

**IX COLOQUIO INTERNACIONAL DEL PROGRAMA EDICE
21-25 DE MARZO DE 2022
ORGANIZADO POR INSTITUTO DE INVESTIGACIONES LINGÜÍSTICAS
UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
COORDINADOR: DR. JORGE MURILLO MEDRANO**

LIBRO DE RESÚMENES

Lunes 21 de marzo de 2022 (8:30 am. – 12:20 m., hora de Costa Rica)

PANEL 1: Mujer e imagen social: Acciones (in)formativas de las instituciones andaluzas en campañas sobre igualdad de género.

- *Configuración de la imagen social de la mujer en las redes sociales del Instituto Andaluz de la Mujer.*

Ana Pano Alemán, Universidad de Bolonia

Palabras clave: comunicación institucional, campañas de igualdad de género, imagen de la mujer, redes sociales

Hoy en día, las campañas que los gobiernos nacionales, regionales y locales promueven en favor de la igualdad de género se publican en sitios web y redes sociales institucionales en las que el mensaje promocional suele ser breve e inmediato. Los contenidos informativos y persuasivos asociados a dichas campañas se publican generalmente en un formato multimodal y de forma simultánea en los perfiles de las instituciones en Twitter, Facebook, Instagram y YouTube, redes con mayor número de usuarios, especialmente en torno al 8 de marzo (Día Internacional de la Mujer) y al 25 de noviembre (Día Internacional para la Eliminación de la Violencia contra la Mujer), con la intención de llegar a todo tipo de audiencias y poder viralizarse. El Instituto Andaluz de la Mujer (IAM), dependiente de la Consejería de Igualdad, Políticas sociales y Conciliación de la Junta de Andalucía, emplea estos espacios para difundir sus campañas en favor de la igualdad y contra la violencia de género, entre otros temas. Sus mensajes se dirigen principalmente a la ciudadanía, pero buscan también tener un eco en los medios tradicionales, por lo que suelen contener textos breves e impactantes, acompañados de imágenes, vídeos, hashtags y enlaces con información útil, con distintos efectos en la recepción e interpretación de los contenidos de las campañas y de la imagen social de la mujer que elaboran.

En esta comunicación se presentan los resultados de un análisis de la configuración discursiva de la imagen de la mujer en un corpus de mensajes de Twitter, Facebook e Instagram, publicados en los últimos dos años (2020-2021) en los perfiles del IAM, así como de las respuestas a dichos mensajes por parte de los usuarios de esas redes. El objetivo de este trabajo, que sigue los planteamientos del análisis social del discurso (Bravo, 2015, 2020) y de la relación entre argumentación e imagen social en el discurso institucional (Alcaide Lara, 2014, 2019), es identificar las estrategias argumentativas y persuasivas que el IAM y los ciudadanos adoptan en estos mensajes y sus posibles efectos tanto en la imagen social de la mujer como en la imagen de esta institución en el entorno digital.

Alcaide Lara, E. R. (2014). La relación argumentación-(des) cortesía en el discurso persuasivo. *Pragmática Sociocultural/Sociocultural Pragmatics* 2(2), 223-261.

Alcaide-Lara, E. R. (2019). *Imagen social y contextos socioculturales en el discurso publicitario institucional español con fines sociales*. *Pragmática Sociocultural/ Sociocultural Pragmatics* 7(3), 297-334.

Bravo, D. (2015). *Pragmática sociocultural para el análisis social del discurso. Actividades de imagen como estrategias argumentativo-discursivas en situación de testimonio judicial*. En D. Bravo y M. Bernal (Eds.) *Perspectivas sociopragmáticas y socioculturales del análisis del discurso* (pp. 49–90). Buenos Aires: Programa EDICE-Dunken.

Bravo, D. (2020). *Pragmática sociocultural para el análisis de los aspectos sociales del discurso*. En M. V. Escandell, J. Amenós y A. K. Ahern (Eds.) *Pragmática* (pp. 481–497). Madrid: AKAL.

Enlaces a los perfiles analizados

<https://twitter.com/IAMJunta>

<https://www.facebook.com/IAMJunta/>

<https://www.instagram.com/iamjunta/?hl=es>

- “No queremos ser heroínas, simplemente iguales”: configuración de la imagen social de la mujer y estereotipos en eslóganes y carteles de la campaña del 8-M de ayuntamientos y otras instituciones públicas andaluzas.

María Bernal, Universidad de Estocolmo

Palabras clave: comunicación institucional, campañas de igualdad de género, imagen de la mujer, redes sociales

El fomento de la igualdad en la sociedad y la lucha contra la discriminación de las personas es crucial en una sociedad democrática por concernir a todos los ciudadanos en los diferentes entornos de la vida cotidiana. En este trabajo, nos centramos en las campañas promovidas por diferentes instituciones andaluzas, como ayuntamientos y otros centros públicos, con motivo del Día Internacional de la Mujer (8 de marzo), para dilucidar el modo -estereotipado o no- en que se presenta la imagen de la mujer en tales campañas a través de carteles y eslóganes.

Por un lado, se tendrán en cuenta los imaginarios sociodiscursivos (Charaudeau 2005) a modo de espejo identitario en la construcción de objetos emblemáticos como son los eslóganes, posters, y que cumplen un rol de manifiesto, de reivindicación. Lo discursivo, en este caso, incluye no solo el mensaje escrito, sino que también, como texto multimodal, atiende a la información visual; ambos aspectos contribuyen a una resignificación del mensaje como microevento comunicativo (van Leeuwen 2004).

Siguiendo los lineamientos del análisis social del discurso (Bravo 2015) aplicado al discurso institucional (Alcaide Lara 2019) así como las estrategias argumentativas presentes (Alcaide Lara 2014), presentamos en este trabajo los resultados de un análisis lingüístico-semiótico en un corpus de pósters y eslóganes en los que se atiende a la imagen de la mujer y los estereotipos especialmente vinculados a la familia (la imagen de cuidadora por excelencia frente a la conciliación compartida), la educación o el desempeño laboral.

Alcaide Lara, E. R. (2014). *La relación argumentación-(des) cortesía en el discurso persuasivo*. *Pragmática Sociocultural* 2(2), 223-261.

Alcaide-Lara, E. R. (2019). *Imagen social y contextos socioculturales en el discurso publicitario institucional español con fines sociales*. *Pragmática Sociocultural* 7(3), 297-334.

Bravo, D. (2015). *Pragmática sociocultural para el análisis social del discurso. Actividades de imagen como estrategias argumentativo-discursivas en situación de testimonio judicial*. En D. Bravo y M. Bernal (Eds.) *Perspectivas sociopragmáticas y socioculturales del análisis del discurso* (pp. 49–90). Buenos Aires: Programa EDICE-Dunken.

Charaudeau, P. (2005). *Le discours politique. Les masques du pouvoir*. Paris: Vuibert.

Van Leeuwen, T. (2004). *Ten reasons why linguists should pay attention to visual communication*. En P. LeVine & R. Scollon (Eds.), *Discourse and Technology: Multimodal Discourse Analysis* (pp- 7-19). Washington DC: Georgetown University Press.

- *La imagen de la mujer en las campañas institucionales andaluzas sobre igualdad de género. Un estudio de las notas de prensa.*

Nieves Hernández Flores, Universidad de Dinamarca

Palabras clave: comunicación institucional, campañas de igualdad de género, notas de prensa, imagen de la mujer

Las campañas institucionales en torno al tema de la igualdad de género constituyen en la actualidad una parte destacada en la política de gobiernos nacionales y regionales. A estas campañas se unen con frecuencia la publicación de informes oficiales sobre las características y objetivos de dichas campañas a través de las páginas web de las instituciones. Es el caso de la intensa actividad que desempeña en este caso la institución que gobierna la región de Andalucía (España), donde el lanzamiento de las campañas va acompañado de notas de prensa sobre las mismas. La publicación de estos textos en la web oficial posibilita que, aunque están dirigidos principalmente a los medios de comunicación, sean accesibles también a instituciones y ciudadanía en general. En este trabajo me voy a detener en las notas de prensa en torno a las campañas del 8 de marzo (Día Internacional de la Mujer) durante los últimos ocho años (2014-2021) publicadas en la página web de la Junta de Andalucía. El objetivo será examinar cómo evoluciona la imagen que se ofrece de la mujer en dichos textos, pero también qué imagen presenta la propia institución de sí misma en el tratamiento de este tema, para finalmente discutir la función de estos textos como refrendo del mensaje social que se quiere hacer llegar a la ciudadanía, así como la construcción que se hace de la imagen social de la mujer y la repercusión en la propia imagen de la institución. El marco teórico y metodológico está dentro del Análisis social del discurso (Bravo, 2015, 2020), estudios de argumentación e imagen social (Alcaide Lara, 2014, 2019) y el análisis crítico del discurso institucional (Van Dijk, 2003).

Alcaide Lara, E. R. (2014). *La relación argumentación-(des)cortesía en el discurso persuasivo. Pragmática Sociocultural* 2(2), 223-261.

Alcaide-Lara, E. R. (2019). *Imagen social y contextos socioculturales en el discurso publicitario institucional español con fines sociales. Pragmática Sociocultural* 7(3), 297-334

Bravo, D. (2015). *Pragmática sociocultural para el análisis social del discurso. Actividades de imagen como estrategias argumentativo-discursivas en situación de testimonio judicial. En D. Bravo y M. Bernal (Eds.), Perspectivas sociopragmáticas y socioculturales del análisis del discurso (pp. 49–90). Buenos Aires: Programa EDICE-Dunken.*

Bravo, D. (2020). *Pragmática sociocultural para el análisis de los aspectos sociales del discurso. En M. V. Escandell Vidal, J. Amenós Pons y A. K. Ahern (Eds.). Pragmatics (pp. 481–497). Madrid: AKAL.*

- *De verdugos y víctimas: la imagen del maltratador en el discurso publicitario de las instituciones andaluzas*

Esperanza R. Alcaide Lara, Universidad de Sevilla

Palabras claves: discurso institucional, publicidad, imagen social, actividad de imagen

En la actualidad, dada la situación de desigualdad que padece la mitad de la población mundial por causa de género, proliferan, en todas las administraciones públicas, las campañas publicitarias que, en un intento de erradicarla, abordan esta problemática y sus consecuencias: desde la brecha salarial hasta la violencia machista.

En el éxito o fracaso de estas campañas interviene sobremanera la imagen de los agentes que intervienen en estas acciones discriminatorias que ofrece la propia institución, como responsable de los materiales comunicativos que se utilizan en estos discursos (entre ellos el lingüístico), pues de esta dependerá el impacto que el mensaje cause en la ciudadanía.

