

MARINA GONZÁLEZ-SANZ, CATALINA FUENTES RODRÍGUEZ y ESTER BRENES PEÑA (coords.): *(Des)cortesía, actividades de imagen e identidad*. Sevilla: Universidad de Sevilla, 2020, 440 páginas. ISBN: 978-84-472-3020-4.

La presente obra, como se señala en la «Presentación» (págs. 11-17), es testimonio del intercambio científico que supuso el VIII Coloquio Internacional del Programa EDICE, celebrado en Sevilla en octubre de 2018. En efecto, se recogen veinticinco contribuciones que dan cuenta de la vitalidad y avance que han experimentado los estudios de (des)cortesía en y desde el español.

Los capítulos quedan divididos en seis bloques. El primero de ellos se refiere a «Actividades de imagen: propuestas teóricas y metodológicas» y en él se incluyen dos trabajos. Por una parte, el de Catalina Fuentes Rodríguez sobre «El programa EDICE y el Grupo APL» (págs. 17-31), en el que la autora, directora del grupo y organizadora del coloquio, hace un repaso de las relaciones entre su quehacer investigador y el de sus compañeros y los estudios de (des)cortesía, pues siempre han buscado un enfoque pragmalingüístico que revelara todos los mecanismos que la lengua tiene para fines sociales, por lo que la (des)cortesía ha estado sumamente presente. Además, Fuentes Rodríguez da directrices sobre los nuevos caminos y objetos de investigación que pueden tomar, a tenor de lo que ya se sabe, los estudios sobre (des)cortesía en español.

Por otro lado, Hugo Fernando Lancheros Redondo lleva a cabo «Nuevas reflexiones en torno a *imagen social, actividad de imagen y (des)cortesía*» (págs. 33-47), conceptos clave en este campo de estudio. Desde una perspectiva cognitiva, este autor entiende que la identificación de actos corteses o descorteses debe hacerse dentro de un *continuum* en función del contexto y evento comunicativo, además de caracterizarlos como actividades de imagen, aquellas que moldean tanto las imágenes sociales que proyectamos como hablantes como las que percibimos de nuestros oyentes.

El segundo bloque, «Actividades de imagen: adquisición y enseñanza de la competencia pragmática/traducción» abarca tres trabajos. El de María Jesús Barros García, «La competencia pragmática del estudiante de español como lengua extranjera: ¿se aprende a ser (des)cortés en la cultura meta?» (págs. 51-62) pone de relieve la prevalencia de las normas de

(des)cortesía de la cultura nativa a la hora de aprender una lengua extranjera y la necesidad de enfatizar el aprendizaje de este fenómeno desde los niveles iniciales, tal y como lo demuestra su estudio contrastivo entre estadounidenses y españoles. Por su parte, en «Influencia de los factores situacionales en las estrategias de cortesía en las peticiones de español: un estudio de L1 para propuesta de la enseñanza de LE» (págs. 63-78), Yixin Wang estudia, a partir del diseño de juegos de rol, cómo los factores situacionales influyen en la configuración de las peticiones en hablantes nativos de español, de tal manera que con sus resultados pone en jaque la manera en la que se enseña a aprendices de español las diferentes estrategias de atenuación, pues no se suele atender a las condiciones de cada contexto ni a los matices de cortesía que tienen recursos lingüísticos como los tiempos verbales o la negación, sin que el mayor grado de indirección de la petición tenga por qué influir en la elección de recursos más corteses. Por último, termina esta sección con un estudio sobre «Traducción inversa de marcadores de (des)cortesía e imagen en sentencias civiles emitidas en Nuevo León, México» (págs. 79-92), llevado a cabo por María Eugenia Martínez Flores y Armando González Salinas, donde ponen de manifiesto cuáles son las estrategias de (des)cortesía dominantes en los textos jurídicos (*v. g.* ocultación de los apelantes o del juzgador como acto de cortesía) y, también, cuáles son los problemas que plantea esta dimensión pragmática del texto jurídico a la hora de su traducción.

El tercer bloque se centra en «Actividades de imagen e identidad en el discurso público» y consta de once trabajos, lo cual revela la línea más seguida actualmente en los estudios sobre (des)cortesía en español. La sección la inaugura la presidenta de EDICE, Diana Bravo, con una contribución sobre «Imagen social y conflicto de identidad en el ámbito académico argentino: latinoamericanos/as o europeos/as» (págs. 95-109), quien reafirma sus tesis iniciales sobre la forma en la que la adhesión a identidades socioculturales está también mediada por la adhesión a tendencias políticas, en el caso argentino: identidad europea-neoliberalismo vs. identidad latinoamericana-progresismo, de ahí la dificultad en la determinación de una posible identidad nacional como categoría para trabajar en el campo de la (des)cortesía.

