zoraida* / entonces que le dijo Andrés *entonces tiene que ser Lina* y que le dijo dizque *sí /* ***es que ella me parece tan linda*** / entonces que Andrés le dijo *¡ay, mira a este Pipe!* /entonces que le dijo dizque *no es que quién dijo que por ser sacerdote no podía mirar a otra mujer* /// ¡aay, Carmen mirá! / vinieron sin las cositas

C: no / véalas ahí

L: ¡aah! // ¡Aay, Carmen! //entonces que- que quién había dicho que el hecho de ser así no podía mirar a una vieja / que normal que simplemente que yo le parecía muy bonita / entonces yo no le creí a Andrés y la cosa se quedó así §

C: § ¡oigan a esta! / ¿Usté ya no me había contado a mí eso? →

L:¡noo! /eso lo contó Fanny ayer

C: sí / yo sí sabía / pero no sé por boca de quién

L: ¡ah, no yo no le había contado!

C: ¿¡no!?

L: Nana / yo no le había contado eso a usted

C: pero yo sí sabía

L: bueno el caso fue que yo no le creí a Andrés / yo me le reí y ya / y ayer viene Felipe y me dice por la tarde dizque *Lina me va hacer el favor de volverme a dar el teléfono del Cesde* ¡ah, y yo volví a darle el teléfono Carmen! /yo le dije *dos veintinueve once cero cero* / cuando como a las cinco viene dizque *Lina /**si ve, usté no me quiere creer él dice que usted es muy bonita** / ¿y sabe qué? usted ya le había dado a él los datos del Cesde* / y yo *sí* / *sí vio y dijo que por disimular vino a preguntárselos a usted otra vez* / entonces ahí ya

C: tan coqueto, ¡ah!

L: ¡horrible Carmen!

C: ¿pero no le dice nada ni nada? →

L: Noo / él es muy serio / pero Andrés me dice que mira las viejas / que las admira / que dice las cosas como es que *miran esa mamacita* / que toma cerveza / eso me parece muy raro Carmen

…

En el ejemplo anterior, la misma receptora del cumplido da cuenta del halago que le comentó un tercero a su interlocutora. Es importante anotar que la misma persona se toma como referente para la interacción y su imagen no queda como engreída. En ambos casos se utilizan ***adverbios intensificadores*** (*tan, muy*) que tienen como fin aumentar la fuerza ilocutiva del cumplido. Finalmente, la expresión *es que* en el enunciado (*es que ella me parace tan linda*) funciona como un ***conector del discurso*** que ayuda a justificar.

Observaciones generales

Se hacen las siguientes observaciones de las conversaciones espontáneas de acuerdo al análisis de la producción de los cumplidos:

- En una de las muestras de los cumplidos se pudo observar que la persona iba en búsqueda de un cumplido (*fishing for compliments*).
- El cumplido se puede utilizar como macroestrategia para un fin específico. Por ejemplo, en uno de los fragmentos brindados previamente se utilizó como estrategia de burla.

- La forma de realización de los cumplidos se suele hacer de manera explícita. No obstante se encontró una muestra donde se hace de manera referida.
- En las muestras presentadas en los cumplidos, los hombres son los que producen más cumplidos de apariencia física, en relación con las mujeres.
- El cumplido usualmente aparece en diferentes momentos de la interacción: al inicio o en la mitad de las conversaciones para cambiar de tema.

7.1.1 Respuestas al cumplido de apariencia física

Sobresalen las estrategias de *desviar* (con la subestrategias de dudar y explicar) y *aceptar* (con la subestrategia de estar de acuerdo) el cumplido:

(7) **Contexto**: los interactuantes hablan acerca del maquillaje con relación a un disfraz de Halloween:

M: y ¿Qué te dijeron de tu maquillaje? →

C: nooo, todas dizque / ¡Ay, tan bonito! / Una muchacha hasta me tomó una foto / dizque porque el mío era el diferente / todas eran como los vestidos cortiiicos de las medias en liguero y el mío era el difereente

M: pero esa [¡quedó espectacular!] ↑

C: [esa parezco de tumbas]= / una amiga me puso que parecía dizque de película la foto →

En la conversación anterior la respuesta al cumplido involucra una explicación acerca del maquillaje que lució C (*esa parezco de tumbas, una amiga me puso que parecía dizque de película de foto*). Es importante anotar que la palabra *dizque* sirve como ***conector discursivo*** para unir las dos ideas (parecer de una tumba y de película la foto) con función argumentativa. También, la expresión *esa parezco de tumbas* tiene un grado de ***intensificación***, por la relación que hace con las tumbas.

En el siguiente ejemplo se ilustra la subestrategia de *estar de acuerdo* en la respuesta, ya que E afirma que realmente sus cejas y la foto quedaron bien *¡ah sí, sí quedó bonita!*

(8) **Contexto:** los interactuantes hablan acerca de un evento de Halloween que incluye disfraces y maquillaje:

S: Hmm /// ¡No, Martha, pa qué! / ¡El mueble está muy lindo! → /// ¡Pa qué! ↑

E: ¡Chava, me depilé yo misma las cejas!

C: Erica, y en la foto quedó muy bonita

E: ¡ah sí, sí quedó bonita! / ¡aah, bueno! dígale a la Chava que le muestre…

Con relación a los contenidos lingüísticos, la respuesta contiene una interjección en posición inicial (*ah*) que ayuda a ***exclamar***. También, se repite la palabra *sí* dos veces, lo cual ayuda a ***intensificar.***

7.2 Cumplido de habilidad física

El cumplido de habilidad física es el segundo que aparece con mayor frecuencia (31%). A continuación se describen las estrategias interaccionales o pragmáticas y las formas lingüísticas en los contextos conversacionales:

Se encontraron algunos cumplidos que involucran ***la autocortesía***:

(9) **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 cómo nos quedó de linda la navidad***! §

A: § ¡ay, me dijo que eso quedó muy mañée! / lo de las escalas

C: ¡ay, 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), ya que brinda una autovaloración del arreglo navideño (…*nos quedó muy linda la navidad*). Cómo se puede apreciar, el cumplido de habilidad se hace de una manera explícita y hace parte del saludo debido a que Chava acaba de llegar a la casa. Dentro del saludo aparecen diferentes ***formas de tratamiento*** (nombres propios como *Ángela*, pronombres como *usted*, y nombres comunes como *tío, mami*) que tienen como objetivo manifestar una actitud de afecto y de solidaridad hacia el interlocutor. También, dentro del saludo aparece una expresión religiosa (*gracias a Dios*) que ayuda al buen desarrollo de la interacción. Con relación al ***lenguaje coloquial*** se evidencia el nivel fónico debido al alargamiento de la vocal en el saludo (*¡ah, bieeen!*) y el nivel léxico-semántico por el acortamiento de la palabra *Turo* (Arturo). También, el uso del imperativo *vea* ayuda a ***intensificar*** la autovaloración del cumplido. Todo lo anterior tiene como fin emitir un tono de expresividad para mantener las buenas relaciones entre los participantes.

En la muestra que se ilustra a continuación también se pone en escena el lenguaje coloquial que involucra el cumplido de habilidad física:

(10) **Contexto**: los participantes hablan acerca de trabajar en una taberna (la de Rusbel):

…

C: pa mí // fueron el domingo y me dijeron / que si yo no estaba haciendo nada y yo dije que no // y yo – y me dijeron que si no me interesaría en coger la de Rusbel

D: [¡aah, usted me había dicho perooo!] §

E: § ¡aah, peroo! §

D: § pero ¿Cómo es que se llama? →

C: § pero entonces yo les dije *ay muchachos yo nunca he trabajado en una cosa de esas* y segundo pues eso ya en Belén / a mí la gente no me va hasta allá

E: ¡claaro, eso ya no! §

D: § ¡claro, eso ya es otra vuelta! // Usté sabe que estamos es en la comuna / parce §

S: § ***<u>donde usté la conocen es aquí y donde siempre la van a seguir</u>*** §

C: § ¡noo, vea estaba muy bueno! y mire pues porque - ¡aah, él decía – él decía quee! §

…

En el ejemplo anterior, en el cumplido (*donde usté la conocen es aquí y donde siempre la van a seguir*) se observa un rasgo del nivel fónico del ***lenguaje coloquial,*** ya

que el hablante suprime la pronunciación de la última consonante en la palabra *usted* (*usté*). También, el cumplido está en medio de una conversación coloquial, debido a que los participantes utilizan el nivel morfosintáctico y el nivel léxico-semántico en la interacción (*claro eso ya es otra vuelta; parce*). Finalmente, es importante destacar que el cumplido se hace de manera implícita debido a que los participantes saben que S es conocida en ese lugar y que tiene buena aceptación por los servicios que presta en una taberna.

Con relación al ***lenguaje humorístico***, en el siguiente ejemplo se pone en escena el tono jocoso que se evidencia en el recurso morfosintáctico por la carga de expresividad de la oración *¡ay!, ¡marica qué teso!*:

(11) **Contexto**: Hablan de política y de un grupo de interés. Luego involucran a la novia de una manera jocosa para después contar una anécdota:

S: yo le voy a dar a conocer un grupo de interés que no lo conocía §
J: § ¡claaro!, y va a ser tuyo / y para ellos es nuevo // pero como estoy con la novia §
S: § esta pelada, ¡Nooo!, esta pelada no parce
L: ¡noo! / ¡esa maldita novia tuya!→
S: está como el mono / el mono estuvo en el Amazonas con Manuela
J: en el Decameron?↑
S: síi // ¡entonces hay una foto güevón con el mono cogiendo una piraña! / ¡pero con los dientes la hijueputa! // Entonces el mono chicaniando *parce vea cogí esta piraña* / y todo el mundo: ***¡ay!, ¡marica qué teso!*** / y va diciendo Manuela: ¡*mi amor! / ¿pero ya les contaste que estaba muerta*?↑
L: (risas)

En el ejemplo anterior, el cumplido de habilidad referido (*y todo el mundo: ¡ay!, ¡marica qué teso!*) está en medio de una situación jocosa, ya que S comenta que el *mono* (vocativo) tomó una piraña con los dientes y "todo el mundo" sostiene que es muy teso. No obstante, la novia (Manuela) hace quedar mal al *mono* y dice que la piraña estaba muerta. Al respecto, se perciben risas al final del turno de S. En la muestra anterior también se percibe un ***lenguaje coloquial*** a nivel léxico-semántico que involcra palabras

del parlache (*chicaneando*, *teso*) y vulgarismos (*marica*, *guevón*, *hijueputa*) con función anticortes. Además, aparece el nivel morfosintáctico, debido a la forma invertida de la expresión (¡*ay!, ¡marica qué teso* = ¡ay!,¡qué marica tan teso), y ***formas de tratamiento*** (nombres comunes) coloquiales (*parce, mono*). Finalmente, el cumplido aparece en la mitad de una interacción.

Por otro lado, el ejemplo anterior además podría ser analizado no solo como una ***unidad fraseológica,*** ya que podría contener una fórmula rutinaria psicosocial con combinación libre al invertir el orden sintáctico (*qué ___ tan*/*más*/*de__*), aunque la palabra *tan* no está de forma expresa (¡*ay!, ¡qué marica tan teso!*); sino también como un ***enunciado exclamativo*** introducido por una interjección *ay* en posición inicial y por la palabra *qué.*

De igual manera, el siguiente ejemplo ilustra un ***enunciado exclamativo*** en la interacción:

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

…

M: eeeh, usté 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 reflexologíia / tiene cromoteraapia / manejamos la aromateraapia en el yacusi***[58]→

B: ¡ay, qué riico!→

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 (especializ***aa***do, reflexolog***íi***a, cromoter***aa***pia, aromater***aa***pia). Igualmente, el hablante utiliza el adverbio *muy* para ***intensificar*** (***muy*** especializaado). Todo lo anterior tiene como fin destacar una forma convincente de los servicios que ofrece el SPA. El ejemplo también muestra un ***lenguaje autocortés*** (el yacusi que ***nosotros tenemos*** es un yacusi muy especializaado) que se utiliza como 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

[58] 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.

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* (apodo de alguien que conocen las dos y que supuestamente debe ser muy bueno en su área) es la persona que hace la terapia. Finalmente, el cumplido ocurre en la mitad de la conversación.

Observaciones generales

Se hacen las siguientes observaciones de las conversaciones espontáneas de acuerdo al análisis de la producción de los cumplidos de habilidad física:

- El cumplido se puede utilizar como macroestrategia para un fin específico. En uno de los ejemplos brindados previamente se utilizó como estrategia de venta.
- La forma de realización de los cumplidos se hace de manera explícita. No obstante, se encontró una muestra donde se hace de manera referida y otra muestra de manera implícita.
- En las muestras presentadas sobre los cumplidos, los hombres producen más cumplidos de habilidad física que las mujeres.
- El cumplido usualmente aparece en diferentes momentos de la interacción: por lo general al inicio o en la mitad de las conversaciones.
- La risa acompaña al cumplido.