En este trabajo nos vamos a centrar en la figura del maltratador. Siguiendo la tesis del continuo social formado por las imágenes proyectadas en la interacción (Hernández Flores, 2013), analizamos, a través del discurso de la institución, los efectos que llega a tener la imagen proyectada de este en la configuración de la propia imagen de la mujer, víctima de esta situación de injusticia.

El marco teórico y metodológico de este trabajo es el Análisis social del Discurso (Bravo, 2015, 2020) y el Análisis Crítico del Discurso (Van Dijk, 2003), los estudios sobre la interrelación de la argumentación y la imagen social (Alcaide Lara, 2014, 2019), así como la Teoría de la Enunciación (Ducrot, 1986).

- Alcaide Lara, E. R. (2014). *La relación argumentación-(des) cortesía en el discurso persuasivo*. *Pragmática Sociocultural/Sociocultural Pragmatics*, 2(2), 223-261.
- Alcaide-Lara, E. R. (2019). *Imagen social y contextos socioculturales en el discurso publicitario institucional español con fines sociales*. *Pragmática Sociocultural/Sociocultural Pragmatics*, 7(3), 297-334
- Ducrot, O. (1986). *El decir y lo dicho: polifonía de la enunciación*. Barcelona: Paidós.
- Bravo, D. (2015). *Pragmática sociocultural para el análisis social del discurso. Actividades de imagen como estrategias argumentativo-discursivas en situación de testimonio judicial*. En D. Bravo y M. Bernal (Eds.), *Perspectivas sociopragmáticas y socioculturales del análisis del discurso* (pp. 49–90). Buenos Aires: Programa EDICE-Dunken.
- Bravo, D. (2020). *Pragmática sociocultural para el análisis de los aspectos sociales del discurso*. En M. V. Escandell Vidal, J. Amenós Pons y A. K. Ahern (Eds.), *Pragmatics* (pp. 481–497). Madrid: AKAL.
- Hernández Flores, N. (2013). *Actividad de imagen: caracterización y tipología en la interacción comunicativa*. *Pragmática Sociocultural / Sociocultural Pragmatics* 1(2), 175-198
- Van Dijk, T. (2003). *La multidisciplinariedad del análisis crítico del discurso: un alegato a favor de la diversidad*. *Métodos de análisis crítico del discurso*, 143-177.

Martes 22 de marzo de 2022 (8:30 am. – 12:20 m., hora de Costa Rica)

MESA TEMÁTICA: Cortesía, descortesía y actividades de imagen en la enseñanza del español ELE

- *Modificaciones externas de la petición y el reclamo como actividad de imagen en correo electrónico: el caso de los aprendices universitarios de ELE en Suecia.*

Jenny Morales Ruiz, Universidad de Estocolmo

Palabras clave: enseñanza ELE en línea, instrucción pragmática, petición, reclamos, actividad de imagen

En este trabajo se presentan resultados acerca del uso de los modificadores externos en los actos de petición y reclamo como actividad de imagen en las relaciones asimétricas (estudiante- profesor), abordado con el objetivo de comprender los diversos comportamientos que afectan la imagen social de los hablantes en la interacción comunicativa electrónica, en un contexto académico. En concreto, se muestran las estructuras preferenciales de las modificaciones externas en dichos actos de habla, seleccionadas por estudiantes universitarios madrileños y contrastados con una población estudiantil equivalente, en Suecia. 396 correos electrónicos fueron analizados con el propósito de observar el desarrollo de los aprendices de ELE hacia la norma establecida por la muestra nativa, luego de haber recibido instrucción pragmática en un contexto de enseñanza en línea. Se aplicó una prueba anterior, posterior y posterior prolongada, incluyendo una intervención pedagógica basada en instrucción metapragmática, procedimiento que abarcó un período de seis semanas. Asimismo, una entrevista de profundidad con los estudiantes españoles fue empleada. Los resultados indican que, en los casos de petición, los participantes españoles realizan actividades de imagen de cortesía que favorecen y refuerzan el rol social de ambos interlocutores, mientras que los aprendices de ELE no emplean dichas actividades, resultando en una petición directa, menos mitigada e impositiva. Este comportamiento se modifica después de recibir instrucción pragmática, aproximándose a la norma nativa. En los reclamos, el grupo nativo opta por una actividad de imagen de descortesía que afecta la imagen del destinatario, teniendo asimismo un efecto interpersonalmente negativo. No obstante, se trata de elementos descorteses mitigados que persiguen el fin comunicativo. El grupo de aprendices, por el contrario, no se aproxima a la norma nativa en ningún caso. Por ello, el reclamo implica mayores exigencias para el aprendiz de ELE en cuanto a la actividad de imagen y el efecto social.

- *¿Cómo incorporar la (des)cortesía en ELE?: interculturalidad, corpus lingüísticos y NTIC.*
Paula Albitre Lamata, Universidad Complutense de Madrid/Instituto Universitario Menéndez Pidal

Palabras clave: competencia sociopragmática, competencia sociocultural, (des)cortesía, interculturalidad, pragmática.

En la presente comunicación se analizará la enseñanza de la (des)cortesía en ELE, prestando especial atención al papel que desempeñan los corpus lingüísticos y la interculturalidad en este proceso.

Al profundizar en el estudio de la (des)cortesía en ELE, debemos considerar que los actos de habla no son elementos aislados, sino que son componentes de actos pragmáticos más amplios, por lo que deben presentarse en función de un contexto de uso determinado y teniendo en cuenta las características socioculturales de cada variedad del español. En este estudio se han contabilizado 108 muestras de actos de habla, extraídas de tres manuales actuales de ELE, para analizar: i) la presencia de la cortesía en manuales de ELE, ii) la metodología con la que se presenta, iii) el vínculo entre interculturalidad y sociopragmática en ELE. Los actos que incluyen la invasión en el campo del otro, la expresión de la aserción o, en menor medida, las relaciones sociales y afectivas son las funciones comunicativas más representadas en estos manuales. Por el contrario, actos como interrumpir, prometer o invitar son los menos representados.

Este análisis permite constatar la necesidad de superar el tradicional enfoque comunicativo fomentando un enfoque etnográfico para trabajar, especialmente, cuestiones sociopragmáticas en ELE. Este enfoque etnográfico parte de la observación de datos concretos, no de generalizaciones explicativas, como hacen los manuales de este trabajo, y permite extraer conclusiones a los alumnos por sí mismos.

Los corpus lingüísticos permiten una aplicación de este modelo inductivo al aula. Asimismo, los numerosos corpus lingüísticos del español permiten trabajar la adquisición de elementos relativos a la (des)cortesía, teniendo en consideración todas las variedades del español, a la vez que motivan al alumno en caso de cometer errores o interferencias pragmáticas. Además, al tratarse de temas relativos a la sociopragmática, no se debe olvidar el papel que juega el profesor, ya que debe ser un vínculo entre la cultura de origen y la cultura meta, normalizando el hecho de cometer errores, fomentando el descubrimiento de una nueva cultura y evitando la creación de estereotipos culturales.

En definitiva, este trabajo demuestra que los corpus no solo ponen a nuestra disposición una cantidad notable de muestras de interacciones reales, fundamentales para el estudio de la (des)cortesía, sino que también permiten incluir elementos interculturales en el aula de ELE, superando barreras tanto verbales como no verbales.

- *Enseñanza y aprendizaje de actos de habla descorteses en el aula en línea de ELE.*
Paula Elizabeth Fainstein, Centro de Estudios Lingüísticos "Dra. Fontanella de Weinberg", Universidad Nacional del Sur – CONICET, Argentina)

Palabras clave: tabú lingüístico, descortesía, Español como Lengua Extranjera, inmersión lingüística y cultural en línea

A partir de la pandemia del COVID-19, los programas de movilidad académica impulsaron lo que denominamos inmersión lingüística y cultural en línea. En lo que refiere a la interacción, esta experiencia se caracteriza por la adquisición y práctica mediada por Internet de competencias sociopragmáticas y socioculturales (Bravo, 2010), ya sea dentro o fuera del entorno académico.

Así, las clases de Español como Lengua Extranjera (ELE), resultan el espacio más conveniente para adquirir las competencias mencionadas y para la reflexión metalingüística sobre ellas. En esta presentación, nos centraremos en la enseñanza y el aprendizaje de prácticas comunicativas amenazadoras de imagen y atravesadas por el tabú, que pueden resultar descorteses (Allan, 2019; Bravo, 2010; Brown & Levinson, 1992; Casas Gómez, 1986; Kaul de Marlangeon, 2005; Pizarro Pedraza, 2018). Con tal fin, presentaremos el análisis de un corpus conformado por la observación no participativa de un curso en línea de ELE, el material didáctico de las clases, encuestas a sus estudiantes y una entrevista a la docente a cargo. Además, de manera complementaria, contamos con los registros grabados de actividades de tándem lingüístico (Ávila, 2008; Boretti, 2002; Hernández Flores, 2002; Ruiz Méndez & Aguirre Aguilar, 2015).

El análisis cualitativo del corpus permitió identificar las expresiones lesivas de imagen y tabuizadas que aparecieron en el curso observado y las reflexiones metalingüísticas que acompañaron su ocurrencia. Así, estas permiten observar la tematización de las diferencias interculturales y de las estrategias comunicativas vinculadas

con las categorías de afiliación y autonomía (Bravo, 2002) que hacen al desarrollo de competencias sociopragmáticas y socioculturales. Como conclusión, se plantean algunas proyecciones acerca de los modos en que este tipo de contenido puede incluirse en el aula universitaria de ELE para estudiantes en inmersión lingüística y cultural, ya sea presencial o en línea.

Allan, K. (2019). *Taboo words and language: An overview*. En K. Allan (Ed.), *The Oxford Handbook of Taboo Words and Language* (1ra ed., pp. 1-27). Oxford University Press.

Ávila, R. (2008). *La observación: Una palabra para desbaratar y resignificar. Hacia una epistemología de la observación*. *Revista Científica Guillermo de Ockham*, 6(1), 15-26. <https://doi.org/10.17227/01212494.20pys97.106>

Boretti, S. (2002). *Tests de hábitos sociales y la investigación de la cortesía*. En D. Bravo (Ed.), *Actas del Primer Coloquio del Programa EDICE* (pp. 198-202). Programa EDICE.

Bravo, D. (2002). *Actos asertivos y cortesía: Imagen del discurso de académicos argentinos*. En M. E. Placencia & D. Bravo (Eds.), *Actos de habla y cortesía en español* (pp. 141-174). LINCOM Studies in Pragmatic.

Bravo, D. (2010). *Pragmática socio-cultural. La configuración de la imagen social como premisa socio-cultural para la interpretación de actividades verbales y no verbales de imagen*. En F. Orletti & L. Marianotti (Eds.), *(Des)cortesía en español: Espacios teóricos y metodológicos para su estudio* (pp. 19-45). Programa EDICE.

