

# Operadores de protección de la imagen social propia: valores argumentativos

*Ester Brenes Peña<sup>1</sup>*  
*Universidad de Córdoba, España*

## Resumen

El objetivo de este artículo es el análisis del funcionamiento que desarrollan los operadores de protección de la imagen social propia en la dimensión argumentativa de nuestros discursos. Para ello, partiendo de la multifuncionalidad inherente a las unidades macroestructurales y de la necesidad de incorporar la dimensión interrelacional a la descripción de las mismas, comenzamos esbozando una taxonomía de los operadores discursivos en función del efecto social (des)cortés generado. En este sentido, diferenciamos entre operadores de fomento de la cortesía mitigadora, operadores de realce de la cortesía valorizadora, operadores discursivos de afiliación y operadores de protección de la imagen social propia. Tras su definición y caracterización, el trabajo se centra en el análisis del rendimiento argumentativo de este último subtipo, identificándose las semejanzas y divergencias existentes entre ellos. Como conclusión, se constata el valor argumentativo de los operadores de protección de la imagen social propia como elementos de intensificación de la fuerza ilocutiva del enunciado, además de demostrarse cómo su empleo está motivado por el deseo de salvaguardar la imagen social del hablante. Desde una perspectiva más general, se evidencia la relación existente entre

<sup>1</sup> Para correspondencia, dirigirse a: Ester Brenes Peña (mbrenes@uco.es), Departamento de Ciencias del Lenguaje, Facultad de Filosofía y Letras, Plaza del Cardenal Salazar s/n, 14071, Córdoba, España. ORCID iD: 0000-0002-6354-473X.

argumentación y (des)cortesía verbal, así como la necesidad de incorporar el valor social generado a la descripción de las unidades supraoracionales.

Palabras clave: operador discursivo; (des)cortesía verbal; imagen social; argumentación.

FACE SELF-PROTECTION OPERATORS: ARGUMENTATIVE VALUES

### Abstract

This article aims to analyze how the face self-protection operators work in the argumentative dimension of the texts. To do this, we start from the multifunctionality inherent in macrostructural units and the need to incorporate the interrelational dimension into their description, and we sketch a taxonomy of discursive operators based on the social (im)politeness effect generated. In this sense, we differentiate between operators that promote mitigating politeness, operators that promote face-flattering politeness, affiliation's operators and face self-protection operators. After its definition and characterization, the work focuses on the analysis of the argumentative performance of this last subtype, identifying the similarities and differences between them. As a conclusion, we verify the argumentative value of the face self-protection operators as elements of strength and enhancement of the illocutionary force of the statement and we demonstrate how their use is due to the desire to safeguard the speaker's face. From a more general perspective, the relationship between argumentation and verbal (im)politeness is verified, as well as the need to incorporate the social value generated into the description of supra-sentence units.

Keywords: discursive operator; verbal (im)politeness; face; argumentation.

Recibido: 24/06/22

Aceptado: 05/08/22

## 1. INTRODUCCIÓN

Todo acto comunicativo conlleva el establecimiento de un vínculo enunciativo entre emisor y receptor en el que juegan un papel fundamental dos fenómenos interrelacionados: la argumentación y la (des)cortesía verbal. El emisor persigue, en todas sus intervenciones, seducir, en un sentido amplio del término, al destinatario de sus palabras: intentamos convencer

a nuestro receptor de lo acertada que resulta la tesis que mantenemos, queremos persuadirle para que realice la acción indicada, para que acepte nuestras disculpas o para que, simplemente, escuche nuestro relato o nos acoja en su círculo de amistades. Y uno de los recursos más rentables de los que disponemos para ello son, precisamente, las estrategias relacionadas con la imagen y la (des)cortesía social. De ahí la frecuencia con la que afectamos a la imagen social de nuestro destinatario en un sentido positivo o negativo, deterioramos o realzamos nuestra propia imagen o modificamos el cariz de la vinculación existente entre ambas figuras enunciativas con el objetivo último de alcanzar los fines interlocutivos que nos hemos marcado. Es decir, las actividades de imagen, así como las estrategias verbales (des)cortesas, pueden utilizarse como un recurso al servicio de la argumentación y viceversa: las estructuras argumentativas admiten ser empleadas como elemento configurador de una determinada imagen social. Se crea así, pues, una relación de bifuncionalidad entre ambos conceptos reflejada en el funcionamiento y los valores de ciertas unidades lingüísticas (Alcaide Lara 2014).