Javier Medina López se encarga de abordar «Las disculpas como estrategia de imagen en el discurso público institucional» (págs. 111-128), haciendo un recorrido por las diferentes causas, maneras y recursos

lingüísticos que pueden configurar este tipo de acto de habla. De recursos lingüísticos para llevar a cabo actividades de imagen también versa el estudio de Carlos Meléndez Quero, «Actividades de imagen y estrategias de des(cortesía) en el discurso público a través de las partículas evaluativas» (págs. 129-143), centrándose en dos operadores discursivos, *por suerte* y *por desgracia*, que, teniendo el mismo comportamiento sintáctico, sirven para la consecución de distintos tipos de estrategias al emitir evaluaciones favorables y desfavorables respectivamente sobre el segmento en el que inciden.

Por su parte, María Eugenia Flores Treviño, Norma Patricia Sepúlveda Legorreta y José María Infante Bonfiglio abordan la «Construcción de la imagen y sexismo discursivo. Un estudio en dos sitios de opinión en *Facebook*» a partir de las estrategias de descortesía vertidas en esta red que comentaban la publicación de una funcionaria mexicana. Asimismo, no solo los estudios de (des)cortesía se centran en lo verbal, tal y como lo demuestra el estudio de Uta Fröhlich, «Facework in multicodeal spanish» (págs. 167-182). Tras precisar terminológicamente la diferencia entre lo multimodal y lo «multicodeal», aborda la manera en la que todos los recursos comunicativos (*v. g.* emoticonos, fotos) están al servicio de las actividades de imagen que llevan a cabo los usuarios en sus interacciones.

En las redes sociales también se centra el siguiente capítulo, de Víctor Pérez Béjar: «Cambios y superposiciones de imágenes en el discurso de las empresas en las redes sociales» (págs. 183-199). En él, analiza cuáles son las estrategias argumentativas utilizadas por los gestores de redes de empresas en la relación y captación de clientes en estos espacios. Entre las más sobresalientes, las marcas de coloquialidad si la situación lo requiere, el uso de preguntas directas o la adaptación al discurso del cliente o potencial consumidor. Del ámbito de la empresa se pasa al de la política en las redes sociales con el trabajo de Aniela Ventura sobre «Imagen de los candidatos presidenciales argentinos 2015 en sus perfiles de Twitter» (págs. 201-218), en el que la estudiosa hace un recorrido por las diferentes estrategias que optaron cada uno de los principales candidatos (Macri, Scioli, Massa) y, teniendo en cuenta al ganador, cuáles de ellas son las más rentables para conseguir la adhesión de votantes. Igualmente en Twitter se centra el estudio de Ana Pano Alamán sobre «Atenuación y actividad de imagen en el discurso político en redes sociales» (págs. 219-234), esta vez sobre los diferentes recursos de atenuación utilizados por

los partidos españoles ante la cuestión catalana, como el de la impersonalización tanto del *yo* como del *tú*, común a todos los partidos, aunque con diferentes efectos en cada uno de ellos.

Del discurso publicitario, otro de los grandes campos del discurso público, se ocupan los dos siguientes trabajos. El primero de ellos es llevado a cabo por María José García Vizcaíno y se titula «Al ritmo del dinero hablamos con esmero: imagen, identidad y efecto social en la publicidad bancaria» (págs. 235-248), en el que aborda el fenómeno novedoso de los *brand films*, en este caso de un banco, Santander, que gracias al formato y a los recursos en él empleados (*v. g.* coloquialidad, escenografía, música) consiguió la adhesión de los potenciales clientes. Por su parte, Manuel Santiago Herrera Martínez estudia la «Imagen y comportamiento sexista en la publicidad política de El Bronco» (págs. 249-263) a partir de las reacciones de los usuarios de Facebook ante un anuncio institucional mexicano para la concienciación sobre el cáncer de mama en el que se comparaba los senos femeninos con melones, revelándose así cuál es el imaginario que sobre las mujeres aún existe en esta sociedad.

Por último, la sección finaliza con el llamativo estudio de Nieves Hernández Flores sobre la el papel que juega la confianza en las consultas médicas. En «“¿Usted qué me aconseja?” La confianza *con* y la confianza *en* el médico en actividades de imagen de la consulta médica» (págs. 265-279) esta autora ofrece los resultados sobre la manera en la que pacientes españoles evalúan y consideran la confianza dentro de la relación con el médico y la manera en la que suelen buscarla, sin que sea necesario utilizar recursos propios de otros contextos, como el uso del *tú*.

El siguiente bloque se centra en las «Actividades de imagen en la conversación», el género coloquial por excelencia, y consta de dos trabajos. El primero, de Micaela Carrera de la Red, es de corte diacrónico y contrastivo: «Entre *vuestra merced* y *vos*: deferencia e imagen social durante los siglos XVIII y XIX en el suroeste de Colombia» (págs. 283-306). En él la autora estudia un corpus de cartas de dos regiones de Colombia para ver la distribución de las fórmulas de tratamiento *vuestra merced*, *usted*, *tú* y *vos* en función del grado de deferencia que muestran los escribientes a sus receptores (*v. g.* *vuestra merced* para la deferencia con cortesía, *usted* tanto para la confianza como para la descortesía en la formalidad). De otro lado, Gabriel Alejandro Hernández analiza la «Amenaza y

atenuación en insultos a la madre de interlocutor: hacia un abordaje interdisciplinario sobre el uso de actos descorteses entre jóvenes de una escuela de Buenos Aires» (págs. 307-318), en el que, a partir de la metodología del Análisis de Redes Sociales, pone de manifiesto cómo el insulto entre amigos no genera descortesía sino que constituye un mecanismo de afiliación y lo descortés es precisamente no seguir la dinámica de insultarse cuando esta tiene lugar.