Brown, P., & Levinson, S. C. (1992). *Politeness, some universals in language usage*. Cambridge University Press.

Casas Gómez, M. (1986). *La interdicción lingüística: Mecanismos del eufemismo y disfemismo [Tesis doctoral]*. Universidad de Cádiz.

- *La imagen social de los vivos y de los muertos en esquelas de la prensa del mundo hispánico y el potencial para el aprendizaje sociocultural en la enseñanza de ELE.*

Thomas Johnen, Westsächsische Hochschule Zwickau, Alemania

Los estudios contrastivos de esquelas como el de Eckkrammer (1997) las describen como un género textual relativamente tipificado, pero con divergencias claras entre lenguas y regiones, bien como diacrónicamente (cf. Fernández Toledo 2013). Sin embargo estos estudios enfocan en primero lugar la macro- y la microestructura de este género textual y poco se preocupan de la imagen social representada de las diferentes personas mencionadas en la esquila en cuestión, como por ejemplo la persona fallecida, los parientes, la persona que anuncia el fallecimiento, eventualmente personas que ejercen un papel en los funerales.

El objetivo de esta ponencia es analizar de manera ejemplar en algunas esquelas de la prensa hispanófono (España, Ecuador, Argentina, México) la imagen social construida de las diferentes personas mencionadas en el texto. En un segundo paso serán presentadas reflexiones de cómo análisis contrastivas de la imagen social de las personas mencionadas en esquelas pueden contribuir al aprendizaje sociocultural en las clases de ELE.

Eckkrammer, Eva Martha (1996): *Die Todesanzeige als Spiegel kultureller Konventionen : eine kontrastive Analyse deutscher, englischer, französischer, spanischer, italienischer und portugiesischer Todesanzeigen*. Bonn: Romanistischer Verlag (Abhandlungen zur Sprache und Literatur; 91).

Fernández Toledo, Piedad (2013): "La apropiación genérica en las esquelas. ¿Están cambiando los tiempos?", in: Monroy Casas, Rafael (ed.): *Homenaje a Francisco Gutiérrez Díez*. Murcia: Universidad de Murcia, Servicio de Publicaciones, p. 117-139.

MESA TEMÁTICA : Estudios sobre pragmática histórica

- *La variación histórica en la expresión de las disculpas: aspectos lingüísticos y socioculturales.*

Silvia Iglesias Recuero, Instituto Universitario Menéndez Pidal-U. Complutense de Madrid

Palabras claves: pragmática histórica, historia de la cortesía, pragmática sociocultural, actos de habla

En el español actual en sus distintas variedades geográficas se pueden emplear como MIFI (mecanismos indicadores de fuerza ilocutiva) prototípicos de las disculpas expresiones lingüísticas que se pueden clasificar en tres grandes grupos: peticiones de perdón (v.gg. Perdona(d)/perdoná/perdone(n)), peticiones de disculpas

(*disculpa(d) /disculpá/disculpe(n)*) y expresiones de pesar (*Lo siento /lo lamento/ ¡Qué pena con vos!* -esta última, expresión típica de Colombia, pero que por los datos con los que contamos parece en expansión en la zona caribeña centroamericana y continental). Estas tres realizaciones típicas de las disculpas -más las realizativas correspondientes: *pido perdón/disculpas-* surgieron en muy distintas épocas del español: la primera, en torno al perdón, posee en su origen una clara raigambre religiosa y jurídica y aparece desde las primeras documentaciones, mientras que las otras dos, sin connotaciones originarias de tal tipo, se originan y difunden a partir de mediados del siglo XVIII, época en la que empiezan a fraguarse importantes cambios de expresión en los actos de habla que podría ponerse en relación con dos fenómenos socioculturales que cobran vigor en ella: la secularización de las relaciones sociales y los cambios radicales que se producen en la concepción de la cortesía¹ en las sociedades hispánicas y europeas, o, al menos, en las capas ilustradas y burguesas de las mismas: de una concepción jerárquica y deferencial, propia de los siglos XVI y XVII, donde el reconocimiento de la pertenencia o adscripción a un determinado estamento social es el eje fundamental a una concepción fundamentada en los valores de igualdad y autonomía, propia de las sociedades burguesas. La propuesta se enmarca, por tanto, en los enfoques socioculturales de la cortesía.

- *Pragmática histórica de los elementos polifuncionales en la búsqueda del éxito discursivo y social en la gestión de la imagen del rol social familiar.*

Marta Gancedo Ruiz, Universidad de Cantabria, CIESE-Comillas

María Amparo Soler Bonafont, Universidad Complutense de Madrid

Palabras clave: sociopragmática histórica, imagen de rol, imagen social, actos directivos

Esta propuesta se inserta en el área de la sociopragmática histórica, concretamente, en la corriente de estudio de la imagen de rol desde una perspectiva sociocultural y diacrónica.

El objetivo general de esta comunicación es caracterizar el comportamiento de los procedimientos lingüísticos polifuncionales (atenuadores de la dimensión social e intensificadores de la dimensión discursiva) que actúan en la gestión de la imagen de rol social familiar en un periodo histórico determinado, entre el siglo XIX y mediados del XX. Se trata, por lo tanto, de una profundización en investigaciones previamente presentadas en Gancedo Ruiz (2019, 2020).

Para el desarrollo de esta investigación se han adoptado las bases teóricas y metodológicas de la pragmática sociocultural, en especial, los trabajos de Bravo (1999, 2004, 2009, 2010) y Hernández Flores (2002, 2003, 2013). Metodológicamente, se realiza un análisis cualitativo de los actos de habla directivos con procedimientos lingüísticos polifuncionales identificados en un corpus de obras literarias del periodo acotado que reproducen relaciones familiares. Con base en el contexto interaccional y el conocimiento sobre el contexto sociocultural de finales del siglo XIX y mediados del siglo XX, se conectan los patrones pragmalingüísticos y sus respectivos efectos sociales con los contenidos de imagen de los personajes en roles familiares con los que se pueden relacionar.

Los resultados apuntan que las justificaciones, la estructura hay que + infinitivo y algunos verbos realizativos son los elementos polifuncionales más productivos para la gestión de la imagen social familiar. Asimismo, la variación diacrónica interna detectada en el arco temporal estudiado señala que estos procedimientos se ponen al servicio de la proyección de unas relaciones familiares en las que se da paso, desde el plano jerárquico, a una progresiva proximidad.

- *Elementos de cortesía ritualizada en español medieval.*

Gabriela Cruz Volio, Universidad de Costa Rica

El objetivo de esta comunicación es examinar la relación entre la cortesía verbal y los actos de habla directivos en español medieval. El análisis está basado principalmente en ejemplos obtenidos de pasajes dialógicos en obras literarias de los siglos XIII y XIV. En primer lugar, se ofrece una descripción del espacio pragmático de los actos de habla directivos, según los aspectos formales, las pistas contextuales y los factores interpersonales asociados con distintos subtipos directivos. Seguidamente, se analizan los modificadores pragmáticos que atenúan o intensifican la fuerza ilocucionaria y que tienen un efecto en la relación interpersonal entre los participantes. Por último, se propone una serie de elementos que sugieren que la cortesía en español medieval está definida por su carácter ritualizado.

- *Actividades de imagen en las cartas electorales españolas (2004-2021): una comparativa en función del ámbito geográfico (europeo, nacional, autonómico) de los comicios.*

María Elena Gómez Sánchez, Universidad Europea de Madrid

Palabras clave: actividades de imagen, cartas electorales, discurso político

Este trabajo está centrado en el análisis de las actividades de imagen presentes en las cartas electorales, un tipo de género discursivo perteneciente al discurso político. Nuestra investigación tiene como objetivo mostrar las similitudes y diferencias en las actividades de imagen (cortesía, descortesía y autoimagen) que aparecen en las cartas electorales enviadas por distintas formaciones políticas españolas a los ciudadanos de este país entre 2004 y 2021 y con motivo de diferentes tipos de comicios (europeos, nacionales y autonómicos).

Las cartas electorales constituyen una parte del discurso político escrito (Anaya 2018) en las que el candidato a unas elecciones se dirige a los potenciales votantes con un discurso persuasivo, orientado a conseguir su voto. Desde el punto de vista teórico y metodológico, partimos de la aproximación de la pragmática sociocultural, entendida como “un enfoque de estudio del uso del lenguaje [...] en el cual el/la analista incorpora ‘explícitamente’ a su aparato analítico el ‘contexto extralingüístico’ que justifica sus interpretaciones”. (Bravo, 2020, p. 482). Desde la perspectiva de este paradigma teórico, para nuestros fines específicos y a partir de la noción de imagen social (face, Goffman, 1967) emplearemos de forma destacada el concepto de actividades de imagen (face-work; cfr. Goffman, 1967, p. 12) en tanto que acciones que una persona lleva a cabo para que su conducta sea coherente con su imagen propia.

En cuanto a los hallazgos esperables, la hipótesis de trabajo (eminentemente cualitativo) es que las actividades de cortesía (fundamentalmente dirigidas hacia los posibles electores) y las de autoimagen (que realizan los políticos como emisores de las cartas) no ofrecerán diferencias especialmente significativas a lo largo de los años ni en distintos comicios, pero sí habrá mayor disparidad en las actividades descorteses (dirigidas fundamentalmente a los adversarios políticos), en función del tipo de elecciones (europeas, nacionales o autonómicas) consideradas.

Anaya Revuelta, I. (2018). “¿Para qué sirven las cartas electorales?”. En Díaz Ferro, M. et al. (eds. lits.), *Actas do XIII Congreso Internacional de Lingüística Xeral* (pp. 71-78). Vigo: Universidad, pp. 71-78.

Bravo, D. (2020). “Pragmática sociocultural para el análisis de los aspectos sociales del discurso”. En Escandell, M.ª V., Amenós, J. y Ahern, A. (eds.), *Pragmática* (pp. 481-497). Barcelona: Akal.

Goffman, E. (1967). *Interaction ritual: Essays on Face-to-Face Behaviour*. Nueva York: Doubleday Anchor Books.