Partiendo de estas premisas, en una investigación anterior centrada en los operadores que toman como base el verbo *decir* (Brenes Peña 2020), identificamos un subgrupo de operadores discursivos en proceso de fijación que denominamos operadores de protección de la imagen social propia. Estas unidades, entre las que se encontraban los operadores *todo hay que decirlo*, *por qué no decirlo* o *qué quieres que te diga*, se caracterizan por actualizar un contenido procedimental dirigido a salvaguardar la imagen social propia ante la emisión de una crítica o contraargumentación. Se trata, por tanto, de un mecanismo lingüístico esencial para la configuración argumentativa de nuestros mensajes.

El presente artículo pretende profundizar en este aspecto, identificando el rendimiento que poseen los operadores discursivos en general en la dimensión (des)cortés de nuestros discursos, así como las funciones argumentativas susceptibles de ser actualizadas por estas unidades. Para ello, proponemos una tipología de los operadores discursivos en relación con el efecto social (des)cortés y de gestión de la imagen social provocado, y nos centramos en el análisis de los valores argumentativos presentes en el caso concreto de los operadores de protección de la imagen social propia.

El material empírico utilizado comprende los corpus del español actual recopilados por la RAE (CREA y CORPES XXI), el corpus de conversaciones digitales MEsA compilado por el grupo de investigación Argumentación y Persuasión en Lingüística (grupoapl.es), además del corpus elaborado para el proyecto de investigación MACPER. La metodología empleada se rige por los presupuestos de la Lingüística pragmática, tal como ha sido formulada

por Fuentes Rodríguez ([2000] 2017), ya que este modelo de análisis modular nos posibilita tanto el estudio de la interrelación mutua que se produce entre lo intra y lo extraverbal como el análisis de la multidimensionalidad propia de los operadores discursivos.

## 2. OPERADORES DISCURSIVOS. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS

Una de las deficiencias más acusadas en los trabajos dedicados a la descripción de los marcadores discursivos es la falta de precisión terminológica (Fuentes Rodríguez 2001). El término *marcador del discurso* ha llegado a emplearse como un hiperónimo englobador de todas aquellas unidades cuyo funcionamiento traspasa los límites oracionales, independientemente de si estamos refiriéndonos, por ejemplo, a un conector, interjección, adverbio modal o enunciativo, o a una construcción periférica. Coincidimos con Fuentes Rodríguez (2001: 335) en que es necesario establecer una tipología de estas unidades supraoracionales en función de sus características formales y comportamientos sintácticos. Por ello, consideramos esencial que la descripción macrosintáctica del español actual se guíe por la diferenciación entablada entre conectores y operadores discursivos (Fuentes Rodríguez 2001, 2003, 2009a, 2020a).

La distinción entre conector y operador fue introducida inicialmente por Ducrot (1983) en relación con el análisis de los recursos lingüísticos argumentativos. Así, para dicho autor, entre los recursos verbales susceptibles de orientar argumentativamente nuestro texto se encuentran los operadores argumentativos, que son aquellas unidades cuyo funcionamiento se circunscribe al propio enunciado, y los conectores argumentativos, entendidos como aquellas unidades que enlazan dos enunciados indicando una relación argumentativa entre ambos. La aportación de Fuentes Rodríguez (2003) consiste en extender esta diferenciación a la sintaxis discursiva en general, demostrando que se trata de dos categorías macroestructurales. Desde su perspectiva, los conectores se caracterizan por vincular dos unidades textuales, ya sean enunciados o párrafos, indicando el valor o significado procedimental de dicha conexión, sin desempeñar ninguna función sintáctica con respecto al verbo oracional. El ámbito de acción de los operadores, en cambio, queda reducido al propio enunciado.

En consecuencia, consideramos como operadores aquellas unidades supraoracionales que pueden tener como alcance la totalidad del enunciado al que afectan, o solo a una parte del mismo, pero sin vincular unidades discursivas, de modo que nunca exigen un enunciado anterior. Además, poseen movilidad y pueden aparecer entre pausas o integrados entonativamente en el enunciado al que afectan.