7.2.1 Respuestas al cumplido de habilidad física

Las respuestas a los cumplidos de habilidad física no aparecieron con tanta frecuencia como en las categorías anteriores. Esto se debe a que el lenguaje no siempre es uniforme y varía dependiendo de las situaciones interaccionales. No obstante, sobresalió la estrategia de *desviar* (con la subestrategia de no reaccionar). Veremos un ejemplo de ello a continuación:

(12) **Contexto**: los interlocutores hablan de los buenos ingresos económicos en una taberna (bar) y de la buena atención que prestan allí. Una de ellas es una empleada del lugar:

…

C: es que ayer por ahí se vendieron setecientos mil pesos como nosotros vendemos tan barato

A: [¡y fuera de eso es la atención!]

C: [es que imagínese setecientos=] mil pesos para cerrar

J: a las doce

C: a mí me parece buena plata §

A: § mijo, no y eso no / la atención que prestan

J: la gente por la atención va donde sea

A: ¡uuufff!

C: por ejemplo vea / nosotros damos mango // zanahoria / con sal y limón / eeh, las crispeticas…

La empleada de la taberna, C, argumenta que ellos venden muy barato y de ahí la gran venta en el lugar. Luego A sostiene que eso se debe a la atención que allí ofrecen, lo cual es corroborado por J (la gente por la atención va donde sea). Este sería un cumplido implícito de habilidad que A y J le hacen a C, pero este no responde ante el cumplido (estrategia de no reaccionar). No obstante, C brinda un ejemplo de los elementos que ofrecen en la taberna sin responder ante el cumplido, y su imagen no se ve afectada positivamente debido al ejemplo que brinda.

En uno de los ejemplos que se brindó previamente (contexto 10) y que volvemos a reproducir a continuación, también se ilustra la estrategia de desviar el elogio, con la subestrategia de no reaccionar:

(13) **Contexto**: los participantes hablan acerca de trabajar en una taberna (la de Rusbel):

C: pa mí // fueron el domingo y me dijeron / que si yo no estaba haciendo nada y yo dije que no // y yo – y me dijeron que si no me interesaría en coger la de Rusbel

D: [¡aah, usted me había dicho perooo!] §

E: § ¡aah, peroo! §

D: § pero ¿Cómo es que se llama? →

C: § pero entonces yo les dije *ay, muchachos, yo nunca he trabajado en una cosa de esas*, y segundo, pues eso ya en Belén / a mí la gente no me va hasta allá

E: ¡claaro, eso ya no! §

D: § ¡claro, eso ya es otra vuelta! // usté sabe que estamos es en la comuna / parce §

S: § ***<u>donde usté la conocen es aquí y donde siempre la van a seguir</u>*** §

C: § ¡noo, vea estaba muy bueno! y mire pues porque - ¡aah él decía – él decía quee! §

S produce la expresión (*donde usté la conocen es aquí y donde siempre la van a seguir*) y C no brinda respuesta alguna acerca de este cumplido de habilidad. C desvía la respuesta y retoma de nuevo la propuesta que le están ofreciendo (trabajar en la de Rusbel). La imagen de C no se ve afectada y la interacción continúa sin riesgo alguno. A nuestro juicio, el no responder un cumplido no afecta la imagen de los interlocutores como se demuestra en este ejemplo. Barros (2011) y Reyes (2014) llegaron también a esta misma conclusión.

7.3 Cumplido de posesión

El cumplido de posesión apareció en tercer lugar de frecuencia, con un 13%. A continuación se describen las estrategias interaccionales o pragmáticas y las formas lingüísticas en los contextos conversacionales:

Se encontraron algunos cumplidos que involucran *la autocortesía*:

(14) **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 70 /// 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 esos cosos de los 60 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 // ¡Avemaría! ↑

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]

…

G brinda una autovaloración positiva del mueble y el televisor que adquirió *(¡ah no pero bacano vea!*). Igualmente brinda una valoración de las nuevas lámparas que acaba de poner (*vaya mirando que eso es pura cuca mijo*). Usa un ***lenguaje autocortés*** y un conector discursivo (*vea*) para intensificar su intervención.

En la muestra del cumplido de posesión presentado previamente también se percibe un ***lenguaje coloquial*** a nivel morfosintáctico al producir la oración (…*eso es pura cuca mijo*) y ***formas de tratamiento*** variadas (nombre propio: *David*; nombre común: *mijo* y nombre propio que refleja el recurso léxico-semántico del ***lenguaje humorístico***: *Davinchi* = David). Además, el interlocutor utiliza algunos elementos lingüísticos tales como imperativos (*oigan a él; David vea*) o una expresión religiosa (*Avemaría*) que tienen como objetivo ***intensificar***. Todos estos elementos lingüísticos lo utiliza el hablante para afiliarse a su interlocutor. Es importante anotar que el cumplido aparece en la mitad de la interacción.

En la siguiente muestra se ilustra un ***enunciado exclamativo*** en el cumplido.

(15) **Contexto**: la conversación gira en torno a un punto de encuentro de 6 amigos

…

G: aaah!, ¡qué barrio tan grande! §

M: § este pertenece a Las Violetas

S: ***¡eeh! / ¡ay, pero Lulú está muy boniita! (RISAS***) §[59]

B: § ¡tan liinda! §

S: § ¡hace cuánto la tenés!→

[59] Esta expresión puede pertenecer a la categoría de cumplido de apariencia física. No obstante, los investigadores la clasificaron en la categoría de posesión, debido al que el objeto del cumplido es una mascota.

M: tiene once años / va a ajustar once años // está viejita ya↓

…

En el cumplido "*¡eeh!, ¡ay, pero Lulú está muy boniita!*" *(RISAS*) se observan un par de interjecciones (*eeh, ay*) en posición inicial que sirven no solo para exclamar, sino también para intensificar. Además, el alargamiento fónico en la palabra bonita (*boniita*) y el adverbio *muy* sirven para elevar el elogio que quiere transmitir el hablante a su interlocutor. Todos estos elementos exclamativos se utilizan para elevar la fuerza ilocutiva del cumplido. Es importante anotar que el cumplido aparece casi al inicio de la interacción.

Finalmente, aparece una muestra con una ***unidad fraseológica***:

(16) **Contexto**: los interactuantes hablan acerca del número de miembros de una familia:

…

M: § noo / la de mi papá / son un montón / como treinta→

H: ***¡qué nota!*** // ¿a vos por qué no te gusta ir con ellos?→

…

En el ejemplo anterior aparece una fórmula rutinaria psicosocial con combinación libre (*qué nota*) que tiene como fin no solo resaltar positivamente el gran número de familiares que tiene M, sino también como elemento de afiliación. Es importante anotar que el cumplido aparece en la mitad de la interacción.

Observaciones generales

Se hacen un par de observaciones de las conversaciones espontáneas de acuerdo al análisis de la producción de los cumplidos de posesión:

- La forma de realización de los cumplidos se hace de manera explícita.
- El cumplido usualmente aparece en diferentes momentos de la interacción: al inicio o en la mitad de las conversaciones.
- La risa y las expresiones religiosas acompañan al cumplido.

7.3.1 Respuestas al cumplido de posesión

Con relación a las respuestas a los cumplidos de posesión, estas no presentan una frecuencia específica como sí ocurría en el cumplido de apariencia física. Como se

expresó en las respuestas a los cumplidos de habilidad física, esto se debe a que el lenguaje no siempre es uniforme y varía dependiendo de las situaciones interaccionales. En el caso particular de las respuestas de los cumplidos de posesión, los hablantes no brindaron oportunidad a sus interlocutores de responder al cumplido, tal como sucedió en todos los ejemplos anteriores. Creemos que la imagen del hablante no se ve afectada al no darle oportunidad a su interlocutor de responder.

7.4 Cumplido de habilidad psicológica

El cumplido de habilidad psicológica apareció en cuarto lugar de frecuencia (9,3%). A continuación se describen las estrategias interaccionales o pragmáticas y las formas lingüísticas en los contextos conversacionales:

Lenguaje autocortés: se encontraron algunos cumplidos que involucran la autocortesía:

(17) **Contexto**: la conversación gira en torno a amores platónicos, tema por el que un joven filósofo (Nando) preguntó a una de las interlocutoras:
N: chava usted se pone hablar con él y no le provoca pararse / imagínese que él una vez me iba a enredar / me preguntó delante de Nando que si yo teníaaa amor platónico // y yo *aah, sí* eeehh eel deee - ¿cómo es que se llama? /mi amor platónico es esteee §
J: § Rafael Novoa
N: ¡Ese! el narcotraficante de la novela
C: ¡aaah, el del capo!
J: Marlon Moreno
N: Marlon Moreno del ae
J: ¡del capo!
N: y si Marlon moreno te dijera *vamos hacer el amor* ¿usted qué diría?
C: [¿¡Hmmm, delante de Nando!?]
N: [delante de Nando]
C: o sea que él es de los corchadorcitos §
N: § ***¡ay, mija! Y yo - imagínese que yo me supe desenvolver muy bien*** y me dijo *pensé que se iba a enredar* / él es muy - él es una cabeza
C: ¿y ento(nc)es qué te dijo de mí pues?

J: quee usted le gustó mucho
N: !ah, no!
J: ¿es que usted vino ese día?
C: yo vineee por un – ¡ay el CD / lo dejé en mi casa! / Yo iba a traer ese CD de reggaetón

En el ejemplo anterior, N brinda una *autovaloración* de su buen desempeño en la conversación que tuvo con un filósofo y emite el autocumplido de habilidad psicológica (¡*ay, mija! Y yo - imagínese que yo me supe desenvolver muy bien*). La interlocutora también repite el pronombre *yo* para intensificar. Luego confirma aún más su buen desempeño citando textualmente al filósofo (*pensé que se iba a enredar).*

En el ejemplo anterior también se percibe un ***lenguaje coloquial*** en la presecuencia y en la emisión del autocumplido. Al respecto se encuentran acortamientos de palabras (*Nando* = Fernando), y lexemas con sufijos (*corchador**citos***). Además, se encuentra el ***vocativo*** *mija* que se utiliza para llamar la atención de su interlocutor *(¡ay mija!*). Todos estos elementos forman parte tanto del nivel léxico-semántico como del nivel morfosintáctico del lenguaje coloquial. Finalmente, tanto el vocativo *mija* con la interjección *ay* y el enunciado *muy bien* apoyan el ***enunciado exclamativo*** del autocumplido. Es importante anotar que el cumplido aparece en la mitad de la conversación.

En el siguiente ejemplo también se ilustra la exclamación en una muestra del cumplido de habilidad psicológica:

(18) **Contexto**: La conversación gira en torno a una de las actividades de movilidad de uno de los interlocutores:
…
L: = no / me quedaba al lao de la Escuela de Ingeniería
S: por la montaña §
J: § por la montaña
L: yo iba y después bajaba a la Escuela
J: ella iba en el carro pegada de harnés
J: ¿amor, se dice harné o harnés?→
L: harnés / en inglés no se dice como harness?→ §

S: § se dice rope

L: noo / también se dice harness- no / rope es cuerda

S: ¡la misma cosa!

L: ¿dizque la misma cosa?↑ ¡superdiferente!

S: pues en el lenguaje de los escaladores se dice rope

L: harnés / harness

S: ***harnés ¡aah, usté sabe más que yo!***

S: ¡esos ojitos chiquititos que me matan! § (*canta canción que se escucha en la radio*)

…

En la conversación anterior, S acepta que L tiene la razón con relación a la palabra harnes en inglés y exclama "*harnes ¡aah usté sabe más que yo!*". ***El enunciado exclamativo*** está introducido por una interjección (*aah*) y lo refuerza con una comparación para ***intensificar***. También, el hablante utiliza ***la forma de tratamiento*** en segunda persona del singular *usté*, para llamar la atención de su interlocutor. Es importante anotar que la conversación tiene un tono de lenguaje coloquial, por eso S suprime la *d* en el tratamiento *usted*, lo cual conlleva al uso de un recurso propio del nivel fónico del ***lenguaje coloquial***.

Observaciones generales

Se hacen un par de observaciones de las conversaciones espontáneas de acuerdo al análisis de la producción de los cumplidos de habilidad psicológica:

- La forma de realización de los cumplidos se hace de manera explícita.
- El cumplido usualmente aparece en la mitad de la interacción.
- No se encontraron muestras de lenguaje humorístico.

7.4.1 Respuestas al cumplido de habilidad psicológica

En las pocas muestras de cumplidos de habilidad psicológica, sobresale la estrategia de *desviar* (con la subestrategia de no reaccionar) el elogio en las respuestas, tal como aparece en el ejemplo anterior.