Miércoles 23 de marzo de 2022 (8:30 am. – 11:20 am., hora de Costa Rica)

MESA TEMÁTICA: Discurso público e institucional

- *La entrevista política en España y el estudio de la memoria. Imagen y actividades de imagen en la construcción de la transición democrática.*

Raquel Hidalgo Downing, Universidad Complutense de Madrid

La entrevista política en Europa, y en España en particular, no tiene una gran tradición, no más de cincuenta años. Sin embargo, se ha extendido y se ha impuesto de tal manera que hoy compite en importancia con el debate parlamentario (Chilton 2004); para algunos lingüistas es mejor enmarcarlo como “un subgénero del discurso político que como un tipo de discurso informativo” (Chilton 2004: 72), ya que constituye un vehículo de gran importancia para la transmisión de mensajes políticos. Además, el subgénero incorpora referencias contextuales a instituciones y agentes políticos, así como a la historia política reciente, reflejando así los usos lingüísticos y valores socioculturales del momento histórico. El estudio aquí realizado extrae el análisis de un corpus recopilado de entrevistas políticas televisadas realizadas en España, desde la transición democrática (1977) hasta la actualidad. El corpus permite trazar la evolución de las entrevistas políticas televisadas, el nivel de control de los políticos sobre la comunicación con los ciudadanos, y cómo la gestión de las imágenes y la (des) cortesía reflejan las posibilidades de la comunicación política en los sistemas políticos, en este caso en una democracia joven y en continua evolución, y sobre la que se abre ahora el debate en torno al análisis de la memoria. Para acotar el análisis, en este caso se examinan las preguntas y respuestas en entrevistas, entendidas como dispositivos para

gestionar la imagen y las actividades de imagen del político (face-work, Goffman 1983), y se analiza la construcción de la imagen en tres dimensiones (individual, hacia los otros y hacia el partido, Bull, Elliot & Palmer 2011). El análisis se centra en el primer periodo histórico, el inicio de la democracia en España (1977-1982). El análisis de estos elementos refleja el impacto del momento histórico sobre la imagen del político, así como la elevada tensión vivida entre los agentes del complejo proceso político.

- *Actividades de Imagen y de atenuación en discursos de la Comisión Parlamentaria de Investigación de la Pandemia, en Brasil.*

Mariana Paula Muñoz Arruda, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, Paraná

Palabras clave: imagen, atenuación, discurso público

En este trabajo estudiamos el discurso en una CPI en Brasil, que es una Comisión Parlamentaria de Investigación (en portugués, "Comissão Parlamentar de Inquérito"), sobre temas relacionados a la gestión de la pandemia en Brasil. Los datos fueron recolectados por medio de videos públicos. Proponemos el análisis de algunos de esos discursos, a partir de la perspectiva de imagen de autonomía y afiliación propuestas por Bravo (2004), para la cual los comportamientos de cortesía pueden ser clasificados conforme se orienten a la imagen de autonomía, que es aquella mediante la cual un integrante de un grupo adquiere un contorno propio dentro del mismo, y a la de afiliación, que es el deseo de imagen que permite identificarse con el grupo y puede ser rellenado, por ejemplo, con privacidad o confianza y es perfilado en cada cultura conforme su idiosincrasia. Tomaremos por base también los conceptos y metodología de Briz Gómez (2012), para el cual la atenuación, como categoría pragmática, es una estrategia de distanciamiento del mensaje, lo que hace con que el productor no se responsabilice por una parte o por todo lo dicho o hecho, o sea, que el grado de certeza que imprime o su compromiso con esa verdad sea menor, todo eso para prevenir y curar. También analizaremos casos de aparente descortesía, los cuales merecen atención en los discursos mencionados. Nuestra hipótesis es la de que las actividades de imagen se presenten propias del estilo comunicativo específico del discurso en ese tipo de situación en general, y en particular del utilizado en esta comisión parlamentaria.

- *De la disyunción a la atenuación: la conjunción coordinante "o" en discursos públicos de la pandemia en Argentina.*

Claudia Borzi, Conicet y Universidad de Buenos Aires

Entre las estrategias de atenuación, entendida esta como actividad lingüística de minimización de lo dicho y del decir vinculada a la actividad argumentativa y de negociación de acuerdo, fin de toda conversación (Bravo 2017 y Briz Gómez 2007), los autores han tratado el uso de distintos marcadores discursivos (MDs). Atendemos en este caso a los MDs reformuladores, formas que orientan a volver sobre un segmento anterior para reinterpretarlo y presentarlo desde otra perspectiva. Briz Gómez (2001 y 2011) y Garcés Gómez (2008) encontraron valores atenuadores en usos donde intervenía "o sea", reformulador explicativo modal, especialmente en posición final. Ningún autor buscó justificar por qué integra "o sea" la conjunción "o" que prototípicamente obliga al interlocutor a optar por u otro conectado, como ocurre en "entrás o salís".

El presente trabajo persigue el objetivo de analizar ciertos contextos de la conjunción "o" (NGLE 2009: 31.1a; 31.9a), en particular aquellos que la gramática ha analizado como metalingüísticos (NGLE 2009: 31.9f) y relacionar su uso con el del MD "o sea". Como consecuencia de dicho análisis se busca, además, aportar otra prueba empírica, cualitativa y cuantitativa, para sostener que la gramática emerge del discurso (Hopper 1988) y que, en consecuencia, intentar mantener separada la descripción de los marcadores discursivos de la correspondiente descripción de las conjunciones es contrario al uso y en consecuencia superfluo y artificial (Borzi 2015 y 2017). Se propone también un atributo de significado presente en ambos conectores bajo estudio que habilita la intención y la interpretación atenuadora activada en ciertos contextos, se discuten así los límites de lo que Briz Gómez (2011:102) llama "movimiento reformulador".

Se trabajan textos sobre la pandemia en Argentina, publicados en periódicos actualmente en circulación en Buenos Aires. Se hace un análisis cualitativo y cuantitativo.

Borzi, C. (2015). Marcadores discursivos de Buenos Aires. En Alba Valencia y Alejandra Viguera (Coords.) Más sobre marcadores hispánicos. Usos de España y América en el corpus de estudio de la Norma Culta, pp. 19-68. México: UNAM.

- Borzi, C. (2017). La Ruta de la Gramática Cognitiva-Prototípica en la Argentina. En A. Martínez, Y. Gonzalo y N. Busalino (coords.). *Rutas de la Lingüística en la Argentina II*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. <http://libros.fahce.unlp.edu.ar/index.php/libros/catalog/book/86>
- Bravo, D. (2017). Cortesía en español: negociación de face e identidad en discursos académicos. *Textos en Proceso* 3, 1: 49-127.
- Briz Gómez, A. (2001). El uso de “o sea” en la conversación. En J. De Kock (ed.). *Gramática española: enseñanza e investigación*. I. Apuntes metodológicos, pp. 287-317. Salamanca: Universidad de Salamanca,
- Briz Gómez, A. (2007). Para un análisis semántico, pragmático y sociopragmático de la cortesía atenuadora en España y América. *Lingüística Española Actual* 24, 1, 5-44.
- Briz Gómez, A. (2011). Lo discursivo de las partículas discursivas. En H. Aschenberg y Ó. Loureda Lamas (eds.). *Marcadores de discurso: de la descripción a la definición*, pp. 77-108. Madrid/Frankfurt: Iberoamericana/Verveurt.
- Garcés Gómez, M. P. (2008). *La organización del discurso: marcadores de ordenación y de reformulación*. Madrid/Frankfurt: Iberoamericana/Verveurt.
- Hopper, P. (1988). Emergent Grammar and the a Priori Grammar Postulate. En D. Tannen (ed.) *Linguistics in Context: Connective Observation and Understanding*. Ablex, Norwood, 5:117-134.
- Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española (2009). *Nueva gramática de la lengua española*. Madrid: Espasa.

MESA TEMÁTICA : Pragmática y enseñanza del español ELE

- *¿Cómo transmitir la deíctica personal en el aula ELE? El voseo argentino en hablantes de alemán L1.*

Karolin Moser, Fremdsprachenzentrum, Eberhard-Karls-Universität Tübingen

palabras claves: ELE, español argentino, voseo, deixis personal

Las variedades del español americano carecen de presencia suficiente en el aula ELE alemán, tanto a nivel de la enseñanza secundaria como también en el ámbito universitario, mientras que el español peninsular está omnipresente (Moser 2017, Amorós/Moser 2019). En consecuencia, los alumnos L1/alemán tienen dificultades, a la hora de interactuar con hispanohablantes americanos, en la comprensión auditiva (por ej.: yeísmo y seísmo argentino) y el trato diádico con formas de tratamiento explícitamente americanas (el voseo y el ustededeo, trato de usted informal); o también con el uso del pronombre ustedes para la 2. persona plural en situaciones informales; resultado obtenido en la evaluación de un intercambio virtual estudiantil, realizado con 15 estudiantes alemanes de la Universidad de Ciencias Aplicadas de Heilbronn y 15 estudiantes de la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina, en mayo - junio 2020 y 2021.

Basándonos en un corpus de 15 horas de grabaciones (interacción alumno L1- alemán/alumno L1-español argentino), recolectado durante el intercambio mencionado, analizaremos si los alumnos/L1 alemán, en su producción oral, rechazan o asimilan poco a poco, el uso de formas verbales voseantes monoptongadas y tuteantes, típicas del voseo argentino (voseo tipo I y III, NGLÉ 2010). Presentaremos un análisis cuantitativo, para pasar después al análisis cualitativo conversacional de ejemplos representativos del corpus, aplicando parámetros pragmalingüísticos (Brown /Levinson 1987, Watts 2003, Kaúl 2010, Rigatuso 2011). Concluimos con un modelo que propone facilitar al alumno/L1 alemán, la asimilación de una deixis personal diferente a su L1; idioma que no es pro-drop, que dispone de un sistema de tratamiento binario (du = tú/Sie = usted) y que funciona básicamente con la variable/edad.

- *Competencia pragmática vista desde la perspectiva contrastiva: el caso de lo siento y otras expresiones de disculpa en español y sorry en inglés.*

Mariana Chodorowska-Pilch y Ruby Wilks, University of Southern California

La presente investigación parte del estudio preliminar realizado por Chodorowska-Pilch (2019) sobre la sobregeneralización de la expresión “sorry” del inglés en el uso de los alumnos angloparlantes. En ese estudio, se demuestra la inadecuación de la expresión “lo siento” en las disculpas enunciadas por los alumnos angloparlantes.

La codificación lingüística de las disculpas ha sido un tema estudiado por muchos investigadores desde hace más de treinta años dentro del marco de los actos de habla (Blum-Kulka y Olshain, 1984; Blum-Kulka y Levenston,

1987; Blum-Kulka, House y Kasper, 1989; Escandell Vidal, 1995; Meier, 2010; inter alia). Al conducir estudios contrastivos, se ha demostrado que solo hay una equivalencia parcial en el uso, la función y la frecuencia de las disculpas (Davies, 1987; Márquez Reiter, 2000; González Cruz, 2012; Bella, 2014).

El objetivo principal de este estudio es analizar los usos de “lo siento” y otras expresiones de disculpas producidos por los hablantes nativos en la serie española “Vivir sin permiso”. Una vez se haga el análisis de disculpas y sus variantes, se elaborará una encuesta con los fragmentos enunciados por los protagonistas la serie. Se investigará el uso de los alumnos de ELE en los contextos de esta serie para comprobar si su uso corresponde con el uso de los hablantes nativos.