La función del operador consiste en la manifestación de un contenido relacionado con alguna de las dimensiones macroestructurales identificadas por Fuentes Rodríguez (2003, 2009a, 2020a), de modo que pueden mostrar “los sentimientos del hablante (modal), el control del acto de decir (enunciativo), la gestión de la información para orientar al receptor o la argumentación, dirigida a persuadirlo” (Fuentes Rodríguez 2020a: 10). Desde esta perspectiva, por tanto, se califican como operadores enunciativos aquellos que señalan “la forma de hablar, de enunciar, o indican quién es el hablante y cómo se responsabiliza de su acto enunciativo” (Fuentes Rodríguez 2009a: 13), se consideran como operadores modales aquellos que ponen de manifiesto la actitud subjetiva del hablante ante el contenido dictal emitido, se denominan como operadores argumentativos aquellos que indican contenidos propios de este plano, como “la orientación, fuerza o suficiencia argumentativa” (Fuentes Rodríguez 2009a: 13), y se caracterizan como operadores informativos aquellos que se vinculan con aspectos como la focalización o la determinación de una información como elemento esperado o no.

No obstante, y como ya hemos señalado, una de las características propias de estas unidades macroestructurales es su multidimensionalidad, esto es, su capacidad para afectar secundariamente al resto de planos presentes en la actividad comunicativa. Véase, por ejemplo, el comportamiento en (1) del operador de aproximación enunciativa *que digamos*.

- (1) H1: No me atrae físicamente ni emocionalmente demasiado *que digamos* (MEsA, WhatsApp, WA 2016 feb-mar)<sup>2</sup>.

*Que digamos* destaca la vaguedad o imprecisión del enunciado al que afecta, denotando la inseguridad del emisor en la selección léxica realizada. Además, la utilización de la primera persona del plural desdibuja la responsabilidad del emisor sobre lo dicho y la diluye en la totalidad de la comunidad. Pero este comportamiento enunciativo tiene también un efecto en la dimensión interrelacional: atenúa la crítica emitida y, por ende, la descalificación de la

<sup>2</sup> Respetamos grafías y ortografía de los ejemplos seleccionados.

imagen social del objeto de la misma. Este efecto en el plano social no puede ser obviado y ha de ser reseñado e incorporado a la descripción de dicha unidad. En el valor procedimental aportado por esta unidad se encuentra su instrucción relacionada con la enunciación, pero también su efecto social. No se trata de un valor secundario o meramente aditivo. Es un valor estratégico, discriminador de usos, y que puede ser explotado para alcanzar las metas interlocutivas propuestas.

### 3. (DES)CORTESÍA VERBAL Y ARGUMENTACIÓN. INTERRELACIONES EXISTENTES

La (des)cortesía verbal y la argumentación son dos conceptos distintos que convergen en su papel como elementos rectores de nuestros discursos y en la focalización de la figura del receptor (Fuentes Rodríguez 2009b). En consecuencia, entre ambas teorías se establecen interrelaciones que quedan reflejadas en el funcionamiento de las unidades lingüísticas.

La argumentación es una dimensión macroestructural de los textos caracterizada por presentar “un enunciado (o un conjunto de enunciados) E1 [argumentos] para hacer admitir otro enunciado (o conjunto de enunciados) E2 [conclusión]” a un receptor (Anscombe y Ducrot 1983: 8). La argumentación es resultado de un “razonamiento opinable” cuyo éxito depende de la habilidad del hablante para seleccionar y encontrar los argumentos “sostenidos y dominados por reglas a las que el auditorio específico de un acto argumentativo puede o quiere obedecer” (Lo Cascio 1998: 251-252). En otras palabras, la organización argumentativa de nuestros discursos depende en gran medida del receptor al que dirijamos nuestras palabras y de los factores que configuran la situación comunicativa. El emisor moldea todos los elementos lingüísticos de su discurso, de modo que presente una macroestructura argumentativa dirigida a persuadir a un receptor concreto en una situación determinada; y, entre estos elementos, se encuentran también aquellos recursos vinculados con las operaciones de imagen y la (des)cortesía verbal (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara 2002).

Las teorías sobre la (des)cortesía verbal explican el efecto social que poseen los elementos lingüísticos en relación con las imágenes sociales de emisor y receptor, así como en la vinculación interlocutiva entablada entre ambos. Tal como la concibe el sociólogo E. Goffman (1967), la imagen social no se corresponde con nuestra personalidad real, sino con la autoimagen

que toda persona desea presentar ante el resto de participantes en una interacción. Dicho de otro modo, se trata de una creación discursiva que puede ir modificándose a lo largo del evento comunicativo y que responde a cómo quiero que me vean las figuras que participan en el mismo. Las actividades de imagen o *facework* aluden a los comportamientos interactivos que llevan a cabo los interlocutores para actuar de manera acorde a la imagen social proyectada.