En el siguiente ejemplo también se evidencia el uso de la estrategia de desviar:

(19) **Contexto**: hablan acerca de la labor de un abogado y sus dificultades:

…

T: pues / y ya yo fui y abrí la cuenta y no sé qué- y no sé qué / y ya

J: ¡noo / qué enredos los tuyos por Dios! §

P: § muy berraco uno arrancar con nada §

T: § pero no / yo digo que todo es experiencia §

L: § pero como que ya sabe mucho / pues ya tiene como toda la §

T: § ***noo / pero yo en laboral no tengo- yo noo / por ejemplo***…

En el ejemplo anterior, L brinda un cumplido de habilidad a su interlocutor por su conocimiento y experiencia, ya que ella tiene mucho trabajo (enredos). El hablante aumenta la fuerza ilocutiva de su cumplido con la expresión religiosa *por Dios*. Por su lado, T desvía la respuesta con el comentario *noo / pero yo en laboral no tengo- yo noo / por ejemplo.* Esto se podría catalogar, entonces, como estar en desacuerdo con el interlocutor.

7.5 Conclusiones

En este capítulo se ha reportado el análisis dialógico de la producción y respuestas a los cumplidos en conversaciones naturales. Como se ha expresado previamente, los informantes utilizan diversas estrategias interaccionales o pragmáticas y formas linguísticas en las interacciones: lenguaje autocortés (*no / ¡los ojos míos son una elegancia!)*; lenguaje coloquial (*qué chimba de foto tenés en pijama),* lenguaje humorístico (…entonces el mono chicaniando *parce vea cogí esta piraña* / y todo el mundo: *¡ay!, ¡marica qué teso!* / y va diciendo Manuela: ¡*mi amor! / ¿pero ya les contaste que estaba muerta*?); unidades fraseológicas (*qué chimba de foto*); formas de tratamiento con función vocativa (*¡ay **mija**! Y yo - imagínese que yo me supe desenvolver muy bien*); enunciados exclamativos introducidos por interjecciones (*harnes ¡**aah** usté sabe más que yo!!*); intensificadores (*¡aah usté sabe **más que** yo!*) y marcadores discursivos (*esa parezco de tumbas, una amiga me puso que parecía **dizque** de película de foto).*

Asimismo, los informantes utilizan otros mecanismos lingüísticos tales como expresiones religiosas (C: ¡bien ***gracias a Dios***!, ¿Turo usted qué? B: ¡ah, bieeen! / *¡vea como nos quedó de linda la navidad*!); uso de la risa (Simón: ¡hey y vos¸ ¿desde cuándo gafas sexi? Lily: (*RISAS*) noo, desde que compré estas gafas que valen la pena…); alargamientos fónicos (¡eeh!, ¡ay pero Lulú está muy bon***ii***ta! (risas) y el adverbio *muy* (el yacusi que nosotros tenemos es un yacusi ***muy*** especializado), que ayudan al interlocutor a ser más expresivo.

Por otro lado, el interlocutor puede hacer uso del cumplido como estrategia de burla o como estrategia de venta (*la hidroterapia es dirigida, el yacusi que nosotros tenemos es un yacusi muy especializado, tiene reflexología, tiene cromoteraapia, manejamos la aromateraapia en el yacusi*). En otras ocasiones, el hablante va en busca de que su interlocutor le brinde un cumplido *fishing for compliments* (*y me compré un estraaple miiijo*). También, el interlocutor usualmente hace el cumplido de una manera explícita (M: noo / la de mi papá / son un montón / como treinta; H: ***¡qué nota!*** // ¿a vos por qué no te gusta ir con ellos?), aunque tiene la opción de hacerlo implícitamente (*donde usté la conocen es aquí y donde siempre la van a seguir*) o de manera referida (…*y todo el mundo: ¡ay!, ¡marica qué teso¡*), ya que el hablante comenta un cumplido que hizo una persona que no está presente en la interacción. Finalmente, se encontró que un tercer participante (*third party*, Golato, 2005) refuerza un cumplido que ayuda a unir aún más la relación positiva entre los interlocutores. Todos estos elementos lingüísticos caracterizan la imagen de afiliación de los universitarios medellinenses en sus interacciones. Finalmente, el cumplido aparece en dos momentos en la interacción: al inicio o en la mitad de las conversaciones.

Con relación a las respuestas de los cumplidos, es importante anotar que sobresale la estrategia de *desviar*, con la subestrategia de *no reaccionar*. En el caso específico del cumplido de posesión, los hablantes no dieron oportunidad a sus interlocutores de responder al cumplido que se emitió. Esto se debe a que el lenguaje no siempre es uniforme y varía dependiendo de las situaciones interaccionales.

Finalmente, el cumplido de apariencia física es el que aparece con mayor frecuencia en las conversaciones espontáneas. Esto también concuerda con otros estudios (Manes y Wolfson, 1981), quienes confirman que el cumplido de apariencia física es el que mayor regularidad presenta en las interacciones.

Conclusiones

Partiendo del supuesto de que la sociedad medellinense se caracteriza por la cortesía de solidaridad o acercamiento (Calderón, 2009) y que el acto de habla de los cumplidos aparece con gran frecuencia en las relaciones interpersonales de los interlocutores, en este estudio nos propusimos investigar las formas lingüísticas y las funciones lingüísticas de los cumplidos. Estas dos formas lingüísticas nos permitieron analizar los cumplidos desde lo más básico (palabras y estructuras sintácticas) hasta las formas complejas de interacción (nivel pragmático) de una población universitaria medellinense. También, este estudio analizó los contextos sociales (nivel social) (Spencer-Oatey, 2003), ya que se analizaron los cumplidos teniendo en cuenta las diferencias de género, edad, estrato socioeconómico y vínculo con la universidad (estudiante, profesor y empleado) de los informantes.

Para llevar a cabo nuestra investigación y cumplir las metas propuestas, se aplicaron tres instrumentos de recolección de información que nos permitieron triangular y validar los datos: un cuestionario de hábitos sociales (*Discourse Completion Test*- DCT), toma de notas en un diario de campo y grabaciones de conversaciones espontáneas. El cuestionario de hábitos sociales fue el instrumento base de nuestra investigación y los otros dos instrumentos sirvieron como apoyo. El cuestionario de hábitos sociales se caracteriza por dar evidencias de un fenómeno lingüístico en particular (Murillo, 2008), que en nuestro caso estaba relacionado con los cumplidos. Vale la pena anotar que se aplicaron dos cuestionarios de manera separada y en diferentes momentos: uno para la producción de los cumplidos (740 cuestionarios) y otro para las respuestas a los cumplidos (729 cuestionarios). El instrumento de toma de notas se caracteriza por el registro inmediato del fenómeno lingüístico que se investiga y se puede hacer en cualquier momento, lugar y con participantes conocidos y desconocidos (Golato, 2005); un total de 118 muestras de cumplidos se registraron. Finalmente, el instrumento de las conversaciones espontáneas se caracteriza porque los hablantes no están condicionados por ser observados o analizados y el lenguaje en acción se presenta de una manera natural. Se analizaron 20 grabaciones de

conversaciones espontáneas, de las cuales 13 de ellas contenían el uso de los cumplidos. Un total de 32 cumplidos aparecieron en las conversaciones. Cuando se hizo el análisis de los tres instrumentos de recolección surgieron las siguientes estrategias interaccionales o pragmáticas y formas lingüísticas que nos permiteron apoyar nuestro estudio: *lenguaje autocortés, lenguaje humorístico, la intensificación, formas de tratamiento, unidades fraseológicas, lenguaje coloquial, marcadores discursivos y enunciados exclamativos.* Estos elementos lingüísticos se convierten en un eje transversal en los tres instrumentos aplicados.

En la producción de los cumplidos, los interactuantes universitarios utilizan los cumplidos como una forma de aumentar la imagen positiva del interlocutor. Para la realización de los cumplidos, los informantes utilizan diferentes términos: realzan la fuerza del cumplido con el uso del adverbio ***muy*** (*muy* bacano, *muy* bonito, *muy* teso) y el elemento compositivo ***super*** (*super*teso, *super*bacano); también, los informantes utilizan con gran frecuencia enunciados exclamativos introducidos por ***qué*** y el acompañamiento de interjecciones *uy, oh, eh,* en posición inicial de oraciones exclamativas (*¡Uy, qué cuca de computador!; ¡Oh, qué look*!).

Igualmente, los interlocutores utilizan diferentes estrategias interaccionales o pragmáticas y formas lingüísticas para aumentar la fuerza ilocutiva de los cumplidos: ***lenguaje autocortés*** (*Amor, mirá el celular tan bacano que compré)*, ***lenguaje humorístico*** (*¡uy, qué carro tan bacano, estos ricachones si viven muy bueno, eh*), diferentes ***formas de tratamiento*** (¡*Eh Ave María* ***mona***, ***usted*** *siempre tan linda*). Es importante anotar que el interlocutor puede alternar diferentes formas de tratamiento como en el ejemplo anterior. También, el interlocutor utiliza el pronombre en primera persona explícito ***yo*** para afiliarse aún más con su interlocutor (¡*Qué teso! Ojalá* ***yo*** *fuera así*). Con relación a los ***marcadores discursivos***, se encontró que los interlocutores los usan de enlace de conexión enunciativa (*Eh,* ***pero*** *este man sabe de todo*). A nivel de ***intensificación***, los informantes hacen uso de recursos sintácticos y léxicos en la producción (¡*sos* ***un teso*** *pa jugar*!).

Del mismo modo y para aumentar la fuerza ilocutiva del cumplido, los interlocutores utilizan el ***lenguaje coloquial*** (*y se va a* ***emputar*** *como la – como Lorena donde la vea que está más* ***chimba usté***), ***unidades fraseológicas*** (¡*ay!* ***Muchas gracias***) y ***enunciados exclamativos*** (***eeh****! / ¡****ay*** *pero Lulú está muy boniita! (risas*)). Finalmente, en los enunciados exclamativos, los interlocutores utilizan expresiones con sentido religioso (¡*Qué foto tan linda Sobrina, estás muy linda.* ***Dios te bendiga****!!!*) y la risa (*Hasta luego ome, Messi (****risas****)*).

A nivel interaccional, los cumplidos, en su esencia, tienen una alta carga expresiva y sirven para mantener las buenas relaciones entre los participantes. De hecho y en el primer instrumento relacionado con el cuestionario de hábitos sociales, los informantes hacen un uso frecuente de preguntas retóricas o preguntas específicas del objeto del cumplido al producir un cumplido. Del mismo modo y con relación a las respuestas, los encuestados brindan más información de lo esperado (brindan razones, dan recomendaciones). En ocasiones un enunciado no lingüístico como la sonrisa/risa puede ser la respuesta al cumplido y se confirma su función expresiva. Se concluye que todo lo anterior sirve como juego de imagen entre los interlocutores y los cumplidos ayudan a fortalecer los lazos de solidaridad. De hecho, los dos instrumentos de recolección de información alternos (toma de notas y conversaciones espontáneas) dan muestra de esta apreciación. A nivel dialogal, el cumplido puede aparecer al inicio, en la mitad o al final de las conversaciones. También, se puede utilizar para cambiar un tema y usualmente se hace de manera explícita. No obstante, se puede dar el caso que aparezca de manera implícita o referida. Por la manera referida entendemos que el interlocutor menciona un cumplido que dijo otra persona que no está dentro de la interacción (*si ve usté no me quiere creer, él dice que usted es muy bonita*). Igualmente, el interlocutor desea que le hagan un cumplido y va en su búsqueda (*mire don Pedro cómo quedó organizada la alcoba*). Del mismo modo, el cumplido puede ser utilizado como una macroestrategia (venta) en una interacción (*el yacusi que nosotros tenemos es muy especializaado…manejamos la aromateraapia en el yacusi*). Finalmente, un tercer hablante se puede afiliar a la interacción y confirma o expande el cumplido:

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 eeeso!]*

No obstante, el cumplido puede funcionar como un preámbulo a una crítica (*Eh, jugaste muy bien, sin embargo hubieras entrado mucho más al tablero, y te hubieran entrado más cestas*) y funciona como mitigador. También, el cumplido puede tener un lado oscuro (Holmes, 1995) e invade la imagen (yo le dije // esa foto que usté me mostró que está en pijama / yo le dije *qué chimba de foto tenés en pijama* / dizque *qué mi foto* – mi pijamaa - ¿de qué fue?..), debido a que el hablante se burla de su interlocutor. Por otro lado, el cumplido no siempre tiene la relación de par adyacente. En algunas muestras los

hablantes no brindaron oportunidad a sus interlocutores de responder al cumplido. Concluimos que la imagen del hablante no se ve afectada al no darle oportunidad a su interlocutor de responder. Finalmente, se encontraron algunos vulgarismos o palabras malsonantes en la producción o respuesta de los cumplidos, pero cumplen la función anticortés y sirven para fortalecer los lazos de solidaridad entre los interlocutores (Zimmerman, 2005).