Mientras Blas Arroyo (2005: 313) incluye las disculpas como estrategias de cortesía negativa (Brown y Levinson, 1987), la que se dirige a la imagen (negativa) de los individuos, Wagner y Roebuck (2010) dan ejemplos de las disculpas que invocan tanto la cortesía negativa como la positiva. Siguiendo el análisis en Chodorowska-Pilch (2019), se espera que los usos corteses de disculpas invocarán tanto la cortesía positiva como la negativa en los hablantes nativos y los aprendices. El objetivo concluyente consiste en demostrar si la competencia pragmática afecta la competencia lingüística de los alumnos de ELE y proporcionar posibles recomendaciones para los profesores interesados en mejorar la competencia pragmática de los alumnos angloparlantes a la hora de producir disculpas.

Bella, S. (2014). A contrastive study of apologies performed by Greek native speakers and English learners of Greek as a foreign language. *Pragmatics*. Vol. 24 (1), pp. 679 – 713.

Blas Arroyo, J. L. (2005). *Sociolingüística del español*. Madrid: Cátedra.

Blum-Kulka, S. y Olshtain, E. (1984). Requests and apologies: A Cross-Cultural Study of Speech Act Realization Patterns (CCSARP). *Applied Linguistics*, 5, pp. 196-213.

Blum-Kulka, S. y Levenston, E. A. (1987). Lexical-Grammatical Pragmatic Indicators. *Studies in Second Language Acquisition*. Vol. 9, No. 2, pp. 155-170.

Brown, P. y Levinson, S. (1987). *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.

Chodorowska-Pilch, M. (2019). “¿La sobregeneralización de lo siento por los alumnos angloparlantes?: Estudio preliminar.” *Sociocultural Pragmatics. An International Journal of Spanish Linguistics*, 7.2: 206-230.

González Cruz, M.I. (2012). Apologizing in Spanish. A study of the strategies used by university students in Las Palmas de Gran Canaria. *Pragmatics*. Vol. 22 (4), pp. 543-565

Davies, E. E. (1987). A Contrastive Approach to the Analysis of Politeness Formulas. *Applied Linguistics*, Vol. 8 (1), pp. 75-88.

Escandell Vidal, V. M. (1995). Cortesía, fórmulas convencionales y estrategias indirectas. *Revista Española de Lingüística*, 25, pp. 31-66.

Márquez Reiter, R. (2000). *Linguistic Politeness in Britain and Uruguay. A contrastive study of requests and apologies*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

Meier, Ardith J. (2010). Culture and its effect on speech act performance. En Martínez-Flor, A. & Usó-Juan, E. (Eds.), *Speech Act Performance*. (pp. 75-90). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

- Estrategias de afiliación en los tiempos del corona: conversaciones bilingües en inglés y español entre aprendices de lengua.

Susana S. Fernández, Aarhus Universitet

Marie Christine Appel, Universitat Oberta de Catalunya

En esta presentación nos proponemos discutir cómo los hablantes de español y de inglés que participaron en un Tándem MOOC (<http://mooc.speakapps.org/>) (es decir, un curso multitudinario en línea donde los aprendices de lengua participan en conversaciones bilingües con un hablante nativo de la lengua que están aprendiendo y en su propia lengua, en un modelo de ayuda recíproca) en la primavera de 2020 para practicar inglés y español como lengua extranjera, respectivamente, negocian la relación con su interlocutor y utilizan estrategias de afiliación para acercarse al otro y tratar temas muy personales como sus experiencias con la pandemia. Los participantes del Tándem MOOC se encontraron a través de una herramienta de videoconferencia integrada a la plataforma del curso y recibieron una tarea de conversación en inglés y otra en español. Los datos recolectados para este estudio son videograbaciones de conversaciones que giran alrededor del tema de la pandemia de COVID y que han sido producidas mientras los participantes se encontraban en una situación de confinamiento en sus respectivos países de residencia. Analizaremos la forma en que estos hablantes en doble situación vulnerable (por tener que conversar con un hablante nativo de la lengua que aprenden y por encontrarse en una situación de emergencia) navegan la situación y establecen una relación solidaria con el otro, tanto cuando utilizan su propia lengua como la de su interlocutor.

Bravo, D. (2010). *Pragmática sociocultural: La configuración de la imagen social como premisa socio-cultural para la interpretación de las actividades verbales y no verbales de imagen*. En Orletti, F. & Mariottini, L. (Ed.), *(Des)cortesía en español: Espacios teóricos y metodológicos para su estudio* (pp. 19-46). Roma/Estocolmo: Università Roma Tre / Universidad de Estocolmo. Programa EDICE.

Dörnyei, Z. & Scott, M.L. (1997). *Communication strategies in a second language: definition and taxonomies*. *Language Learning* 47, 112-130.

Fernández, S. S. (2016). *Communication strategies in a telecollaboration project with focus on Latin American history*. I S. Jager, M. Kurek, & B. O'Rourke (red.), *New Directions in Telecollaborative Research and Practice: Selected papers from the Second Conference on Telecollaboration in University Education* (s. 239-244). Research-publishing.net. <https://doi.org/10.14705/rpnet.2016.telecollab2016.9781908416414>

Fernández, Susana S., & Appel, C. (forthcoming). *Language learning during lockdown: Narratives of confinamiento/confinement in Spanish - English bilingual online conversations*

Fernández, S. S., & Pozzo, M. I. (2017). *Intercultural competence in synchronous communication between native and non-native speakers of Spanish*. *Language Learning in Higher Education*, 7(1), 109-135.

Hernández Flores, N. (2013). *Actividad de imagen: caracterización y tipología en la interacción comunicativa*. *Pragmática Sociocultural*, 1(2), pp. 175-198.

O'Dowd, R. (2007). *Online Intercultural Exchange: An Introduction for Foreign Language Teachers*. Bristol: Multilingual Matters.

Jueves 24 de marzo de 2022 (8:30 am. – 12 m., hora de Costa Rica)

MESA TEMÁTICA: Actividades de imagen y discurso de minorías

- *El humor televisivo en defensa de la minoría LGTB.*

Susana de los Heros, University of Rhode Island, EE.UU

El humor en los medios de comunicación puede ser un mecanismo de diversión, que además se emplea como una herramienta de propaganda, o una forma que solidifica estereotipos a través del sarcasmo o burla hacia ciertas personas o grupos (Billig 2005, Gillota 2013, de los Heros 2016). No obstante, el humor también puede ser contestario si deconstruye estereotipos negativos sobre grupos minoritarios y/o denuncia injusticias. En esta presentación me propongo analizar el humor en la primera temporada de "La casa de las flores" (Netflix, 2018-2020) tomando en cuenta la lengua y otros mecanismos multimodales interconectados. En particular, voy a analizar las instancias de humor relacionadas con los personajes de la comunidad LGTB y las ideologías al respecto. En mis primeros resultados se observa que el humor en la serie muchas veces es satírico o irónico y ridiculiza las esferas tradicionales que no aceptan la diversidad de género. Asimismo, frecuentemente las instancias de humor sirven como un mecanismo de crítica social a la clase alta mexicana y al sexismo y la intolerancia hacia la comunidad LGBTQ en México.

- *La descortesía hacia las feministas: a propósito del lenguaje inclusivo en las columnas sobre la lengua de la prensa española.*

Susana Guerrero Salazar, Universidad de Málaga

La comunicación que presento se incardina en el proyecto DISMUPREN: El discurso metalingüístico sobre "mujer y lenguaje" en la prensa española: Análisis del debate lingüístico y su repercusión social (<https://dismupren.com/>). El lenguaje inclusivo es un tema recurrente en las columnas sobre la lengua (CSL) publicadas en la prensa española, sobre todo a partir de los años ochenta, cuando las guías de uso no sexista del lenguaje empiezan a proliferar (en principio, para el ámbito administrativo). La prensa se convierte en campo de debate sobre términos sexistas, sobre la confusión sexo/género, sobre el tratamiento de señorita, sobre neologismos y nuevas feminizaciones, sobre definiciones sexistas de los diccionarios, sobre las diferencias en el habla de mujeres y hombres, etc. Pero el tema más polémico ha sido, sin duda, el uso de algunas alternativas propuestas en las guías para evitar el abuso del masculino genérico, como las formas desdobladas, la arroba, la equis o el morfema -e. La Real Academia Española ha sido muy crítica con estas alternativas y algunos columnistas sobre la lengua fieles a la Academia han aprovechado sus columnas para debatir sobre estos temas, poniendo de manifiesto no solo las ideologías lingüísticas opuestas entre Academia y Feminismo, sino también creando un

discurso hacia las feministas que ha sido determinante en la modelación del imaginario colectivo de este grupo. Desde el marco teórico que aporta la Lingüística Pragmática y, concretamente, los estudios sobre la (des)cortesía, presentaré los resultados del análisis de un corpus de CSL publicadas en la prensa española (extraído de las bases de datos DISMUPREN y METAPRES). Demostraré cómo el discurso hacia las feministas se ha construido, en gran parte, mediante rasgos discursivos descorteses. Muchos de estos rasgos, que se vienen reiterando desde los años ochenta hasta la actualidad en las CSL de distintos columnistas de renombre, consiguen denigrar la imagen pública de las feministas, que quedan deslegitimadas por voces masculinas de autoridad.

Cabello Pino, M. (2019): *Academias de la lengua española frente a guías de lenguaje no sexista*. Tonos, digital: Revista de estudios filológicos, 37.

Carrillo Expósito, M. L. (2020): *La descortesía encubierta en lo políticamente correcto hacia la mujer política en la prensa digital española*. Pragmática Sociocultural, 8(2), 232-257.

Díaz Pérez, J. C. (2012): *Pragmalingüística del disfemismo y la descortesía. Los actos de habla hostiles en los medios de comunicación virtual*, Universidad Carlos III, tesis doctoral.

Fuentes Rodríguez, Catalina (2020): *El discurso en su contexto de realización. Lingüística pragmática, argumentación y cortesía*, Universidad de Sevilla.

Fuentes Rodríguez, C. y Alcaide Lara, E. (2008): *(Des)cortesía, agresividad y violencia verbal en la sociedad actual*, Universidad Internacional de Andalucía.

González-Sanz, M., Fuentes Rodríguez, C, y Brenes Peña, E. (coords.) (2020): *(Des)cortesía, actividades de imagen e identidad*, Universidad de Sevilla.

Guerrero Salazar, S. (2020): *El debate social en torno al lenguaje no sexista en la lengua española*, IgualdadES, 2, 191-210.

Guerrero Salazar, S. y Marimón Llorca (coords.) (2020): *Discurso metalingüístico e ideologías en el periodismo de opinión*, Monográfico Revista TEP, 6.2, 1-6.