El concepto de imagen social fue retomado por la teorización, pretendidamente universal, sobre la cortesía verbal que más repercusión ha tenido en los estudios posteriores. Nos referimos a la teoría formulada por Brown y Levinson (1987 [1978]). Para ambos autores, las implicaciones emocionales presentes en la imagen social explican que los interlocutores pretendan, por lo general, protegerla de cualquier agresión en los encuentros sociales. Además, a su juicio, la imagen social moldeada por cada persona alberga dos dimensiones: una vertiente positiva y otra negativa. La imagen social negativa consiste en el deseo del hablante de no sufrir imposiciones por parte de los demás interlocutores y de que sus actuaciones no se vean entorpecidas o impedidas por el resto de los participantes en la interacción. La imagen positiva, en cambio, se define como el anhelo de aprobación, comprensión y aprecio por parte de los demás. Desde esta perspectiva, la cortesía verbal se define como el mecanismo que permite a los interlocutores emitir un acto de habla potencialmente dañino para algunas de estas dos vertientes de la imagen sin que esta resulte deteriorada. La elección de la estrategia de cortesía más apropiada a cada situación comunicativa se basa, principalmente, en la valoración que realiza el hablante de tres factores: el poder relativo del destinatario con respecto al emisor, la distancia social existente entre ambos y el grado de imposición que supone la emisión de un determinado acto con respecto a la imagen.

La productividad de trabajos y estudios que ha generado este constructo teórico, que tan someramente hemos descrito, ha puesto de relieve las contradicciones presentes en él. La principal crítica que han formulado los estudios posteriores se relaciona con sus pretensiones de universalidad. Estudios realizados en comunidades lingüísticas tanto orientales como occidentales han demostrado que los conceptos de imagen social negativa y positiva no son operativos en ellas (Matsumoto 1988, Gu 1990, Placencia 1998, Bravo 1999, 2003, 2004, entre otros). Es decir, la imagen social está definida por características que reflejan valores socioculturales de la comunidad a la que pertenece el individuo. En consecuencia, Bravo (2004) propuso emplear en el análisis de la imagen social los conceptos de autonomía y afiliación, conceptos que, entendidos como categorías metodológicas vacías que pueden ir adaptándose o configurándose de forma

precisa en cada comunidad sociocultural, evitarían el sesgo etnocentrista presente en la teorización de Brown y Levinson (1987 [1978]).

La autonomía alberga aquellos comportamientos comunicativos mediante los cuales un interlocutor adquiere un “contorno propio” dentro de un grupo (Bravo 2004: 30). La afiliación “se plasma en comportamientos tendentes a resaltar los aspectos que hacen a una persona identificarse con las cualidades del grupo” (Bravo 2004: 30). La carga sociocultural concreta de cada una de estas vertientes de la imagen social varía en función de la comunidad sociocultural en la que se apliquen. Así, por ejemplo, en el caso de la comunidad española peninsular, las investigaciones realizadas han constatado cómo los ideomas que destacan en la imagen social de autonomía son la autoafirmación y la autoestima, mientras que en la imagen social de afiliación sobresale la confianza (Hernández Flores 1999, 2002, 2003, Albelda 2007).

En la misma línea, no es posible asociar de manera biunívoca y descontextualizada elemento lingüístico y efecto social, pues el valor cortés o descortés del recurso depende de los factores que regulan no solo una cultura determinada, sino, más específicamente, la situación comunicativa concreta. En consecuencia, se propone adoptar para su análisis una aproximación variacionista, una aproximación que tome en consideración todos aquellos factores que inciden en su configuración (Brenes Peña 2011, Alcaide Lara 2011, Fernández García 2016, entre otros).

Por otra parte, es necesario incidir también en el pesimismo presente en la teorización de Brown y Levinson (1987 [1978]). En contra de lo apuntado por ellos, es evidente que las estrategias corteses pueden ser utilizadas sin que se haya producido necesariamente un acto de amenaza a la imagen social de nuestro alocutario. Es la denominada cortesía positiva o valorizante (Kerbrat-Orecchioni 2004), que cobra especial importancia en culturas de acercamiento como la española (Briz Gómez 2007).