Con relación a las diferencias en la producción de los cumplidos de los tres instrumentos de recolección de información se pueden destacar dos elementos importantes. En primer lugar, el cuestionario de hábitos sociales arroja una regularidad lexical y morfo-sintáctica de los cumplidos. En contraste y a nivel interaccional, los instrumentos de toma de nota y conversaciones espontáneas arrojan que un interlocutor puede ir en búsqueda de un cumplido y el cumplido lo puede utilizar como una macro-estrategia (venta, crítica). También, los cumplidos se hacen de manera explícita y pueden aparecer en diferentes momentos de la interacción: inicio, mitad, final. En segundo lugar y a nivel de género, los hombres tienden a producir más cumplidos que las mujeres en los instrumentos de toma de nota y conversaciones espontáneas. En contraste y en el cuestionario de hábitos sociales, los hombres tienden a proteger su imagen negativa evitando tener un tono feminizante al utilizar algunos adjetivos calificativos o el uso del *tuteo* con otros hombres.

En las respuestas a los cumplidos, sobresalen dos tipos de estrategias: *aceptar* con la subestrategia de *agradecer* (*Muchas gracias, ja, ja, ja; ¡Gracias!*) y *desviar* con la subestrategia de *explicar* (*Parce, ¿Si ve? Entrenando se hace algo; ¡Ay! Muchas gracias, lo tengo hace dos semanas*). Estas respuestas reflejan que el hablante es cortés y se afilia con su interlocutor. Siguiendo el principio de cortesía que propone Leech (1983), estas respuestas se pueden enmarcar en dos máximas interaccionales: máxima de aprobación y máxima de modestia. En la primera el hablante maximiza el aprecio con su interlocutor y agradece; en la segunda, el hablante minimiza el aprecio hacia sí mismo, ya que brinda una explicación o hace un comentario en la respuesta del cumplido. Con relación a las estrategias interaccionales o pragmáticas y las formas lingüísticas en las respuestas, se encontraron que los informantes también hacen uso de diferentes elementos lingüísticos para afiliarse a su interlocutor tales como la ***autocortesía*** (*los míos son una elegancia),* ***lenguaje coloquial*** (*deje de ser* ***chichipato*** *y cómprese uno,* ***guevón****),* ***lenguaje humorístico*** (*el que es bonito es bonito*), marcadores discursivos (¿***Te parece***? Ah, bueno gracias), ***la intensificación*** (*gracias, calid*oso), ***formas de tratamiento*** (*Muchas gracias,* ***tío***), ***unidades fraseológicas*** (*ahí lo tiene* ***a la orden***) y ***enunciados exclamativos*** (*Sí, ¿Si?*

Ay, es que a mí me gusta mucho, me desestresa). En ocasiones, las respuestas van acompañadas con la risa (*Para que me vaya conociendo!*, ***Jajaja***) y de expresiones con sentido religioso (*Sí,* ***gracias a Dios****, me he esforzado y aquí están los frutos*). Finalmente, es importante anotar que aparecen más unidades fraseológicas en las respuestas a los cumplidos que en la producción a los cumplidos. Esto se debe a que las respuestas están más codificadas que la elaboración de un cumplido. Asimismo, ***la sonrisa*** (***o risa***) sola puede ser tomada como una subestrategia de respuesta que se enmarca en la estrategia de ***aceptar***.

Con relación a las diferencias en las respuestas de los cumplidos de los tres instrumentos de recolección de información se pueden destacar dos elementos importantes. El primer lugar la risa o sonrisa puede ser una opción de respuesta única en la toma de nota. En contraste, la risa acompaña una estrategia de respuesta en el cuestionario de hábitos sociales. En segundo lugar y en las conversaciones espontáneas, no siempre se presenta la opción de par adyacente, ya que en el caso particular de las respuestas de los cumplidos de posesión, los hablantes no brindaron oportunidad a sus interlocutores de responder al cumplido.

Van Dijk (1999, p. 160) sostiene que la identidad de una persona está influida por un conjunto de representaciones sociales. La forma de hablar de una persona, por ejemplo, puede dar indicios del grupo social al que pertenece. En el análisis de los cumplidos y las respuestas a los cumplidos se encontró: lenguaje coloquial, lenguaje humorístico, unidades fraseológicas, lenguaje autocortés, enunciados exclamativos, diferentes formas de tratamiento y expresiones religiosas. Además se encontró que la risa acompaña frecuentemente los cumplidos. Todos estos mecanismos lingüísticos tienen como fin no solo incrementar la fuerza ilocutiva del cumplido, sino también, como una característica en las interacciones verbales de una población universitaria medellinense.

A nivel de diferencias de género, se encontró que los hombres tienden a proteger su imagen negativa evitando tener un tono feminizante al utilizar algunos adjetivos calificativos (*lindo, bonito, chévere*) o el uso del *tuteo* con otros hombres. En contraste, las mujeres producen cumplidos más extensos, expresivos y enfáticos que los hombres.

Con relación a las diferencias entre los estudiantes, profesores y empleados, los estudiantes tienden a utilizar un lenguaje más coloquial y son más expresivos que los profesores y empleados. También, los estratos socioeconómicos más bajos tienden a ser más expresivos y coloquiales. Por lo anterior, se concluye lo siguiente: ***a menor edad, más***

bajo estrato socioeconómico y con más bajo nivel académico se es más coloquial y más expresivo para hacer o responder un cumplido.

Epílogo

Aunque este estudio utilizó tres instrumentos de recolección de información para validar los resultados, creemos importante profundizar los siguientes aspectos en investigaciones futuras:

- En este estudio se trabajó someramente la categoría de *no respuesta* en las conversaciones espontáneas. Sería importante analizar, en futuros estudios, si ese vacío de respuesta afecta la imagen de los interlocutores, aunque creemos que usualmente no existe amenaza alguna.
- En esta investigación no se hizo un análisis detallado del comportamiento del cumplido a lo largo de un diálogo y no se tuvieron en cuenta los turnos de los hablantes. Un análisis más riguroso podría arrojar las diferentes funciones del cumplido y la estrategia de cortesía verbal que utiliza el hablante.
- Se encontraron varias muestras de la autocortesía en el análisis de los cumplidos. El hablante mismo se pone en escena para mezclar la imagen positiva de los dos interlocutores y crea un efecto cortés hacia el oyente. Sería importante investigar el uso de la autocortesía en las interacciones.
- Este estudio tuvo en cuenta las relaciones de cercanía entre los interlocutores y no se analizó la variable de distancia social y de poder entre los interlocutores. En estudios futuros sería importante hacer una descripción de los cumplidos entre jefe y empleado, profesor y estudiante, doctor y paciente, entre otros. Del mismo modo, este estudio tampoco exploró un análisis de los cumplidos heterosexuales entre interlocutores de confianza en contextos más íntimos (novios, esposos) y observar su función en contextos románticos (Doohan y Manusov, 2004). Finalmente, no se tuvieron en cuenta los cumplidos homosexuales en la comunidad universitaria medellinense. Por todo esto, creemos que el tema queda abierto y que todavía es posible realizar varias investigaciones sobre estos tópicos, desde distintas perspectivas teóricas y metodológicas.

- Finalmente, sería de gran utilidad que en estudios posteriores de los cumplidos se tomara un criterio estadístico equilibrado para comparar las diferencias o variables de género, edad y estrato socioeconómico.

Bibliografía

Adachi, C. (2010). Fishing for compliments? The organization of compliment discourse among young Japanese. Proceedings of the Second Summer School of Sociolinguistics. The University of Edinburgh 14-20 June, 2010. [en línea]. Disponible en http://www.lel.ed.ac.uk/sssocio/proceedings/Adachi.pdf

Albelda, M., & Briz, A. (2010). Aspectos pragmáticos. Cortesía y atenuantes verbales en las dos orillas a través de muestras orales. En Izquierdo, M. y Enguita, J. (Eds.), *La lengua española en América: normas y usos actuales*. (pp. 237-260). Universidad de Valencia: España [en línea]. Disponible en http://www.uv.es/aleza/esp.am.pdf

Albertos, C. (2009). El lenguaje del humor como material didáctico para la clase de ELE. [en línea]. Disponible en http://marcoele.com/descargas/enbrape/albertos_humor.pdf

Alonso-Cortés, A. (1999). *La exclamación en español: estudio sintáctico y pragmático*. Minerva Ediciones: España.

Austin, J. (1962).*Como hacer cosas con palabras*. Barcelona: Paidos.

Bailey, K. (1978). *Methods of social research*. Nueva York: The Free Press.

Barán, H. (2002). Lenguaje en uso: apelativos, vocativos y deícticos. [en línea]. Disponible en www.monografias.com/trabajos91/apelativos-vocativos-y-deicticos/apelativos-vocativos-y-deicticos.shtml

Barros, M. (2011). *La cortesía valorizadora en la conversación coloquial española: estudio pragmalinguístico*. Tesis doctoral, Universidad de Granada.

Barros, M. (2012). Cumplidos y ofrecimientos: actividades de cortesía valorizadora en la conversación coloquial española. En Escamilla, J. y Henry, G. (Eds.), *Miradas multidisciplinares a los fenómenos de cortesía y descortesía en el mundo hispánico* (pp 108-143). Universidad del Atlántico y el programa EDICE.

Barros, P. (1990). La connotación contextual en el lenguaje humorístico. ASELE, Actas II, *Centro Virtual Cervantes*.

Bartens, A. (2004). "Notas sobre el uso de las formas de tratamiento en el español colombiano actual". En Blanco, F. y Amenós, J. (Eds.), *Pronombres de segunda persona y formas de tratamiento en las lenguas de Europa*. Madrid: Centro Virtual Cervantes, Instituto Cervantes. [en línea]. Disponible en: www.cvc.cervantes.es/obrev/coloquio_paris/ponencias/pdf/cvc_bartens.pdf

Bayraktaroglu, A. (1991). Politeness and interactional imbalance. *International Journal of the Sociology of Language*, 92, 5-34.

Beinhauer, W. (1978): *El español coloquial*. Madrid: Gredos.

Beinhauer, W. (1973). El piropo. En Beinhauer (Ed.), *el humorismo del español hablado* (pp. 161-235). Madrid: Gredos.

Bernal Linnersand, M. (2007). *Categorización sociopragmática de la cortesía y de la descortesía*. Tesis doctoral, Universidad de Estocolmo.

Blum-Kulka, S., House, J., & Kasper, G. (1989). *Cross-cultural pragmatics: requests and apologies*. Norwood, NJ: Ablex.

Brandimonte, G. (2011). Breve estudio contrastivo sobre los vocativos en el español y el italiano actual. [en línea]. Disponible en http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/21/21_0249.pdf

Bravo, D. (2005). Categorías, tipologías y aplicaciones. Hacia una redefinición de la cortesía comunicativa. En Bravo, D. (Ed.), *Estudios de la (des)cortesía en español* (pp. 21-52). Buenos Aires: Dunken.

Bravo, D. (2004). Tensión entre universalidad y relatividad en la teoría de la cortesía. En Bravo, D. y Briz, A. (Eds.), *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de la cortesía en español* (pp. 15-38). Barcelona: Ariel.

Bravo, D. (2003). Actividades de cortesía, imagen social y contextos socioculturales: una introducción. En Bravo, D. (Ed.), *Actas del I coloquio del programa EDICE* (pp. 98-108). Stockholm.

Bravo, D. (1999). ¿Imagen positiva vs. imagen negativa?: pragmática social y componentes del face. *Oralia* 2, 155-184.

Briz, A. (2010). Lo coloquial y lo formal, el eje de la variedad lingüística. [en línea]. Disponible en http://ifc.dpz.es/recursos/publicaciones/29/95/11briz.pdf

Briz, A., Pons, S. y J. Portolés (coords.) (2008): *Diccionario de partículas discursivas del español*. En línea, www.dpde.es.

Briz, A. (1998). *El español coloquial en la conversación*. Barcelona: Ariel.

Briz, A. (1996). *El español coloquial: situación y uso*. Madrid: Arco/Libros.

Brown, P. & Levinson, S. (1987). *Politeness: Some Universals in Language Use*. Cambridge: Cambridge University Press.

Bustos, J. (2007). Cumplidos. Clac Circulo, 31, 3-12. [en línea]. Disponible en http://www.ucm.es/info/circulo/no31/bustos.pdf

Calderón, G. (2009). *Estrategias de cortesía verbal en la conversación coloquial. Una aproximación pragmalingüística al comportamiento cortés medellinense*. Tesis maestría, Universidad de Antioquia.

Calderón, M. (2010). Formas de tratamiento. [en línea]. Disponible en http://www.uv.es/aleza/Cap.%204.%20EA%20Formas%20tratamiento.pdf

Calsamiglia, H., & Tusón, A. (1999). *Las Cosas del decir*. Barcelona: Ariel, S.A.

Calvo Pérez, J. (2005). El piropo en la España del 2000 y las nuevas formas de cortesía. *Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana*, 5, 31-47.

Camacho, L. (2009). El español coloquial en contexto académico. [en línea]. Disponible en http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/20/20_0332.pdf

Campo, E., & Zuluaga J. (2000). Complimenting: a matter of cultural constraints. *Colombian Applied Linguistics Journal*, 2(1), 27-41.

Castañeda, L., & Henao, J. (2015). *Diccionario de uso de parlache*. Edición depurada y actualizada. Berlín: Peter Lang.