El séptimo bloque recoge «Estrategias y recursos de (des)cortesía» y cuenta con cinco trabajos sobre diversas parcelas. El primero, de Elisabeth Andrea di Nardo, vuelve sobre el sexismo al estudiar la relación entre «Descortesía, sexismo y evaluación» (págs. 321-334) a partir de las reacciones de hombres y mujeres argentinos ante situaciones o publicidades sexistas, comentarios que, sexistas o no, suelen optar por la descortesía de fustigación (por refractariedad), los juicios negativos y la cuantificación intensificadora y enfática. De igual naturaleza es el estudio de Cristina del Valle Núñez, «Descortesía y sexismo en Twitter: premisas vigentes y emergentes» (págs. 349-363), en el que, analizando la descortesía en comentarios sobre determinados hechos sexistas, esta autora da cuenta de cuáles son las premisas socioculturales vigentes y emergentes sobre la mujer en la sociedad argentina. En esta misma red social se mantiene María Soledad Padilla Herrada con su estudio sobre «La descortesía en las expresiones de rechazo y desacuerdo en el discurso digital» (págs. 365-377), identificando una serie de unidades y construcciones (*en absoluto, para nada, ni mijita, tonterías, chorradas, ni mijita, y una mierda (que te comas), y un carajo (para ti), no me vengas con esas*) que suelen aparecer en intervenciones reactivas y que están especializadas en la expresión del desacuerdo pero añadiéndole un valor de descortesía a este tipo de acto de habla.

Además, la descortesía puede ser estratégica, tal y como lo demuestra Patrizia Fasino en «Las columnas de Arturo Pérez-Reverte. Entre descortesía y virtud» (págs. 335-347), pues a través del concepto aristotélico de 'virtud', coincidente con el de 'imagen', este escritor utiliza la descortesía como actividad de autoimagen y se presenta ante sus lectores como una persona honesta y sin miedo a decir lo que piensa. Entre los recursos por los que esa descortesía se canaliza, destacan la coloquialidad, los parentéticos y el insulto directo (a veces con neologismos). Por último, termina este bloque con el estudio contrastivo de Ewa Urbaniak sobre «La

repetición como mecanismo de (des)cortesía: estudio comparativo entre español y polaco» (págs. 379-395) y en el que se pone de manifiesto, por un lado, cuáles son las funciones que tienen las respuestas ecoicas en la conversación y que son comunes al español y al polaco (*v. g.* humorística, confirmación, precisión); y, por otro, aquellas que tienen un efecto cortés en español pero no lo tienen en polaco e incluso pueden llegar a ser descortesas (*v. g.* interrupción para mostrar interés por lo dicho o repetición para evitar el silencio).

El bloque que cierra la obra tiene que ver con «Actividades de imagen en diferentes contextos socioculturales» y abarca dos trabajos. El primero es el de Francisco Fernández García, «Estrategias de mitigación en la formulación del desacuerdo: estudio intercultural» (págs. 399-416), en el que analiza las estrategias de mitigación en contextos formales e informales utilizadas por hablantes españoles e ingleses, poniendo en jaque mucho de los juicios hechos por la bibliografía (*v. g.* los españoles tienen en cuenta los derechos de equidad tanto como los ingleses), pero confirmando otros (*v. g.* los ingleses son más proclives a mostrar que el desacuerdo es patente o no buscan mitigar en los contextos formales en los que predomina la función transaccional, a diferencia de los españoles). Termina la obra el estudio de María Elena Placencia sobre «“No gracias amigo”: El uso de formas de tratamiento en interacciones de servicio en mercado libre Ecuador y mercado libre México» (págs. 417-432) y donde se observa que los mexicanos, debido al uso del *tú* y formas nominales como *amigo*, *pana* o *bro*, son más tendentes a la afiliación entre compradores y vendedores, mientras que los ecuatorianos prefieren la distancia con el uso de *usted* y algunas formas nominales como *señor* y *estimado*.

En definitiva, estamos ante una monografía que pone de manifiesto la vigencia de los estudios sobre (des)cortesía en y para el español, a tenor de los resultados que las metodologías y temas de investigación han ofrecido para el conocimiento de la lengua española como instrumento de comunicación en las sociedades en las que se habla.

José GARCÍA PÉREZ
Universidad de Sevilla
jgarciap@us.es

<https://orcid.org/0000-0003-4289-5036>