Además, se ha puesto también de relieve la necesidad de considerar la (des)cortesía como un subtipo de operación de imagen, en las que se incluyen, también, las actividades de autoimagen (Chen 2001, Bravo 2003, Hernández Flores 2006, 2013). En la cortesía y descortesía verbal el foco de nuestro discurso es la imagen social de nuestro destinatario, ya sea con la finalidad de realzarla o denigrarla, si bien la imagen del emisor puede quedar afectada indirectamente. Es decir, la cortesía verbal provoca un efecto “interpersonalmente positivo” (Bravo 2005: 34), dado que, además de potenciar la imagen del receptor, presenta al emisor como una persona amable y considerada. En el caso de la descortesía, el efecto puede ser también “interpersonalmente negativo” (Bernal 2007: 86), en el sentido de

que la imagen social del hablante es indirectamente minusvalorada, ya que este se presenta a sí mismo como una persona ruda y grosera.

Ahora bien, en aquellas circunstancias en las que “el efecto recae sobre la imagen del mismo hablante, la cual es realzada, protegida o confirmada por él mismo” (Hernández Flores 2013: 186), nos encontramos ante una operación de autoimagen (Chen 2001, Bravo 2003, Hernández Flores 2006, 2013). Por ejemplo, y centrándonos ya en la relación argumentación- imagen social, una muestra de ello puede ser la estrategia argumentativa conocida como *captatio benevolentiae*: denigramos nuestra propia imagen social, afirmando que no tenemos la capacidad intelectual necesaria para llevar a cabo una acción, en aras de ganarnos el favor de la audiencia.

Y es que, tal como ya hemos indicado, la (des)cortesía verbal y, en general, las operaciones de gestión de la imagen social poseen un carácter esencialmente estratégico, de modo que pueden utilizarse al servicio de la argumentación, entendiéndose esta, según hemos explicado, no como la demostración de la validez de una conclusión, sino como un medio de persuasión de la voluntad del receptor (Fuentes Rodríguez 2009b, 2020b, Brenes Peña 2011, 2013, Alcaide Lara 2014). En palabras de Fuentes Rodríguez (2009: 117), “la cortesía o descortesía tiene un fin, un objetivo: convencer al receptor de algo, es un medio de argumentación, una estructura o procedimiento argumentativo”. E, inversamente, la argumentación también puede desempeñar un papel fundamental en la configuración de la imagen social. Alcaide Lara (2014) observa situaciones comunicativas en las que la estructura argumentativa empleada funciona como medio de regulación de la imagen social del emisor y de potenciación de las actividades (des)cortesas. En consecuencia, la conexión entre argumentación y operaciones de imagen podría calificarse como bidireccional.

Dicha vinculación entre gestión de la imagen social y argumentación se refleja, evidentemente, en el funcionamiento de los elementos lingüísticos y, en concreto, de los operadores discursivos: junto a su función en el plano enunciativo, modal o argumentativo, su utilización puede repercutir en la dimensión más social de la lengua o, en otras palabras, en la configuración de las imágenes del emisor y del destinatario. Insistimos, pues, en la necesidad de ampliar la descripción de nuestras unidades lingüísticas, de modo que demos cuenta también de su influjo en el plano interrelacional.

#### 4. LA INTERFAZ OPERADORES DISCURSIVOS-(DES) CORTESÍA VERBAL: PROPUESTA TIPOLÓGICA

Conectores y operadores discursivos han recibido una atención desigual en el análisis de su rendimiento en la dimensión interrelacional. El efecto social (des)cortés causado por el empleo de los conectores ha sido ampliamente abordado: no es extraño encontrar referencias a ello en volúmenes de corte generalista<sup>3</sup>, abundan los artículos que profundizan en el valor (des)cortés presente en determinados subtipos de marcadores<sup>4</sup> y contamos con numerosos monográficos que ofrecen distintas tipologías de conectores en función de este parámetro. Así, por ejemplo, los trabajos de Landone (2009, 2012, 2017), centrados en el empleo de los marcadores del discurso como “índices de regulación interaccional y social” (apud 2009: 9), clasifican estas unidades en tres categorías: a) los mecanismos relacional-dialógicos, que comprenden las estrategias de modulación de la distancia relacional existente entre los interlocutores y la negociación del acuerdo/desacuerdo; b) los mecanismos de intensidad, referidos a los recursos que atenúan o intensifican la fuerza ilocutiva de los actos de habla, y c) los mecanismos de especificidad, que incluyen las estrategias de (des)enfoque referencial.