Castañeda, L. & Henao, J. (2013). Las huellas de la violencia en el léxico del parlache. En Vila, N. (Ed), *De parches y troncos. Nuevos enfoques sobre los argots hispánicos* (pp. 153-169). Lleida: Universitat de Lleida.

Castañeda, L. & Henao, J. (2001). *El parlache*. Medellín: editorial Universidad de Antioquia

Castellano, M. (2012). Cortesía verbal y fórmulas de tratamiento nominales en el habla de Medellín. *Lingüística y Literatura*, 62, 123-139.

Castellano, M. (2008). Fórmulas de tratamiento nominales para la pareja en el habla juvenil medellinense. *Íkala*, (13), 163-181.

Cestero. M. (2006). La comunicación no verbal y el estudio de su incidencia en fenómenos discursivos como la ironía. [en línea]. Disponible en http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/6074/1/ELUA_20_03.pdf

Chaika, E. (1994). *Language: The Social Mirror*. Boston: Heinle & Heinle.

Chen, R., & Yang, D. (2010). Responding to compliments in Chinese: has it changed? *Journal of Pragmatics* 42 (7), 1951-1963.

Chen, R. (2001). Self Politeness: A proposal. *Journal of Pragmatics*, 33, 87–106.

Chen, R. (1993). Responding to compliments. A contrastive study of politeness strategies between American English and Chinese speakers. *Journal of Pragmatics*, 20, 40-75.

Cher Leng Lee (2009). Compliments and responses during Chinese new year celebrations in Singapore. *Pragmatics*, 19 (4), 519-541.

Choi, J. (2008). *Pragmática intercultural: El acto de habla del cumplido en las culturas española y coreana*. Tesis doctoral. Universidad de Complutense de Madrid.

Cordella, M., Large, H. & Pardo, V. (1995). Complimenting behavior in Australian English and Spanish speech. *Multilingua* 14 (3), 235–252.

Corpas, G. (1996). *Manual de fraseología española*. Madrid: Gredos.

Coulmas, F. (1980). *Conversational routines*. TheHague: Mouton.

Criado de Val, M. (1980). *Estructura general del coloquio*. Madrid: SGEL.

Cueto, N., & López Bobo M. (2003). *La interjección semántica y pragmática*. Madrid: Arco Libros.

Culpeper, J. (2010). Conventionalised impoliteness formulae. *Journal of pragmatics*, 42, 3232-3245.

De los Heros, S. (2001). Discurso, identidad y género en el castellano peruano. Lima, Pontificia Universidad Católica del Perú, Fondo Editorial.

DiCioccio, R. (2012). Humor as aggressive communication. [en línea]. Disponible en http://www.kendallhunt.com/uploadedFiles/Kendall_Hunt/Content/Higher_Education/Uploads/Dioccio_1e_Ch6_PageProofs_021612.pdf

Doohan, E., & Manusov, V. (2004). The communication of compliments in romantic relationships: an investigation of relational satisfaction and sex differences and similarities in compliment behavior. *Western Journal of Communication* 68(2), 170-194.

Eckert, P., & McConnell-Ginet, S. (2003). *Language and Gender*. Cambridge University Press, Cambridge.

Escandel, V. (1993). *Introducción a la pragmática*. Barcelona: Anthropos.

Farghal, M. & Haggan, M. (2006).Compliment behavior in bilingual Kuwaiti college students. *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism* 9 (1), 94–118.

Flores, E. (2014). Respuestas a cumplidos en el español de Puebla. En Infante, J. y Flores, M. (Eds.), *La* (*des*)*cortesía en el discurso*: *perspectivas interdisciplinarias* (*imagen, actos de habla y atenuación*) (pp. 235-266). Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León.

Fraser, B. (1980). Conversational mitigation. *Journal of Pragmatics*, 4(4), 341-350

Fuentes, C. (2009). *Diccionario de conectores y operadores del español*. Madrid: Arco Libros.

Fuentes, C. (1996). *La sintaxis de los relacionantes supraoracionales*. Madrid: Arco.

García, C. (2012). Complimenting professional achievement: A case study of Peruvian Spanish speakers. *Journal of Politeness Research*, 8, 223–244.

García, E. (1998): "Algo más sobre el vocativo", en Lo spagnolo d'oggi: Forme della comunicazione (Atti del XVII Convegno AISPI), Roma: Bulzoni, vol. 2, 57-62.

Garcia-Page, M. (2004). De los fines y confines de la fraseología. En González, J., Terrón J. y Martín, J. (Eds.), *VII Jornadas de metodología y didáctica de la lengua española: las unidades fraseológicas* (pp. 23-79). Cáceres: Universidad de Cáceres.

Goffman, E. (1967). *Interaction ritual: Essays on face to face behavior*. New York: Doubleday.

Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday.

Golato, A. (2005). *Compliment and compliment responses*. Amsterdam/Philadelphia. John Benjamins Publishing.

Golato, A. (2002). German compliment responses. *Journal of Pragmatics* 34 (5), 547–571.

Gómez Capuz, J. (2002). Mecanismos del lenguaje humorístico. *Oralia. Análisis del discurso oral,* 5, 75-101.

Gómez, J. (2009). El vocativo en la interacción escritor-lector. *Mutatis Mutandis*. 2/2, 313-326.

Grice, H. (1975). Logic and conversation. En. Cole, P. y Morgan, J. (Eds.), *Syntax and semantics* (225-242). Volume 3: Speech acts. New York: Seminar Press.

Haverkate, H. (2004). El análisis de la cortesía comunicativa, categorización pragmalinguística de la cultura española. En Bravo, D. y Briz, A. (Eds.), *Pragmática sociocultural. Estudios sobre el discurso de cortesía en español* (pp. 55-65). Barcelona: Ariel.

Haverkate, H. (1994). *La cortesía verbal*. Madrid: Gredos, S.A.

Henao, J. & Castañeda, L. (2001). *El parlache*. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.

Herbert, R. (1997). The sociology of compliment work in Polish and English. En Couplan, N. y Jaworski, A. (Eds.), *Sociolinguistics: a reader and coursebook* (pp. 487-500). Londres: Macmillan.

Herbert, R. (1990). Sex-based differences in compliment behavior. *Language in Society* 19(2), 201-224.

Herbert, R. (1989). The ethnography of English compliments and compliment response: A contrastive sketch. En Oleksy, W. (Ed), *Contrastive pragmatics* (pp. 3-35). Philadelphia, PA: Benjamins.

Herbert, R. & Straight, S. (1989).Compliment Rejection versus Compliment-Avoidance: Listener-based Versus Speaker-based Pragmatic Strategies. *Language and Communication, 9* (1), 35-47.

Herbert, R. (1986). Say ‘‘thank you’’—or something. *American Speech* 61, 76–88.

Hernández Flores, N. (2006). Actividades de autoimagen, cortesía y descortesía. Tipos de actividades de imagen en un debate televisivo. En Blas Arroyo, J. (Ed.), *Discurso y*

Sociedad. Contribuciones al estudio de la lengua en contexto social (pp. 637-648). Castelló de la Plana: Universitat Jaume I.

Hernández Flores, N. (2003). Los tests de hábitos sociales y su uso en el estudio de la cortesía: una introducción. En Bravo, D. (Ed.), *Actas del primer coloquio del programa EDICE. La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes* (pp. 186-197). Universidad de Estocolmo.

Hernández, M., Deltell Escolar L. (2014). Actos de cortesía valorizadora (cumplidos y halagos) en el cine argentino actual. *Spanish in Context* 11(1), 97-116.

Hernández, R. & Opazo, H. (2010). Apuntes de Análisis Cualitativo en Educación. [en línea]. Disponible en http://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Met_Inves_Avan/Materiales/Apuntes_Cualitativo.pdf

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana, quinta edición.

Hickey, L. (1991). Comparatevely polite people in Spain and Britain. *Association for Contemporary Iberian Studies* 4(2), 2-7.

Holmes, J. (1995). *Women, men and politeness*. Londres/Nueva York: Longman.

Holmes, J. (1990). Apologies in New Zealand English. *Language in Society* 19, 155-199.

Holmes, J. (1988). Paying Compliments: A Sex-Preferential Politeness Strategy. *Journal of Pragmatics 12*, 445-465.

Holmes, J. (1986). Compliments and compliment responses in New Zealand English. *Anthropological Linguistics* 28(4): 485-508.

Holmes, J., & Brown, D. (1987). Teachers and students learning about compliments. *TESOL Quarterly* 523-546.

Jaworski, A. (1995). This is not an empty compliment! Polish compliments and the expression of solidarity. *International Journal of Applied Linguistics, 5*, 63-94.

Johnson, D. M. (1992). Compliments and politeness in peer-review texts. *Applied Linguistics*, 13, 1, pp. 51-71.

Jucker, A. (2009). Speech act research between armchair, field and laboratory: The case of compliments. *Journal of Pragmatics* 41, 1611–1635.

Jucker, A., Gerold. I, & Breustedt, B. (2008). Fishing for compliments: Precision and recall incorpus-linguistic compliment research. En Jucker, A. y Taavitsainen, I. (Eds.), *Speech Acts in the History of English* (pp. 273-294). Amsterdam/ Philadelphia: Benjamins.

Kasper, G. (2000). Data collection and pragmatic research. En Spencer-Oatey, H. (Ed.), *Culturally speaking. Managing rapport through talk across cultures* (pp. 316-369). London and New York: Continuum.

Kerbrat-Orecchioni, C. (1996). *La conversation*. Paris: Seuil.

Knapp, M., Hooper, R., & Bell, R. (1984). Compliments: A Descriptive Taxonomy. *Journal of Communication, 34* (4), 12-31.

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.

Labov, W. (1966). *The social stratification of English in New York City*. Washington, D.C.: Center for Applied linguistics.

Lakoff, R. (1973). The logic of politeness; or, minding your p‟s and q‟s”. *Papers from the Ninth Regional Meeting of the Chicago Linguistic Society*, Chicago, Chicago Linguistic Society, 9, 292-305.

Leech, G. (2007). Politeness: is there an East-West divide?, *Journal of Politeness Research*, 3, 167-206.

Leech, G. (1983). *Principles of pragmatics*. Londres: Longman.

Lopera, S. (2015a). La caracterización de los cumplidos en una población universitaria. *Ikala*, 20(1), 61-77.

Lopera, S. (2015b). Estrategias de respuestas de los cumplidos. *Tonos Digital*, 29, 1-31.

Lopera, S. (2014). El uso del lenguaje coloquial en los cumplidos. *Lingüística y Literatura*, 66, 89-103.

Lopera, S. (2013). Reflexiones sobre el uso del acto de habla de los cumplidos. *Ikala*, 18(2), 87-93.

López Bobo, M. (2002). *La interjección.* Madrid, España: Arco libros.

López Morales, H. (1994*). Métodos de investigación lingüística*. Salamanca: Ediciones Colegio de España.

Levinson, S. (1983). *Pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Lorenzo-Dus, N. (2001). Compliments responses among British and Spanish university students: a contrastive study. *Journal of Pragmatics*, 33, pp. 107-127.

Macias, C. (2006). El demostrativo en Miguel Delibes. Tesis doctoral, Universidad Nacional de Educación a Distancia.

Maíz-Arévalo, C. (2013). Just click Like: Computer-mediated responses to Spanish compliments. *Journal of Pragmatics* 51, 47-67.

Maíz-Arévalo, C. (2012). “Was that a compliment” Implicit compliments in English and Spanish. *Journal of Pragmatics* 44, 980-996.

Maíz-Arévalo, C. (2010). Intercultural pragmatics: a contrastive analysis of compliments in English and Spanish. *Discourse and Communication: Cognitive and Functional Perspectives*, 175-208.

Manes, J. (1983). Compliments: A mirror of cultural values. En Wolfson, N. y Judd, E. (Eds.), *Sociolinguistics and Language Acquisition* (pp. 82-95). Rowley, MA: NewburyHouse.

Manes, J. & 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.

Manual de la Nueva Gramática de la Lengua Española (2012). Real Academia Española: España.

Martín Valbuena, A. (2009). El Vocativo en el "Vocabulario de Refranes y Frases Proverbiales" de Gonzalo Correas. Tesis doctoral: Universidad Autónoma de Barcelona.

Martinet, A. (1976). El lenguaje y los grupos humanos. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.

Martínez, J. (2009). Los insultos y palabras tabúes en las interacciones juveniles. Un estudio sociopragmático funcional. *Boletín de Lingüística* XX1, 31: 59-85

Matsumoto, Y. (1989). Politeness and conversational universals—observations from Japanese. *Multilingua* 8 (2/3), 207–221.

Mestre, P. (2010). Alternancia de formas de tratamiento como estrategia discursiva en conversaciones colombianas. En: Hummel M., Kluge B, y Vásquez M. (Eds.). *Formas y fórmulas de tratamiento en el mundo hispánico* (pp. 1035-1049). México, D. F.: El Colegio de México.