Llamas Saíz, C. (2013): *La actitud ante la lengua en el discurso de la prensa española: léxico y argumentación a propósito del sexismo lingüístico*, en C. Llamas, C. Martínez y M. Casado (eds.), *Léxico y argumentación en el discurso público actual*, Peter Lang, 187-208.

Llamas Saíz, C. (2015): *Academia y hablantes frente al sexismo lingüístico: ideologías lingüísticas en la prensa española*. Circula Revue didéologies linguistiques, 1, 196-215.

Marimón Llorca, C. (ed.) (2019): *El columnismo lingüístico en España desde 1940*. Arco Libro.

Marimón Llorca, C. y Santamaría Pérez, I. (eds.) (2019): *Ideologías sobre la lengua y medios de comunicación escritos. El caso del español*. Peter Lang.

Marimón Llorca, C. y Schwarze, S. (eds.) (2021): *Authoritative discourse in language columns: linguistic, ideological and social issues*. Peter Lang.

Marimón Llorca, C., Remysen, W. y Rossi, F. (eds. 2021): *Les idéologies linguistiques: débats, purismes et stratégies discursives*. Peter Lang.

- **El poder de la imagen: la audiodescripción como herramienta para personas con discapacidad visual.**

María José García Vizcaíno, Montclair University, EE.UU

El presente trabajo pretende abrir una vía de investigación en el estudio de la imagen en las personas con discapacidad visual (área sin explorar todavía en las actividades de imagen) en particular explorando las posibilidades que ofrece la audiodescripción (AD) como herramienta en las actividades de autoimagen de este colectivo. La concepción tradicional de AD como traducción verbal de imágenes visuales la posiciona como servicio que compensa la falta de visión y hace accesibles las artes visuales (cine, teatro, museos, ballet). Mi hipótesis es que la AD entendida como forma de arte (y no como mero servicio) se convierte en una poderosa arma en la actividad de autoimagen de las personas con discapacidad visual al fomentar su empoderamiento y autoestima. Esta hipótesis parte de la noción de accesibilidad creativa (Cox, 2017; Elbourne, 2019; Romero-Fresco, 2020, en prensa; Kleege, 2018). Desde esta perspectiva, el ciego no solo sería el receptor de contenidos "que le faltan", sino que se convertiría en proveedor de experiencias únicas a partir de sentidos distintos a la vista que pueden enriquecer la percepción artística de todos y elevar la obra de arte a otra dimensión. Para probar esta hipótesis, Montclair State University ha propuesto un proyecto piloto al Museo de Arte de Montclair consistente en acercar el arte a las personas con discapacidad visual a través de la potenciación de sentidos como el oído, el tacto o el olfato y a través de un diálogo dinámico bidireccional entre videntes y no videntes. La metodología para probar dicha hipótesis consistirá en entrevistas para analizar el efecto social de esta AD creativa en la autoimagen de los participantes. Se espera que los resultados de esas encuestas apoyen la

utilización de AD creativa como instrumento de empoderamiento que contribuye a una verdadera inclusión de los invidentes en las artes visuales.

Cox, L. (2017). "Creative Audio Description", in *Ways of Seeing Art: Exploring the Links between Art and Audio Description*. Shape Arts. <https://audioboom.com/posts/5768594-creative-audio-description-by-lynn-cox>.

Elbourne, J. (2019). "How Creative Audio Description can bring a fresh perspective to devising and New Writing". *Disability Arts Online*. <https://disabilityarts.online/magazine/opinion/creative-audio-description/>

Kleege, G. (2018). *More Than Meets the Eye: What Blindness Brings to Art*. Oxford University Press.

Romero-Fresco, P. (2021), "Creative Media Accessibility: Placing the Focus Back on the Individual", *Lecture Notes in Computer Science*. DOI:[10.1007/978-3-030-78095-1_22](https://doi.org/10.1007/978-3-030-78095-1_22).

Romero-Fresco, P. (en prensa), "Creativity in Media Accessibility: A Political Issue". *Cultus*, 14, Special Issue on Translation plus: The added value of the translator.

PANEL 2: IMAGEN E INTERACCIÓN SOCIO-COMUNICATIVA EN ESTUDIOS DEL DISCURSO PÚBLICO E INSTITUCIONAL EN EL NORTE DE MÉXICO (Homenaje a Ariel Cordisco).

Palabras clave: imagen, violencia simbólica, descortesía, discurso público y político.

Las comunicaciones que aquí se exponen se organizan en dos bloques e incluyen cinco trabajos: La primera parte se compone de aproximaciones al discurso público e institucional en la política y se aborda el discurso político mexicano, tanto a nivel local en Monterrey, N.L., como en exploraciones en contraste con la sociopragmática en el francés. La segunda parte, se compone de indagaciones desarrolladas en dos universidades del norte de México, con referencia a la labor culminada en otra de Argentina: la Universidad Autónoma de Coahuila, la Universidad Autónoma de Nuevo León y la Universidad de Buenos Aires. Se trata de la réplica por acuerdo y prosecución de un proyecto iniciado por el Dr. Ariel Cordisco "Actividades comunicativas en la expresión sexista de la descortesía verbal" en 2017, que se reproduciría en México en el Estado de Coahuila, y al cual ahora se añade el estado norteño de Nuevo León. Siguiendo el diseño, los objetivos y método que Cordisco propone, se amplía el desarrollo hacia latitudes mexicanas para revisar las estrategias descorteses por género en el discurso público y privado. Se espera aportar para obtener conocimiento en distintas comunidades culturales latinoamericanas.

- *La autoimagen dentro del ámbito sociopolítico intercultural: análisis contrastivo de los discursos de Marine le Pen y Margarita Zavala.*

Sofía Lizeth Barrientos Martínez

Orlando Valdez Vega, Universidad Autónoma de Nuevo León

Palabras clave: discurso político, autoimagen, análisis contrastivo

Este trabajo se funda en los resultados del análisis contrastivo realizado a los discursos de Marine Le Pen y Margarita Zavala, en el cual se estudió la actividad de autoimagen como un recurso de las excandidatas para ganar las elecciones rumbo a la presidencia de Francia y México, respectivamente, poniendo especial énfasis en el contexto sociopolítico de ambos países como un condicionante para la elección determinada de diferentes estrategias discursivas para el mismo recurso. El objetivo es exponer cómo las especificidades discursivas de cada lengua condicionan el uso de la autoimagen para llegar a un fin comunicativo, en este caso, conseguir votantes para sus aspiraciones presidenciales, todo esto tomando en cuenta el contexto sociopolítico en el que se desarrolló tanto el corpus en francés como el corpus en español, los cuales constaron de 3647 y 3588 palabras, respectivamente. A partir de la definición de autoimagen (Hernández, 2013), se establece que la autoimagen es un recurso discursivo empleado cuando el oyente tiene el propósito de realzar, proteger o reafirmar su propia imagen. Para el análisis contrastivo de ambos corpus se recurrió a la clasificación propuesta por Brenes (2014). Finalmente se interpretó el impacto de la actividad de autoimagen presente ambos corpus considerando las repercusiones más inmediatas en la campaña de ambas excandidatas, y gracias a la cuantificación de fenómenos encontrados en el corpus, se concluyó que, aunque la actividad de autoimagen fue empleada por ambas excandidatas, su modo de empleo fue variable entre una y otra. Le Pen recurrió más a la autoimagen para realzar su propio perfil, posicionándose como una candidata cercana al pueblo francés; Zavala, por otro lado, empleó

este recurso para reivindicar su candidatura en todo momento. Al final, se concluyó que el contexto sociopolítico tiene un efecto directo en la elección de los recursos de autoimagen de cada candidata, que se ve reflejado en los resultados de ambas votaciones, las cuales no terminaron con un resultado favorable para ninguna de las excandidatas.

- *El discurso político de victoria: la atenuación y la intensificación en el ámbito político intercultural.*

Alejandra Ivett Requena Hernández

Orlando Valdez Vega, Universidad Autónoma de Nuevo León

Palabras clave: atenuación, intensificación, discurso de victoria

En el presente trabajo se expone un análisis comparativo del uso de las figuras discursivas intensificadoras y atenuadoras en el discurso político de victoria mexicano y francés. El discurso de victoria, a la luz de Roldán (2011) y Guerrero-Solé y López (2016), se define como un discurso de carácter persuasivo emitido con la intención de transmitir información precisa desde un enfoque que favorece al emisor, el cual ya obtuvo la aprobación de un porcentaje mayoritario de la población y por consiguiente le permitirá construir una relación de proximidad con el público. El objetivo principal de la investigación es describir las variaciones discursivas específicas del español y del francés empleadas en los discursos políticos de victoria de Andrés Manuel López Obrador (Ciudad de México, 2018) y Emmanuel Macron (Paris, 2017). Con ello se analizó el impacto que tienen el uso de estrategias discursivas, como la intensificación y la atenuación, empleadas por ambos candidatos electos en su aceptación por parte de la población de cada país. En la investigación se realizó la categorización de los fragmentos discursivos obtenidos a partir de las transcripciones de cada discurso, dando un total de 1011 palabras en el discurso francés y 1046 palabras en el discurso mexicano. El análisis contrastivo de la atenuación se realizó a partir de la Ficha Metodológica creada por Albelda et al (2014) para el análisis pragmático de la atenuación, creada originalmente para corpus discursivos del español, mientras que el análisis de la intensificación se realizó a través de la propuesta de Briz (2017). Los resultados que se obtengan de este estudio permitirán la creación de una propuesta didáctica, con la cual se busca enriquecer el conocimiento de las especificidades discursivas interculturales particulares de cada lengua, español y francés, así como el conocimiento sociolingüístico y sociocultural de estas lenguas, en la formación de los futuros docentes de francés como lengua extranjera y de estudiosos de esta lengua extranjera.

- *Imagen y negociación en una campaña política en Nuevo León, México.*

Manuel Santiago Herrera Martínez, Universidad Autónoma de Nuevo León

Palabras clave: imagen, pragmática, sociabilidad y campaña

El objetivo de esta indagación es mostrar las actividades de imagen en una campaña política por parte del entonces candidato a la Gobernatura de Nuevo León, Samuel García, quien a través de un convivio intenta negociar los intereses sociales en los comensales. El corpus para este trabajo es el video "La carnita asada con Samuel García" publicado el 31 de diciembre de 2020 por el canal de Youtube del candidato Samuel García por el partido Movimiento Ciudadano. Tiene un total de 11.761 visualizaciones, 310 "likes" y 513 "dislikes". Los comentarios se encuentran desactivados. El video tiene una duración de cincuenta y nueve minutos, consta de nueve mil ochenta palabras y muestra al contendiente conversando y consumiendo carne asada con cuatro personas que representan a diversos sectores de la ciudad: dos varones y dos mujeres. Dentro de los lineamientos teóricos que sustentarán este trabajo, se encuentran la imagen social de Goffman (1967), la autoimagen en Hernández Flores (2008), la multiplicidad de imágenes en Terkourafi (2008), la imagen de rol en Bravo (2002), la sociabilidad en el alimento por Dodervic (2006) y la negociación en las conversaciones con Traverso (1998). La metodología será un análisis cualitativo-descriptivo para revisar el discurso emitido por el candidato durante su campaña política. Se estudiará cómo a través de la sociopragmática prevalece una carga valorativa por afiliación exacerbada (Kaul 2014) y la refractariedad (restricción) ante las demás propuestas de los contendientes. Los principales hallazgos son que el candidato, por medio del alimento, crea un ambiente de comodidad para realzar su imagen, lograr un sentido de filiación entre los ciudadanos y proyectar un comportamiento de modestia para mostrarse como el contendiente ideal para ganar las elecciones.