La productividad de este acercamiento a los marcadores discursivos resulta lógica si se atiende al hecho de que la gramaticalización (o pragmatización) de los marcadores del discurso comprende un proceso de intersubjetivización mediante el cual estas unidades extrapredicativas adquieren significados procedimentales relacionados con “la perspectiva, actitud y punto de vista del hablante respecto a las entidades objeto de

<sup>3</sup> Véase, por ejemplo, cómo en el capítulo dedicado a los marcadores del discurso de la *Gramática Descriptiva de la Lengua Española*, Martín Zorraquino y Portolés Lázaro (1999) reseñan el impacto que ejercen los enfocadores de la alteridad en la imagen social del destinatario y en la orientación de la relación entablada entre ambos. Y, en la misma línea, en el monográfico de Cortés Rodríguez y Camacho Adarve (2005) se propone la clasificación de los marcadores del discurso en función de dos perspectivas no excluyentes: la perspectiva textual y la perspectiva interactiva, englobadora de aquellas funciones encaminadas a “orientar al oyente sobre las inferencias que debe hacer a propósito de las relaciones socioafectivas entre hablantes” (apud: 25).

<sup>4</sup> El primer trabajo centrado específicamente en la determinación del valor (des)cortés de los marcadores del discurso en español lo realiza Martín Zorraquino en 2001. En él, basándose en la teoría de Brown y Levinson (1987 [1978]), distingue entre aquellos marcadores que fomentan la cortesía positiva o el acercamiento entre los interlocutores frente a los que potencian la cortesía negativa, atenuando, por ejemplo, la fuerza ilocutiva de enunciados directivos.

la comunicación y respecto del evento” así como con “su interacción y proximidad o distancia, afectiva o social, respecto del oyente” (Company 2004: 35). Por ello, no resulta extraño que, tras la eclosión de los estudios sobre (des)cortesía verbal producida en las últimas décadas, los investigadores hayan profundizado en la repercusión que poseen los marcadores del discurso en la dimensión interaccional y social del lenguaje. Lo llamativo es que los operadores discursivos no hayan sido analizados desde esta perspectiva con la profundidad necesaria.

A nuestro juicio, los operadores, al igual que los conectores o marcadores discursivos en general, juegan un papel fundamental en la gestión interrelacional. Toda comunicación implica el establecimiento de una relación con el receptor. En consecuencia, la contribución de los operadores discursivos en la dimensión argumentativa, enunciativa, modal o informativa se combina con su aportación en el nivel más social del intercambio comunicativo: la gestión de las imágenes de los sujetos participantes y la modulación de la vinculación entablada entre ellos. Basándonos en los tres ejes afectados (emisor, receptor y relación interpersonal entre ambos), consideramos, pues, que los operadores discursivos pueden ser catalogados en cuatro categorías: a) operadores de fomento de la cortesía verbal mitigadora, b) operadores de realce de la cortesía verbal valorizadora, c) operadores de afiliación y d) operadores de protección de la imagen social propia.

Lógicamente, no estamos afirmando que nos encontremos con operadores que se dedican, exclusivamente, a mitigar, por ejemplo, una potencial agresión a la imagen social del receptor. Ya hemos explicado cómo la multifuncionalidad es una característica inherente de las unidades macroestructurales, y existen factores, como los rasgos suprasegmentales, que pueden invertir el valor asignado a ellas. Sin embargo, sí consideramos que una descripción completa de los operadores discursivos no puede obviar el impacto que ejercen estos elementos en la dimensión socioafectiva de la comunicación. Solo así se consigue dar cuenta realmente del carácter poliédrico de las unidades extraproposicionales.

#### 4.1. OPERADORES DE FOMENTO DE LA CORTESÍA VERBAL MITIGADORA

En esta categoría se integran todos aquellos operadores discursivos que aminoran el deterioro de la imagen social del receptor implicado en los *Face Threatening Acts* (Brown y Levinson 1987 [1978]). Nos referimos a los operadores que matizan los actos de habla identificados como no corteses por Haverkate (1994): aserciones y exhortaciones.