Miles, P. (1994). Compliments and gender. University of Hawaii Occupational Papers Series 26, 85–137.

Montoro del Arco, E. (2005). Aproximación a la historia del pensamiento fraseológico español: las locuciones con valor gramatical en la norma culta. Tesis doctoral: Universidad de Granada.

Mostacero, R. (2012). Imagen y cortesía centradas en el ego y en un texto autobiográfico. En Escamilla J. y Henry V. (Eds.), *Miradas multidisciplinares a los fenómenos de cortesía y descortesía en el mundo hispánico* (pp. 635-668). Universidad del Atlántico y el programa EDICE.

Mostacero, R. (2010). Análisis de la imagen y la cortesía intrasubjetiva en un texto Autobiográfico. *Lenguaje* 38(1), 185-207.

Mulhall, A. (2003). Methodological issues in nursing research. In the field: notes on observation in qualitative research. *Journal of Advanced Nursing*, 41(3), 306-313.

Mulo, B. (2014). Face-Enhancing strategies in compliment responses by Canadian university students. *International Journal of Linguistics*, 6(3), 53-69.

Mura, A. (2012). La fraseología del desacuerdo: los esquemas fraseológicos en español y en italiano. Tesis doctoral: Universidad Complutense de Madrid.

Murillo, J. (2008). Sobre la metodología de investigación en estudios sobre el discurso de la cortesía: a propósito del empleo de cuestionarios de hábitos sociales. En Briz A. et al. (Eds), *Cortesía y conversación: de lo escrito a lo oral* (pp. 53-71). III coloquio EDICE. España: Universidad de Valencia

Murillo, J. (2003). Significados de la cortesía lingüística a partir de la aplicación de un test de hábitos sociales en Costa Rica. En Bravo, D. (ed.), *La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes* (pp. 115-136). ACTAS del Primer Coloquio del Programa de EDICE, Estocolmo.

Mustapha, A. (2012). Approaches to identifying the compliment data. *International Journal of English Linguistics*, 2(1), 220-230.

Mustapha, A. (2004). Gender variation in Nigerian English compliments. Ph.D. dissertation, University of Essex.

Mustapha, A. (2011). Compliment response patterns among speakers of Nigerian English. *Journal of Pragmatics* 43, 1335-1348.

Narbona, A. (1992). La andadura sintáctica coloquial en el Jarama. En Ariza M. (Ed.), *Problemas y métodos en el análisis de textos*. *In memorian Antonio Aranda* (pp. 227-260) Sevilla: Secretariado de publicaciones de la Universidad de Sevilla.

Narbona, A. (1989). Sintaxis coloquial: problemas y métodos. En Narbona A. (Ed.) *Sintaxis española: nuevos y viejos enfoques* (149-169). Barcelona: Ariel.

Norrick, N. (1980). The speech act of complimenting. En: Hovdhaugen E. (Ed.), *The Nordic language and modem linguistics* (pp. 296-304). Oslo: Universitet sforlaget.

Nueva Gramática de la Lengua Española (2010). España: Espasa.

Ortíz, E. (2008). El arte de piropear: ¿halago u ofensa?. *Tinkuy 10, Boletín de Investigación y Debate*, 51-59.

Payne, S. (2013). Compliment responses of female German and Italian university students: a contrastive study. *Language Study Working Papers*, 5, 22-31.

Pettersson, C. (2014). El cumplido en el español de la variante peruana y en sueco. Tesis de maestría, Stockholms Universitets.

Placencia, M., Fuentes, C. (2013). Cumplidos de mujeres universitarias en Quito y Sevilla: un estudio de variación pragmática regional. *Sociocultural Pragmatics: International Journal of Spanish Linguistics* 1 (1), 100-134.

Placencia, M. E. & Yépez, L. M. (1999). Compliments in Ecuadorian Spanish. *Revista Lengua*, 9, 83-121.

Pomerantz, A. (1978). Compliment responses: notes on the co-operation of multiple constraints. En Schenkein, J. (Ed.), *Studies in the organization of conversational interaction* (79-112). Nueva York: Academic Press.

Pomerantz, A. (1975). Second Assessments: A Study of Some Features of Agreements/Disagreements. Unpublished PhD dissertation, University of California, Irvine.

Preisig, G. (1998). Una investigación sobre el piropo español. Tesis de maestría, the University of British Columbia.

Pulido, R., Ballén, M., y Zúñiga, F. (2007). *Abordaje hermenéutico de la investigación cualitativa*. Bogotá: Universidad Cooperativa de Colombia.

Rees-Miller, J. (2011). Compliments revisited: Contemporary compliments and gender. *Journal of Pragmatics* 43, 2673–2688.

Reyes, M. (2015). *El acto de cumplido en conversaciones coloquiales entre hablantes mexicanos: análisis en un corpus cinematográfico*. Tesis doctoral. Universidad Nacional Autónoma de México.

Reyes, M. (2014). ¡Qué gusto verte!. El acto del cumplido, su respuesta y su comportamiento cortés en diálogos cinematográficos mexicanos. En Infante, J. y Flores, M. (Eds.), *La* (*des*)*cortesía en el discurso*: *perspectivas interdisciplinarias* (*imagen, actos de habla y atenuación*) (pp. 181-234). Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León.

Ríos, G. (2010). Características del lenguaje de los jóvenes costarricenses desde la disponibilidad léxica. Tesis doctoral, Universidad de Salamanca.

Rodríguez, L., & Jiménez, E. (2014). La variable social en el halago. Aplicación de un test de hábitos sociales en la comunidad de Monterrey. En Infante, J. y Flores, M. (Eds.), *La* (*des*)*cortesía en el discurso*: *perspectivas interdisciplinarias* (*imagen, actos de habla y atenuación*) (pp. 297-324). Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León.

Schreier, J. (2005). Quién fuera mecánico. Un estudio sociopragmático sobre la aceptación del piropo. *RILI*, 5, 65-78.

Searle, J. (1976). A classification of illocutionary acts. *Language in Society*, *5*, 1–23.

Searle, J. (1969). *Speech acts: an essay in the philosophy of language*. Cambridge: Cambridge University Press.

Searle, J. (2001 [1969] 1980). *Actos de habla*. Madrid: Cátedra.

Seco, M., Andrés, O. & Ramos, G. (2004). *Diccionario fraseológico documentado del español actual. Locuciones y modismos españoles*. Madrid: Aguilar.

Seco, M. (2001). *Gramática esencial del español*. Madrid: Espasa y El Nacional.

Siebold, K. (2008). La cortesía verbal en los cumplidos y en las respuestas a los cumplidos en español y alemán. En: Briz, A. et al. (Eds.), *Cortesía y conversación: de lo escrito a lo oral* (pp. 318-342). Valencia, Stockholm: EDICE.

Sifianou, M. (2001). "*Oh! How appropriate!* Compliments and politeness. En Bayaraktaroglu, A. y Sifianou, M. (Eds.), *Linguistic politeness across boundaries. The case of Greek and Turkish* (pp. 391-430). Amsterdam: Benjamins.

Silva-Corvalán, C. (2001). *Sociolingüística y pragmática del español*. Washington: Georgetown University Press.

Slowik, M. (2009). La cortesía verbal en lenguas checas y españolas: estudio pragmalinguístico contrastivo. Tesis doctoral, Universidad de Masaryk.

Son Jang, J. (2010). Fórmulas de tratamiento pronominales en los jóvenes universitarios de Medellín (Colombia) desde la óptica sociopragmática: Estrato socioeconómico y sexo. *Íkala*, 15(26), 43–116.

Son Jang, J. (2009). *Fórmulas de tratamiento pronominales* en los jóvenes universitarios de Medellín: una aproximación socio-pragmática. Ishikawa: Special Express Binding Co., Ltd. Kyoto Branch.

Spencer-Oatey, H. (2003). Developing a frame-work for non-ethnocentric politeness research. En Bravo, D. (Ed.), *Actas del primer coloquio del programa EDICE: la perspectiva no etnocentrista de la cortesía: identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes* (pp. 86-97). Universidad de Estocolmo.

Tang, Chen-Hsin, & Zhang, Grace Qiao, (2009). A contrastive study of compliment responses among Australian English and Mandarin Chinese speakers. *Journal of Pragmatics* 41 (2), 325–345**.**

Tannen, D. (1994). *Gender and discourse*. New York, Oxford: Oxford University Press.

Terkourafi, M. (2005). Beyond the micro-level in politeness research. *Journal of Politeness Research* 1, 237–262.

van Dijk, Teun (1999). *Ideología*. Barcelona: Gedisa

van Dijk, T. (1997). *El discurso como interacción social*. España: Editorial Gedisa.

Vigara, A. M. (1992): *Morfosintaxis del español coloquial*. Esbozo estilístico. Madrid. Gredos.

Vigara Tauste, M. (1994). Sobre el chiste, texto lúdico. . [en línea]. Disponible en http://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero10/chiste.html

Watts, R. (2003). *Politeness.* Cambridge: Cambridge University Press.

Watts, R. J., Ide, S. & Ehlich, K. (1992). *Politeness in language. Studies in its history, theory and practice*. Berlín: Mouton de Gruyter.

Wodak, R., y Benke, G. (1997). Gender as a sociolinguistics variable: new perspectives on variation studies. En Coulmas, F. (Ed.), *The Handbook of Sociolinguistics* (pp. 127-150). USA: Blackwell Publishing.

Wolfson, N. & Manes, J. (1980). The compliment as a social strategy. *Papers in Linguistics*, 13, 3, 391-410.

Wolfson, N. (1983). An Empirically based analysis of complimenting in American English. En Wolfson N. y Judd E. (Eds.), *Sociolinguistics and Language Acquisition* (pp. 82-95). Rowley, MA: NewburyHouse.

Yousefvand, Z. (2010). Study of compliment speech act realization patterns across gender in Persian. *Arizona Working Papers in SLA & Teaching* 17, 91-112.

Yuan, Y. (2001). An inquiry into empirical pragmatics data-gathering methods: Written DCTs, oral DCTs, field notes, and natural conversations. *Journal of Pragmatics*, 33 (2), 271-292.

Zimmerman, K. (2005). Construcción de la identidad y anticortesía verbal. Estudio de conversaciones entre jóvenes masculinos. En Bravo, D. (Ed.), *Estudios de la (des)cortesía en español. Categorías conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos* (245-271). Buenos Aires: Dunken.

Zernova, Y. (2000). Algunos factores diferenciadores del habla masculina y femenina. *Actas de las II Conferencias de Hispanistas de Rusia*, Madrid: Ministerio de Asuntos Exteriores.

Zuluaga, A. (1980). *Introducción al estudio de las expresiones fijas*. Túbingen: Max Hueber, Verlag.

Zuluaga, A. (1975). La fijación fraseológica. Thesaurus, tomo XXX, núm. 2, 225-248.

Zuluaga, F., & Echeverri, D. (2012). Entrevista con Henk Haverkate sobre las fórmulas de cortesía. *Lingüística y Literatura*, 62, 245-251.

Zuluaga Gómez, F. (2004). Locuciones, dichos y refranes sobre el lenguaje: unidades fraseológicas fijas e interacción verbal. *Forma y Función* 18, 250-282.

ANEXOS

Anexo 1

Encuesta anónima "Hacer cumplidos"

Soy Sergio Lopera, estudiante de postgrado en lingüística, y estoy realizando un estudio del lenguaje. Al llenar este cuestionario, usted me está ayudando a hacer un análisis a nivel de uso del idioma. Es importante anotar que las respuestas serán usadas únicamente con propósitos académicos investigativos.

PARTE I

DATOS PERSONALES

Aunque la encuesta es anónima, es muy importante establecer algunos datos personales. Por lo tanto, le pido el favor de señalar o completar con letra clara la información que se le solicita a continuación:

1. Edad
   18-30 ☐ 31-50 ☐ 51-80 ☐
2. Sexo
   Mujer ☐ Hombre ☐
3. Lugar de nacimiento: _____
4. Lugar de residencia. Especifique el barrio. (Ej.: Medellín, barrio Los Colores)
   _____
5. Estrato socioeconómico
   1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐
6. ¿Cuánto tiempo ha vivido en su lugar de residencia actual?
   _____
7. Lugar de residencia anterior. Favor especificar el barrio
   _____
8. ¿Durante cuánto tiempo vivió en su lugar de residencia anterior?
   _____
9. Estudios realizados
   Primarios ☐ secundarios ☐ tecnológicos ☐ universitarios ☐
   ninguno ☐
10. ¿Cuál es su profesión u oficio?
    _____
11. En caso de no ejercer su profesión ¿En qué se desempeña para subsistir? *(Ejemplos: soy ingeniero civil pero trabajo como vendedor en un almacén / No tengo título profesional, trabajo administrando un negocio)*
    _____
    _____
12. Relación con la Universidad de Antioquia

    Estudiante ☐ profesor ☐ empleado ☐
    Dependencia donde usted trabaja o estudia en la Universidad de Antioquia
    _____

Parte II: Cuestionario

Muchas gracias por separar un breve tiempo para llenar esta encuesta. Favor responder de una manera natural ante el cuestionario y procurar que la respuesta sea la más cercana posible a lo que habría dicho si se tratara de una situación real.