- *Actividades de imagen en la expresión sexista de la violencia simbólica y la descortesía verbal en estudiantes y docentes de la Universidad Autónoma de Coahuila.*

Gabriel Ignacio Verduzco Arguelles
Eduardo Ruiz Pérez
Stella Maris Rodríguez Tapia
Universidad Autónoma de Coahuila

Palabras clave: imagen, sexismo, violencia simbólica, descortesía

Este trabajo muestra los resultados de la réplica del estudio "Actividades comunicativas en la expresión sexista de la descortesía verbal", presentado por el Dr. Ariel Cordisco (QEPD) en el XII Congreso ALED en Santiago de Chile en octubre de 2017. El objetivo de esta réplica es identificar y definir las actividades de imagen a partir del lenguaje sexista y la violencia simbólica en estudiantes y docentes de la Universidad Autónoma Coahuila (UAdeC). Esta investigación muestra en primer lugar, una descripción émica (Hui, 1985), es decir, pretende manifiesta las creencias y comportamientos humanos desde el punto de vista del actor social. En segundo lugar, en la investigación se comparan las respuestas de mujeres y hombres para identificar las tendencias de las expresiones de violencia simbólica (Bourdieu, 2000) en categorías y subcategorías dominantes en cada grupo, tanto en el ámbito público como en el privado. En tercer lugar, se hace una caracterización de las actividades de imagen con base en la tipología del comportamiento verbal descortés en español (Kaul, 2008). La herramienta diseñada para recoger los datos es un cuestionario de compleción discursiva, con toma escrita que requiere detallar o narrar experiencias personales y reaccionar verbalmente ante situaciones específicas hipotéticas para evaluar las respuestas brindadas. Como principal hallazgo está la identificación del uso de expresiones descorteses por fustigación, en el campo discursivo de la sexualidad contra las mujeres y en el de la personalidad contra los hombres.

- *Actividades de imagen en la expresión sexista de la violencia simbólica y la descortesía verbal en informantes del área metropolitana de Nuevo León, México.*

María Eugenia Flores Treviño
Manuel Santiago Herrera Martínez
Universidad Autónoma de Nuevo León

Palabras claves: imagen, sexismo, violencia simbólica, descortesía.

Este trabajo se funda en los resultados de la réplica del estudio "Actividades comunicativas en la expresión sexista de la descortesía verbal", presentado por el Dr. Ariel Cordisco (+) en el XII Congreso ALED en Santiago de Chile en octubre de 2017. El objetivo de esta réplica es identificar y definir las actividades de imagen a partir del lenguaje sexista y la violencia simbólica tanto en informantes del área metropolitana de la ciudad de Monterrey, como estudiantes que pertenecen a la Universidad Autónoma de Nuevo León, México. Esta investigación muestra en primer lugar, una descripción émica (Hui, 1985), es decir, pretende revisar las creencias y comportamientos humanos desde el punto de vista del actor social. Igualmente examina las actividades de imagen relacionadas con los marcos de referencia, el estigma y la violencia de género en el discurso (Goffmann, 1969, 1986, Lagarde, 1991, Lamas, 2000). En la investigación se comparan las respuestas de mujeres y hombres para identificar las tendencias de las expresiones de violencia simbólica (Bourdieu, 2000) en categorías y subcategorías dominantes en cada grupo, tanto en el ámbito público como en el privado, y se lleva a cabo una caracterización de las actividades de imagen con base en la tipología del comportamiento verbal descortés en español (Kaul, 1995, 2006, 2008). La herramienta diseñada para recoger los datos es un cuestionario de compleción discursiva, con toma escrita que requiere detallar o narrar experiencias personales y reaccionar verbalmente ante situaciones específicas hipotéticas para evaluar las respuestas brindadas. La principal hipótesis que se tiene es que se hallarán expresiones descorteses por fustigación, con rasgos sociopragmáticos referidos a la sexualidad e intelectualidad en el caso de las mujeres y en el de la representación socio discursiva (Charaudeau, 2009, 2011) en el caso de los hombres.

Viernes 25 de marzo de 2022 (8:30 am. – 12:30 m., hora de Costa Rica)

PANEL 3: Actos de lenguaje, (des)cortesía y ethos discursivo en el Caribe colombiano

Este panel está conformado por tres ponencias basadas en el análisis de los resultados de la encuesta de hábitos sociopragmáticos aplicada por el Círculo de Análisis del Discurso-CADIS en la Costa Caribe de Colombia. Dicha encuesta, surgida del Proyecto COSOPRAG -concebido conjuntamente por la Universidad de Estocolmo y la Universidad del Atlántico, a través del Programa EDICE y el CADIS- fue aplicada a 560 personas residentes en las capitales de los siete departamentos que conforman la mencionada región (Barranquilla, Cartagena, Montería, Sincelejo, Riohacha, Santa Marta y Valledupar). Dicha encuesta fue respondida oralmente por hablantes de diferente condición social, académica, racial, género y edad, escogidos aleatoriamente. Las ponencias incluidas en este panel versan sobre las respuestas dadas por los informantes acerca de la forma cómo ellos les expresan a sus potenciales interlocutores diferentes actitudes discursivas, como las peticiones, las solicitudes de información, las sugerencias, las órdenes, las prohibiciones y las opiniones o apreciaciones positivas o negativas. Tales respuestas nos han permitido establecer las estrechas relaciones existentes entre el uso de esas modalidades enunciativas, la (des)cortesía y la construcción del ethos discursivo o imagen de los hablantes en esa región lingüística tan singular.

- *Incidencia de la petición y la solicitud de información en el ethos de los interlocutores caribeños.*

Aldo S. Charris Pino, Universidad del Atlántico

Palabras clave: solicitud de información, petición, (des)cortesía, actividad de imagen, estereotipos de género

Este estudio busca explicar algunos fenómenos asociados a la actividad de imagen realizada por hablantes de la Región Caribe colombiana, con base en las respuestas obtenidas en la encuesta de hábitos sociopragmáticos del proyecto COSOPRAG aplicada por el Círculo de Análisis del Discurso-CADIS en el Caribe colombiano. Básicamente se trata de un análisis que detalla la forma en que los encuestados expresan la solicitud de información y la petición, y cómo en esas modalidades enunciativas subyacen ciertos elementos socioculturales. En cuanto a los presupuestos teóricos, el presente estudio se apoya en los planteamientos de autores como Searle (1969), Charaudeau (1992), Kerbrat-Orecchioni (2002), Zimmermann, K. (2003), Hernández Flores (2013), Amossy (1999 & 2010) y Mainqueneau (2002). En esta ponencia se analizan sociolingüísticamente situaciones discursivas, específicamente las asociadas a las modalidades solicitud de información y petición. Del mismo modo se describen los mecanismos de producción de estos actos solicitativos y se precisan, además, sus alcances en torno a la actividad de imagen. La articulación de las condiciones de producción de dichas modalidades y la actividad de imagen realizada por los hablantes posibilitó construir el ethos discursivo de los participantes en la encuesta. Grosso modo, lo anterior constituye una forma de determinar patrones asociados a la manifestación –consciente o no– de comportamientos sexistas, donde prima el machismo y la construcción de estereotipos de género, principalmente en algunos contextos comunicativos en los que interactúan cotidianamente los habitantes del Caribe colombiano.

- *Sugerencias, órdenes y prohibiciones en los intercambios comunicativos en la Región Caribe colombiana.*

Julio Escamilla Morales, Universidad del Atlántico

Palabras clave: actos directivos, modalidades enunciativas, actividad de imagen, ethos discursivo

En este trabajo se contrastan los potenciales usos de sugerencias, consejos, órdenes y prohibiciones en intercambios cotidianos caribeños, a la luz de los resultados de la encuesta de hábitos sociopragmáticos del proyecto COSOPRAG en el Caribe colombiano. El contraste entre las formas de realización de esos actos directivos da cuenta del rango etario y el sexo de los hablantes consultados, y las condiciones en que ellos producirían tales actos. Son factores determinantes en ellos la situación comunicativa, la relación que une a los interlocutores y los propósitos comunicativos que subyacen a cada acto en particular. Aquí se explica también la relación existente

entre esos actos y los hábitos socioculturales caribeños, sobre todo los comportamientos discursivos asumidos por los interlocutores en contextos familiares, laborales, etc. En muchos casos, la expresión de consejos y sugerencias podría interpretarse como órdenes o prohibiciones por parte de personas ajenas a dicho contexto sociocultural. En el caso de la prohibición y la orden, por ejemplo, los hablantes reconocen que los enunciados utilizados para obtener sus propósitos van acompañados de signos no lingüísticos (gestos, miradas agresivas, etc.). Sin embargo, el uso de los actos aquí estudiados está generalmente asociado al deseo de los hablantes de preservar tanto su propia imagen como la de su interlocutor. Los fundamentos teóricos de este trabajo comprenden la caracterización de los actos exhortativos o directivos hecha por Searle (1994, 1999), la descripción de las modalidades enunciativas de naturaleza alocutiva y la identidad social y discursiva expuesta por Charaudeau (1992, 2009), Amossy (2010), al igual que las actividades de cortesía, imagen social y contextos socioculturales (Bravo, 2003 y 2005), las actividades de imagen subyacentes en las interacciones comunicativas (Hernández Flores, 2006 y 2013), y la relación entre la identidad de los interactuantes y su imagen social (Fuentes, 2013).