Lea las siguientes situaciones y escriba lo que usted cree que diría, tal como lo diría exactamente.

1a. Usted se encuentra con un amigo o compañero en la cafetería y nota que tiene un nuevo computador portátil de última generación, si deseara halagarlo ¿Qué le diría?

_____
_____

1.b Y si fuera una amiga o compañera, ¿Qué le diría?

_____
_____

2.a Usted se da cuenta que un amigo o compañero tiene un nuevo motilado y nota que le queda bien, si deseara halagarlo ¿Qué le diría?

_____
_____

2. b Y si fuera una amiga o compañera, ¿Qué le diría?

_____
_____

3. a Usted nota que su amigo o compañero tiene gran habilidad para hacer deporte, si deseara halagarlo ¿Qué le diría?

_____
_____

3. b Y si fuera una amiga o compañera, ¿Qué le diría?

_____
_____

4. a Usted nota que su amigo o compañero tiene gran habilidad para los idiomas, si deseara decirle algo ¿Qué le diría?

_____
_____

4. b Y si fuera una amiga o compañera, ¿Qué le diría?

_____
_____

* Me gustaría realizar una entrevista para ampliar algunos elementos de la encuesta que acaba usted de hacer. Si le interesa hacerla, favor escribir la siguiente información:

Correo electrónico: _____

Número de teléfono de contacto: _____

Muchas gracias por su colaboración

Anexo 2

Encuesta anónima "Responder Cumplidos"

Soy Sergio Lopera, estudiante de postgrado en lingüística, y estoy realizando un estudio del lenguaje. Al llenar este cuestionario, usted me está ayudando a hacer un análisis a nivel de uso del idioma. Es importante anotar que las respuestas serán usadas únicamente con propósitos académicos investigativos.

PARTE I

DATOS PERSONALES

Aunque la encuesta es anónima, es muy importante establecer algunos datos personales. Por lo tanto, le pido el favor de señalar o completar con letra clara la información que se le solicita a continuación:

1. Edad
   18-30 ☐ 31-50 ☐ 51-80 ☐

2. Sexo
   Mujer ☐ Hombre ☐

3. Lugar de nacimiento: _____

4. Lugar de residencia. Especifique el barrio. (Ej.: Medellín, barrio Los Colores)
_____

5. Estrato socioeconómico

   1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐

6. ¿Cuánto tiempo ha vivido en su lugar de residencia actual?

   _____

7. Lugar de residencia anterior. Favor especificar el barrio

   _____

8. ¿Durante cuánto tiempo vivió en su lugar de residencia anterior?

   _____

9. Estudios realizados

   Primarios ☐ secundarios ☐ tecnológicos ☐ universitarios ☐
   ninguno ☐

10. ¿Cuál es su profesión u oficio?
    _____

11. En caso de no ejercer su profesión ¿En qué se desempeña para subsistir? *(Ejemplos: soy ingeniero civil pero trabajo como vendedor en un almacén / No tengo título profesional, trabajo administrando un negocio)*
    _____
    _____

12. Relación con la Universidad de Antioquia

Estudiante ☐ profesor ☐ empleado ☐
Dependencia donde usted trabaja o estudia en la Universidad de Antioquia
_____

Parte II: Cuestionario

Muchas gracias por separar un breve tiempo para llenar esta encuesta. Favor responder de una manera natural ante el cuestionario y procurar que la respuesta sea la más cercana posible a lo que habría dicho si se tratara de una situación real.

Lea las siguientes situaciones y escriba lo que usted cree que diría, tal como lo diría exactamente

1. Usted lleva a la universidad un nuevo computador de última generación,y uno de sus amigos o compañeros le dice "Ah, qué computador tan bacano el que tenés, ¿Qué respondería?

_____
_____

2. Usted tiene un nuevo motilado y uno de sus amigos o compañeros le dice "huy, cómo te ves de bien así", ¿Qué respondería?

_____
_____

3. Un amigo o compañero nota que usted es muy bueno(a) para hacer deporte y le dice: "huy, eres mero(a) teso(a) para hacer deporte, ¿Qué respondería?

_____
_____

4. Un amigo o compañero nota que usted es muy bueno(a) para los idiomas y le dice: "huy, sos muy bueno(a) para los idiomas, ¿Qué respondería?

_____
_____

* Me gustaría realizar una entrevista para ampliar algunos elementos de la encuesta que acaba usted de hacer. Si le interesa hacerla, favor escribir la siguiente información:

Correo electrónico: _____

Número de teléfono de contacto: _____

Muchas gracias por su colaboración.

Anexo 3

Sistema transcripción de Val.Es.Co

SISTEMA TRANSCRIPCIÓN DE VAL.ES.CO.

Los signos propuestos por este sistema en su mayoría proceden de los recursos ortográficos de la lengua, aunque también se utilizan elementos de carácter fonético y tipográfico:

:	Cambio de voz.
A	Intervención de un interlocutor identificado como A.
?	Interlocutor no reconocido.
§	Sucesión inmediata, sin pausa apreciable, entre dos emisiones de distintos interlocutores.
=	Mantenimiento del turno de un participante en un solapamiento.
[	Lugar donde se inicia un solapamiento o superposición.
]	Final del habla simultánea.
-	Reinicios y autointerrupciones sin pausa.
/	Pausa corta, inferior al medio segundo.
//	Pausa entre medio segundo y un segundo.
///	Pausa de un segundo o más.
(5") nº de	Silencio (lapso o intervalo) de 5 segundos; se indica el segundos en las pausas de más de un segundo, cuando sea especialmente significativo.
↑	Entonación ascendente.
↓	Entonación descendente.
→	Entonación mantenida o suspendida.
Cou	Los nombres propios, apodos, siglas y marcas, excepto las convertidas en "palabras – marca" de uso general, aparecen con la letra inicial en mayúscula.
PESADO	Pronunciación marcada o enfática (dos o más letras mayúsculas)

pe sa do	Pronunciación silabeada.
(( ))	Fragmento indescifrable.
((siempre))	Transcripción dudosa.
((...))	Interrupciones de la grabación o de la transcripción.
(en)tonces	Reconstrucción de una unidad léxica que se ha pronunciado incompleta, cuando pueda perturbar la comprensión.
pa' l	Fenómenos de fonética sintáctica entre palabras, especialmente marcados.
°( )°	Fragmento pronunciado con una intensidad baja o próxima al susurro.
H	Aspiración de "s" implosiva.
(RISAS, TOSES GRITOS…)	Aparecen al margen de los enunciados. En el caso de las risas, si son simultáneas a lo dicho, se transcribe el enunciado y en nota al pie se indica "entre risas".
aa	Alargamientos vocálicos.
nn	Alargamientos consonánticos.
¿¡ !?	Interrogaciones exclamativas.
¿ ?	Interrogaciones. También para los apéndices del tipo "¿no?, ¿eh?, ¿sabes?"
¡ !	Exclamaciones.
és que se pareix a mosatros	Fragmento de conversación en valenciano. Se acompaña de una nota donde se traduce su contenido al castellano.
Letra cursiva	Reproducción e imitación de emisiones. Estilo directo, característico de los denominados relatos conversacionales.
Notas a pie de página	Anotaciones pragmáticas que ofrecen información sobre las circunstancias de la enunciación. Rasgos complementarios del canal verbal.

***** Las incorrecciones gramaticales (fónicas, morfosintácticas y léxicas) no aparecen marcadas por lo general. Así pues, según el usuario del corpus (p. e., si este es

utilizado
por un estudiante de español como segunda lengua), puede ser recomendable el soporte explicativo del profesor.

***** Los antropónimos y topónimos no se corresponden por lo general con los reales.

Tomado de Briz & Val.Es.Co. 2000. ¿Cómo se comenta un texto coloquial? Ariel: Barcelona.

Anexo 4

Unidades fraseológicas

Locuciones

Las siguientes locuciones aparecieron en los cumplidos:

Tabla 62. Locuciones

Locución	Clase	Fuente	Ejemplos
Sí o qué	Adverbial	Respuesta cumplido de posesión	Sí o qué, cuando lo necesites está a la orden ¿Sí o qué huevón? Me desembala de todo
*¿**De veras**?*	Adverbial	Respuesta cumplido de posesión Respuesta cumplido de apariencia física	¿De veras? ¿De veras? No quedé del todo contenta ¿De veras? Muchas gracias
Gracias a Dios	Adverbial	Producción cumplido de posesión Respuesta cumplido de habilidad psicológica	Gracias a Dios que te bendijo con ese nuevo computador. Sí, gracias a Dios lo pude comprar Sí, gracias a Dios, me he esforzado y aquí están los frutos
¿Cierto que sí?	Adverbial	Respuesta cumplido de posesión Respuesta cumplido de apariencia física	¿Cierto que sí? Está bien lindo y bacano ¿Cierto que sí? Es muy lindo ¿Cierto que sí? Gracias ¿Cierto? A mí me gustó mucho ¿Cierto que sí? Es súper chévere
*¿**En serio**?*	Adverbial	Respuesta cumplido de posesión Respuesta cumplido de apariencia física Respuesta cumplido de habilidad psicológica	Ah ¿en serio? te parece muy bacano, a mí me parece normal, ja, ja, ja… ¿En serio? Me siento rara, pero gracias; ¡¿En serio?! Ah, muchas gracias

			¿En serio? No pensé que fuera tan bueno, pero gracias Jaja ¿yo? ¿en serio? Gracias pero es complicado
(En, la, de) verdad	Adverbial	Respuesta cumplido de posesión Respuesta cumplido de apariencia física Respuesta cumplido de habilidad física Respuesta cumplido de habilidad psicológica	Muchas gracias, de verdad está chévere; ¿Está mero verdad? Jaja Gracias Gracias mi vida, ¿de verdad? Gracias parce, ¿si me queda bien de verdad? mmm... De verdad, Gracias Gracias, la verdad es que me gusta mucho el deporte ¡Verdad! Sé que me lo dices por nuestra amistad, pero la verdad es que me falta mucho ¿De verdad? Gracias Gracias, sí la verdad me gustan mucho
Sobre todo	Adverbial	Respuesta cumplido de apariencia física Respuesta cumplido de habilidad física Respuesta cumplido de habilidad psicológica	Sobre todo jajaja sobre todo sobre todo ¡Sobre todo!
Al menos (menos mal)	Adverbial	Respuesta cumplido de apariencia física	Gracias, quería hacer algo nuevo y bueno, menos mal quedó bien Gracias, menos mal Gracias, al menos me quedó bien, tenía un susto que no me luciera para la forma de mi cara
(***Para) nada***	Adverbial	Respuesta cumplido de	Nada. ¡Gracias!;

		apariencia física Respuesta cumplido de habilidad física Respuesta cumplido de habilidad psicológica	Pues a mí no me gustó para nada Nada Para nada, es solo práctica No nada, algo de lo más normalito No nada ,apenas estoy aprendiendo; No nada, eso es fácil, un poco de práctica; Para nada, soy perversa en idiomas
Nada del otro mundo	Adverbial	Respuesta cumplido de habilidad física	Normal, no es nada del otro mundo Nada del otro mundo, tiempo de práctica
A lo bien	Adverbial	Producción cumplido de hablilidad física	Jugaste ***a lo bien*** hoy, qué partidazo, guevón!
Todo bien	Adverbial	Respuesta cumplido de habilidad psicológica	***Todo bien****, no es tan difícil*
Más o menos (***maso***):	Adverbial	Respuesta cumplido de habilidad física Respuesta cumplido de habilidad psicológica	Ah maso, se hace lo que se puede Ah parce, pues maso Más o menos, pero gracias Ahí más o menos pues maso, algo se sabe
Ponerse las pilas	verbal	Respuesta cumplido de habilidad física	*¡Qué tesura!* ***Póngase las pilas*** *usted*

Se encontraron los siguientes enunciados fraseológicos:

Fórmulas rutinarias psico-sociales:

Tabla 63. Fórmulas rutinarias psico-sociales

Fórmula rutinaria	Fuente	Ejemplos
Muchas gracias	Respuesta cumplido de apariencia física	Ay muchas gracias
	Respuesta cumplido de posesión	Muchas gracias, ja, ja, ja
	Respuesta cumplido de habilidad física	Muchas gracias, practico todos los días
	Respuesta cumplido de habilidad psicológica	Muchas gracias, quizás no tanto
"qué ___ de___"[60]	Producción cumplido de posesión	¡*qué cuca de portátil*!
		¡*qué nota de pc*!
		¡*qué chimba de PC*!
A la orden	Respuesta cumplido de posesión	Gracias, usted sabe que a la orden
		Sí parce, A la orden cuando lo quieras
	Respuesta cumplido de apariencia física	Ahí lo tiene a la orden
		Ay sí , gracias, a la orden para lo que necesite
	Respuesta cumplido de habilidad psicológica	¡Gracias! A la orden Gracias, a la orden lo que necesite
	Respuesta cumplido habilidad física	A la orden por si quieres aprender
Ya era hora de	Respuesta cumplido de apariencia física	¡Gracias! ¡Qué linda! Ya era hora de un cambio
		Gracias, ya era hora de cortarlo

[60] Esta es una unidad fraseológica de construcción o combinación libre (Zuluaga, 1980).

oiga (la,lo) pues	Respuesta cumplido habilidad física	Oiga pues, cómo me da de pereza ¡Oiga pues! Dizque mera tesa, si apenas estoy aprendiendo

Se encontraron las siguientes paremias:

Tabla 64. Paremias

Fórmula rutinaria	Fuente	Ejemplos
Al César lo que es del César	Respuesta cumplido de apariencia física	¡Gracias, Al César lo que es del César!
El talento no se improvisa (tono jocoso)	Respuesta cumplido habilidad psicológica	¡Ajá! Y el talento no se improvisa El talento no se improvisa
El que es <u>lindo</u> es <u>lindo</u>[61] (tono jocoso) ***El que es <u>bueno</u> es <u>bueno</u>***	Respuesta cumplido de apariencia física Respuesta cumplido de habilidad física	Eh gracias, vos sabés que el que es lindo es lindo El que es lindo, es lindo El que es bueno es bueno
"***indio comido, indio ido***" (tono jocoso)	Producción cumplido de habilidad física	Bueno, ya me tengo que ir, el almuerzo estuvo muy rico. Indio comido, indio ido, chao
¡***Eh Ave María***!	Producción cumplido de habilidad física	¡Eh Ave María, cómo bailas de bien!