- *El papel de las opiniones y las apreciaciones positivas o negativas en las actividades de (auto)imagen y la (des)cortesía.*

Grandfield Henry Vega, Universidad del Atlántico

Palabras clave: enunciación, discurso valorativo, imagen, identidad, (des)cortesía

En este trabajo se analiza la posición que adoptarían los habitantes de la Costa Norte colombiana en hipotéticos intercambios verbales que involucren la expresión de opiniones o de apreciaciones positivas y/o negativas. En consecuencia, se analiza la relación existente entre esas actitudes enunciativas y la (des)cortesía y las demás actividades de (auto) imagen que serían desplegadas por los interlocutores. Concretamente se toman en consideración tres de los ítems planteados en el instrumento de recolección de datos de COSOPRAG, en los que se indaga acerca del blanco de comentarios positivos o negativos hechos por el locutor; así como la reacción que éste adopta en caso de resultar afectado por valoraciones desfavorables. El marco teórico y analítico de esta investigación proviene de las ideas formuladas por Patrick Charaudeau (1992, 2005, 2009) y Holtgraves (2002) en lo concerniente a los procesos de valoración discursiva. Otras fuentes teóricas están vinculadas a los postulados de Kerbrat-Orecchioni (1993) en lo relacionado con la expresión de la subjetividad en el discurso y en los aportes de Escamilla, Morales, Torres y Henry (2004) con relación al modo cómo operan los procesos de enunciación y (des)cortesía o anticortesía entre estudiantes universitarios del Caribe colombiano. Se basa también en los aportes asociados con el juego de imágenes de Goffman (1959), Bravo (2003) y Hernández Flores (2008, 2013). En síntesis, este estudio ha permitido observar que la expresión de la opinión y la apreciación está ligada a los niveles de proximidad social o familiar establecida entre los interlocutores, por un lado, y la naturaleza -positiva o negativa- de dichos procesos valorativos, por otro. Igualmente se ha encontrado que la reacción asumida por la persona afectada negativamente por dichos procesos enunciativos está mediada por factores generacionales, actitudinales, pragmáticos, éticos y/o afectivos.

MESA TEMÁTICA : Descortesía, anticortesía y actividades de imagen

- *Ah la verga... le dijo a su interlocutor. Algunos marcadores del discurso propios del habla juvenil guatemalteca en las actividades de imagen.*

Ana Luisa Acevedo-Halvick, Universidad Rafael Landívar, Guatemala

Palabras clave: marcadores del discurso, imagen, identidad, interacción

En el presente trabajo pretendo observar, a través de algunos marcadores del discurso (md) propios del habla coloquial juvenil, algunas de las actividades de imagen que realizan los participantes en conversaciones cotidianas; ya sea orientada a sí mismo o hacia el interlocutor y ver su relación con los fenómenos de (des)cortesía. Para dar cuenta, por un lado, que el uso de ciertos md pueden indicar que un acto de (des)cortesía en muchas ocasiones depende de la interpretación o función evaluativa que de éstos hacen los participantes. Por el otro, cómo dichos md -siendo también insultos: ah la puta, ah la verga - pueden llevar distintas intenciones claves para determinar un efecto de cortesía o no en el destinatario (Bernal 2007; Zimmermann, 2003, 2005; Jucker y

Taavitsainen, 2000) así como elementos socioculturales en la búsqueda de la autoafirmación e identidad como grupo.

En este trabajo me enfocaré, sobretudo, en indagar la percepción tanto del hablante como del o los destinatario(s). Puesto que casi siempre nos enfocamos en la intensión del hablante dejando en un segundo plano al destinatario (Mills, 2003; Bravo, 2002; Briz, 1998). Muchas veces no se considera como estrategia la actividad evaluativa que ejerce el oyente, olvidando que la (des)cortesía también resulta de la interpretación que el oyente hace de ésta (Eelen, 2001).

De esta manera el presente estará dando cuenta de que los md, en el habla juvenil, logran poner en evidencia las actividades de imagen en las posibles funciones (des)cortesas de los mismos en la interacción cotidiana. El corpus de habla analizado corresponde a conversaciones de jóvenes pertenencen al area urbana capitalina. Los resultados presentados aquí son parciales pues forman parte de una reciente investigación que tiene como objetivos, los arriba mencionados.

Bernal, María (2007). *Categorización sociopragmática de la cortesía y de la descortesía. Un estudio de la conversación coloquial española*. Estocolmo: Universidad de Estocolmo.

Bravo, Eva (2002): "Tratamientos y cortesía en la correspondencia familiar indiana del siglo XVIII". *AFA*, LIX –LX, pp. 249 - 264.

Briz, Antonio (1998): *El español coloquial en la conversación*. Barcelona: Ariel

Eelen, G. (2001). *A critique of politeness theories*. Manchester: St. Jerome Publishing.

Hernández Flores, N. (2013). Actividad de imagen: caracterización y tipología en la interacción comunicativa. *Pragmática Sociocultural. Revista Internacional sobre Lingüística en Español*, 1(2), 175-198). doi: 10.1515/soprag.2012-0012.

Hernández Flores, N. (2003): "Los test de hábitos sociales y su uso en el estudio de la cortesía: una introducción". En D. Bravo (ed.), *Primer Coloquio del Programa EDICE. La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes*. Estocolmo: Universidad de Estocolmo, 186-197.

Juncker y Taavitsainen, 2000: "Diachronic Speech Act Analysis: Insults From Flyting to Flaming" en *Journal of Historical Pragmatics* 1(1):67-95

Zimmermann, K. (2003). "Constitución de la identidad y anticortesía verbal entre jóvenes masculinos hablantes de español." En D. Bravo (ed). *Actas del Primer Coloquio del Programa EDICE. La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes* (pp. 47-59), Estocolmo: Programa EDICE

- *Ser un cabrón en España y la resignificación de los disfemismos. Un análisis sociopragmático a través de Twitter.*

David Cortés Fernández, University of Kentucky

Palabras clave: análisis del discurso, Twitter, disfemismos, actos de habla.

La libertad de expresión y los límites del humor han sido, son y serán temas de debate recurrente en unas sociedades que parecen cada vez más censuradas –y censurables–. Publicar mensajes ofensivos o hasta amenazas en las redes sociales es cada vez más fácil y está más normalizado, pero: ¿qué es ofenderse?, ¿qué nos ofende?, y ¿por qué nos ofendemos?

El objetivo de esta ponencia es presentar un estudio de 200 tuits publicados en 2018 para analizar qué disfemismos se usan más en Twitter en España; con qué intención se usan y cómo son recibidos por los interlocutores. La presentación se fundamenta en el trabajo sobre el disfemismo en los medios de comunicación hecho por Díaz Pérez (2012) y en las teorías sobre los actos de habla (Austin 1962), la descortesía (de Marlangeon 2008) y la cortesía (Grice 1975). Así, analizo el corpus indicado de tuits producidos en España en 2018 sobre los dos temas más buscados en la red social: el fútbol y la política. En todos ellos se pueden encontrar diferentes formas de disfemismos y descortesía. Estas son analizadas desde tres perspectivas: la locucionaria, en la que se estudia cuáles son los vocablos más usados como disfemismo; la ilocucionaria, en que se trata la intención que tienen los tuits y, por último, la perlocucionaria, dónde se analiza cómo se recibe el disfemismo y qué genera en el receptor.

Este estudio, para finalizar, no solo crea un corpus de los mencionados disfemismos en Twitter en los campos de la política y el fútbol, sino que propone una resignificación de algunos vocablos con apariencia no disfemística que pasan a ser ofensivos y de vocablos tradicionalmente disfemísticos que pierden dicha condición.

- *¡Muchá! ¡Cerote! Algunos vocativos propios del habla juvenil guatemalteca en las actividades de imagen.*

Ana Luisa Acevedo-Halvick, Universidad Rafael Landívar, Guatemala

Palabras clave: identidad, imagen, destinatario, vocativos, interlocutor

En el presente trabajo pretendo observar, a través de algunos vocativos propios del habla coloquial juvenil, algunas de las actividades de imagen que realizan los participantes en conversaciones cotidianas; ya sea orientada a sí mismo o hacia el interlocutor y ver su relación con los fenómenos de (des)cortesía. Para dar cuenta, por un lado, que el uso de ciertos vocativos pueden indicar que un acto de (des)cortesía en muchas ocasiones depende de la interpretación o función evaluativa que de éstos hacen los participantes. Por el otro, cómo dichos vocativos -siendo también insultos: ¡qué cerote!- pueden llevar distintas intenciones claves para determinar un efecto de cortesía o no en el destinatario (Bernal 2007; Zimmermann, 2003; Jucker y Taavitsainen, 2000) así como elementos socioculturales en la búsqueda de la autoafirmación e identidad como grupo.

En este trabajo me enfocaré, sobretodo, en indagar la percepción tanto del hablante como del o los destinatario(s). Puesto que casi siempre nos enfocamos en la intencionalidad del hablante dejando en un segundo plano al destinatario (Bravo, 2002; Briz, 1998). Muchas veces no se considera como estrategia la actividad evaluativa que ejerce el oyente, olvidando que la (des)cortesía también resulta de la interpretación que el oyente hace de ésta (Eelen, 2001).

De esta manera el presente estará dando cuenta de que los vocativos, en el habla juvenil, logran poner en evidencia las actividades de imagen en las posibles funciones (des)cortesas de los mismos en la interacción cotidiana (Hernandez-Flores, 2003, 2013. El corpus de habla analizado corresponde a conversaciones de jóvenes tanto ladino/mestizo como indígenas (hablantes de un idioma maya y de español) de la capital de Guatemala y centros urbanos del interior del país. Los resultados presentados aquí son parciales pues forman parte de una reciente investigación que tiene como objetivos, los arriba mencionados.

Bernal, María (2007): Categorización sociopragmática de la cortesía y de la descortesía. Un estudio de la conversación coloquial española. Estocolmo: Universidad de Estocolmo.

Bravo, Eva (2002): "Tratamientos y cortesía en la correspondencia familiar indiana del siglo XVIII". AFA, LIX -LX, pp. 249 - 264.

Briz, Antonio (1998): El español coloquial en la conversación. Barcelona: Ariel

Eelen, G. (2001): A critique of politeness theories. Manchester: St. Jerome Publishing.

Hernandez Flores, N. (2013): Actividad de imagen: caracterización y tipología en la interacción comunicativa. Pragmática Sociocultural. Revista Internacional sobre Lingüística en Español, 1(2), 175-198). doi: 10.1515/soprag.2012-0012.

Hernández Flores, N. (2003): "Los test de hábitos sociales y su uso en el estudio de la cortesía: una introducción". En D. Bravo (ed.), Primer Coloquio del Programa EDICE. La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes. Estocolmo: Universidad de Estocolmo, 186-197.

Juncker y Taavitsainen, 2000: "Diachronic Speech Act Analysis: Insults From Flyting to Flaming" en Journal of Historical Pragmatics 1(1):67-95

Zimmermann, K. (2003): "Constitución de la identidad y anticortesía verbal entre jóvenes masculinos hablantes de español." En D. Bravo (ed). Actas del Primer Coloquio del Programa EDICE. La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes (pp. 47-59), Estocolmo: Programa EDICE.