[61] Esta también es una unidad fraseológica de construcción o combinación libre (Zuluaga, 1980).

Anexo 5
Análisis piropos

Contexto: Se aplicó un cuestionario de hábitos sociales relacionado con el concepto, la ejemplificación y producción de los piropos a estudiantes, profesores y empleados de la Universidad de Antioquia, Medellín-Colombia. Para el análisis se utilizó el programa lingüístico computacional Cratilo, el cual buscó frecuencias y arrojó información estadística de los piropos y piropos vulgares. Un total de 736 informantes participaron en el diligenciamiento del cuestionario, de los cuales 394 pertenecen a las mujeres y 342 a los hombres. Sobresalieron las siguientes categorías:

Comparación con seres angelicales, flores y astros:

- **Ángeles**:

Del cielo como que están cayendo ángeles porque me topé con uno
Se escaparon los angelitos del cielo
¡Uy! Están lloviendo ángeles

- **Astros:**

Tus ojos brillan como el sol
Qué luceros tan hermosos
Del cielo estrellas cayendo... Y una de ellas va caminando

- **Flores:**

La ciencia es tan avanzada que hasta las flores caminan
Quién fuera silletero para amar esta flor
Una flor para la flor más hermosa del jardín

La divinización:
Si usted es la virgen, dígamelo para adorarla
¡Ay!, Se me apareció la virgen
¡Ay!, Me encontré a la virgen que se bajó del cielo

Los ojos y la mirada:
Dichoso yo y que me vean esos ojos
Tienes unos ojos tan lindos que los mandaste a enamorar
Mami, una miradita

Características lingüísticas

Los encuestados utilizaron algunas palabras y expresiones propias de la ciudad de Medellín, lo cual reflejan la ideología que involucra las prácticas y los valores sociales de dicha comunidad, en este caso referente a la belleza (van Dijk, 1997).

Aspectos lexicales

Adjetivos sobresalientes: bonita, linda, hermosa:
*Eres lo más **hermoso***
*Es la sonrisa más **linda** que he visto en mi vida*
*¡Huy! ,Qué negra tan **bonita***

Adverbio intensificador: tan:
*¡Eh ave María! Qué reina **tan** linda*
*Tú **tan** linda, todo se ve lindo*
*¡Uy, qué mujer **tan** hermosa!*

Interjecciones: uy, ay, eh, oye
*¡**Uy**!, Qué niña tan divina*
*¡**Oye**!, Bonita*
*¡**Ay**, Dios! Se cayeron los ángeles del cielo*

*¡**Eh** ave María! Qué reina tan linda*
Sufijos intensificadores:
*Qué pies tan bonitos mamac**ita***
*Se están cayendo los angel**ito**s*
*Negra mamas**ota***
Otros aspectos lingüísticos
Elementos ideológicos preferidos a nivel de contenido:
Expresiones religiosas:
*¡**Ay Dios**! Se cayeron los ángeles del cielo*
*Eh **Ave María**! Qué reina tan linda*
*Suegra vaya con **Dios** que yo voy con su hija*
Lenguaje humorístico: a nivel sintáctico
Usted con tantas curvas y yo sin frenos
Flaca tírame un hueso
Si así es morado, ¿Cómo será azulado?
Lenguaje figurado:
Qué luceros tan hermosos
Fue que se abrió el cielo que se cayó este angelito
Qué patas y yo con una abuela coja
Si condicional:
Si como camina cocina, me le como hasta el pegado (enunciado fraseológico)
Si el amor es ciego me quedo con la de gafas
Si el paraíso existe tu belleza me traslada a él
Símil (como):
*Estás tan bella **como** las estrellas*
*Tú iluminas mi existencia **como** las estrellas iluminan el cielo*
*Tus ojos son **como** dos luceros*

Enunciados exclamativos en posición inicial

Cómo exclamativo:
***Cómo** te ves de linda hoy*
***Cómo** estás de bonita*
***Cómo** estás de linda*
Qué exclamativo:
***Qué** lindo cabello tienes;*
***Qué** ojos tan hermosos*
*¡Uy! **Qué** niña tan divina*

Nuevos elementos encontrados

Relación con colores
*El **verde** de tus ojos me transporta al mar*
*Si así es de **morado** ¿Cómo será a su lado? (enunciado fraseológico)*
*Si eso es **verde** ¿Cómo será madura?*
***Negra** mamasota (función de vocativo)*
*Qué **mona** tan hermosa, mamacita (función de vocativo)*
*El que de **amarillo** se viste a su belleza se atiene*
*Qué belleza ese tipo de **rubor natural** en tus mejillas (hace referencia al rojo)*

Formas de tratamiento: niña, mujer, bebé, negra, reina, diosa, dama, mami, mona-ita, princesa, muñeca, señorita:
*¡Qué **niña** más bonita!*
*Adiós **bebé**, salúdeme a la suegra*
***Mona**, qué ojos tan lindos*
*¡**Señorita** bonita!*

Preguntas retóricas
¿Cómo amaneció la niña más linda?
Están cayendo ángeles del cielo o es que ¿Estoy en el cielo?
¿Cómo vas con la diabetes? Es que eres tan dulce
Eh ave María ¿Qué es todo eso? Es la mujer más bonita que he visto pasar hoy
Si así es de morado ¿Cómo será a su lado?
Si eso es verde ¿Cómo será madura? (enunciado fraseológico)
El que de amarillo se viste a su belleza se atiene
¿De qué nube se cayó ese angelito?

Verbos sensoriales
*Eh ave María ¿Qué es todo eso? Es la mujer más bonita que he **visto** pasar hoy*
*¿Cómo vas con la diabetes? Es que eres tan **dulce*** (implícito: sabor)
*Si como camina cocina, me le **como** hasta el pegado*
Flaca **rica** (implícito: sabor)
Quisiera ser el sol para **acariciar** tus hermosos labios

Sensaciones de enfermedad:
*Mujer termíname de matar, porque con tu belleza ya **me dejaste herido***

Anexo 6
Vocabulario del parlache[62]

bacano, a: adj. Cultura juvenil. Préstamo. *Bueno.* Agradable, que se disfruta.
banderiar: v. A. ilícitas. *Perjudicar.* Poner en evidencia, señalar a alguien.
bien: a lo bien. loc. adv. Vida c. Equivale a muy bien, a hacer las cosas de la mejor manera.
caché: adj. Vida c. Elegante, lujoso, de prestigio.
calidoso, a: adj. Elogio. Resemantización. *Excelente* Persona de mucha capacidad, que sobresale en cualquier actividad.
chévere: adj. Cultura juvenil. Revitalización. *Agradable.* Ambiente o persona que produce complacencia.
chicanero, a: adj. Cultura juvenil. Resemantización. *Presumido.* Persona que hace alarde de lo que no posee o de lo que no es.
chimba: f. adj. Cultura juvenil. Resemantización. *Bonito.* Persona o cosa bella, muy buena.
cuchilla: f. Ducho o bien preparado para algo.
cuca: adj. Elogio. Resemantización. Óptimo, de buena calidad, bonito, agradable.
cuchín: s. Vida c. Variante de cucho: fórmula de tratamiento.
elegancia: f. adj. Cultura juvenil. Resemantización.
emputar: v. Cultura juvenil. Ponerse furioso.
gonorrea: adj/s. Insulto. Resemantización. *Despreciable.* Expresión con la que se minimiza al otro. (A veces la utilizan como forma de tratamiento).
gringo: 1. adj. coloq. Extranjero, especialmente de habla inglesa, y en general hablante de una lengua que no sea la española. U. t. c. s/.
güevón, a: *Vocativo*. Forma de tratamiento, para referirse al interlocutor.
hermano, a: s. Cultura juvenil. Resemantización. *Amigo.* Forma afectiva para referirse al compañero, fórmula de tratamiento.
mamacita: adj/s. Vida c. Resemantización. *Bonita.* Mujer bonita, de buen cuerpo.
man: (del inglés). m. Vida c. Préstamo. *Hombre.* Persona del sexo masculino. Cultura juvenil. *Amigo.* Fórmula de tratamiento para un compañero.
mañé: adj. Insulto. *Ordinario.* Persona, objeto o sitio de mala calidad o que no está a la moda.
marica: Fórmula de tratamiento. Cultura juvenil. Resemantización. *Forma de tratamiento.*
mero, a: adv. Cultura juvenil. Revitalización. *Intensificador.* Se utiliza como adverbio de cantidad.
nave: f. Cultura juvenil. Resemantización. *Automotor.* Vehículo lujoso.
nota: **¡qué nota!** Interjección. Cultura juvenil. *Qué bueno.* De buena calidad, bonito, agradable.
ome: (De hombre). interj. Cultura juvenil. *Hombre.* Se utiliza para referirse al interlocutor
pana: m. Cultura juvenil. Revitalización. *Amigo.* Se utiliza para referirse a un amigo muy allegado
papá: m. Vida c. Resemantización. *Compañero.* Forma de tratamiento para el amigo o el conocido.
papacito: adj/s. Vida c. Resemantización. *Bonito.* Bien parecido.

[62] Este vocabulario es tomado del Diccionario de Parlache (Castañeda y Henao, 2015). Es importante anotar que se hace una reducción significativa de las definiciones de cada entrada y se deja la definición que aplica en cada situación.

parce: (Acortamiento de parcero). m. Cultura juvenil. Resemantización. Amigo. Forma de tratamiento para un compañero.
parcero, a: s. Cultura juvenil. *Amigo,* Forma de tratamiento para referirse a un compañero muy allegado.
parche: **mero parche de:** loc. adj. Vida c. Ponderación o elogio de un objeto o de una situación.
pilas: **ponerse pilas.** loc. v. Resemantización. *Animarse.*
pilo, a: m. Cultura juvenil. Resemantización. Viene de la palabra "Pilas", como energía. *Estudioso, dedicado.*
pinta: adj. Cultura juvenil. Resemantización. *Bonito.*
profe: (Acortamiento de profesor). m. Cultura juvenil. Revitalización.
putas: el o un putas. loc. adj. Elogio. *Guapo.*
quieto: Exclamación. Vida c. Expresión de asombro.
rayado, a: adj**.** Vida c. Desequilibrado, enloquecido.
recuca: adj. Cultura juvenil. *Muy bonito.* Hace alusión a personas u objetos muy bellos o de mucho valor o calidad.
sí: ¿sí o qué? Fórmula. Cultura juvenil. *¿Entonces?* Se usa para enfatizar o reafirmar.
superteso, a: adj. Cultura juvenil. *Muy poderoso.* Persona arriesgada, valiente, muy hábil.
teso, a: adj. Cultura juvenil. Resemantización. *Fuerte, poderoso.* Persona valerosa, que no se detiene ante ningún obstáculo.
todo: todo bien. loc. adv. Cultura juvenil. *Sin problemas.*
viejo, a: adj. Vida c. Resemantización. *Amigo, compañero.* Fórmula de tratamiento.

Anexo 7
Abreviaturas

Adj.	Adjetivo
Adv.	Adverbio
Art.	Artículo
DEVA	Diccionario Descriptivo del Español del Valle de Aburrá
DCT	Discourse Completion Test
Doc	Doctora
DRAE	Diccionario de la Lengua Española
GSP	Grand Strategy of Politeness
Parce	Parcero
Profe	Profesor
Sus.	Sustantivo
Verb.	Verbo
UF	Unidad Fraseológica