La finalidad ilocutiva de la exhortación, “influir en el comportamiento intencional del oyente de forma que este lleve a cabo la acción especificada por el contenido proposicional de la locución” (Haverkate 1994: 24), choca con los ideomas propios de la imagen de autonomía del receptor; sobre todo si nos encontramos ante un acto de habla exhortativo impositivo, como las peticiones, la súplica o el mandato, en el que la realización de la acción comunicada redundaría en beneficio del propio emisor (Haverkate 1994). En estos casos, el operador discursivo por excelencia que aminora este potencial ataque a la imagen social del receptor es *por favor*:

- (2) Empleado Vodafone: [Usuario 6]: Envíame, *por favor*, un mensaje privado con tus datos (incluido DNI) para poder revisar tu situación. Gracias. Saludos (MEsA, foro, FO2012jul20VOD01).

En este enunciado, *por favor* actúa como un operador modal que mitiga la fuerza ilocutiva del acto de habla directivo (Fuentes Rodríguez 2009): se sitúa entre comas, formando un grupo entonativo propio, con libertad posicional, y modificando a todo el enunciado sobre el que recae. A juicio de Haverkate (1994), se trata de la única unidad que posee un claro perfil cortés, y, de hecho, podríamos decir que nos encontramos, en este caso, ante un operador especializado en la minoración cortés de los actos de habla impositivos. No obstante, también debe tenerse en cuenta la inversión de valores que puede provocar la entonación de esta unidad. En aquellas ocasiones en las que *por favor* se pronuncia con un “tono de desagrado” (Martín Zorraquino y Portolés Lázaro 1999: 4190), esto es, con un tono de voz bastante más elevado, una articulación tensa y un tonema final marcadamente descendente acompañado de la pronunciación fuerte del primer elemento (*por*), genera un claro efecto social descortés, dado que muestra sorpresa, protesta y/o rechazo absoluto de lo dicho por el anterior interlocutor (Martín Zorraquino y Portolés Lázaro 1999, Bernal 2006, Brenes Peña 2011).

- (3) Usuario 7 (mujer): @jordievole que morro tiene este hombre!!!! *por favor*!!! (MEsA, Twitter, TW2016may1JOR40).

El acto de habla asertivo puede definirse, igualmente, por su objeto ilocutivo, consistente en “la intención del hablante de convencer al oyente de que él, es decir, el hablante, cree sinceramente que la proposición expresada corresponde a un estado de cosas real” (Haverkate 1994: 116). En relación con los parámetros de (des)cortesía verbal, las aserciones pueden calificarse como actos de habla no corteses, dado que su emisión no supone la generación intrínseca de un efecto social positivo (Haverkate 1994). De hecho, desde una perspectiva general, cualquier tipo de aserción puede

coartar la libertad de pensamiento del receptor. De ahí la necesidad de modular su fuerza ilocutiva para evitar “dar la impresión de que imponen su opinión al interlocutor” y ofrecer al receptor la posibilidad de “formular una opinión divergente, sin que ninguna de las partes vea amenazada su imagen positiva” (Haverkate 1994: 124).

(4) A mí *personalmente* me parece que la denominación más correcta (al margen de que cada uno la llame como quiera) es español. Es la lengua de España. *Por lo visto* tú también tienes una opinión formada (que podría no coincidir con la RAE, pero no dejaría de ser igualmente válida, no crees? (MEsA, foros, FO2005feb25WOR).

Junto a ello, cuando los actos asertivos sirven como plataforma de emisión de críticas, descalificaciones o disentimientos, el cariz negativo de su emisión en relación con las imágenes sociales de los interlocutores afectados resulta mucho más evidente:

(5) Usuario 17 (hombre): [Mención al usuario 12] donde tiene pruebas de eso? *Que yo sepa* va a generar más ingresos en muchas personas que lo que se va a gastar (MEsA, Instagram, IG2017sep7COL).

(6) Usuario 173 (hombre): Que la constitución es el problema no es novedad, pero que un grupo de personas quieran votar, no les da derecho per sé. Usuario 25 (hombre): Hombre un grupo de personas bastante considerable *al parecer* [Enlace: [http://www.eldiario.es/politica/catalanes-encuestareferendum\\_0\\_687681559.html](http://www.eldiario.es/politica/catalanes-encuestareferendum_0_687681559.html)] (MEsA, Twitter, TW2017sep20MAS).

(7) Usuario 11 (mujer) Lo que sí noto a veces es un poco de racismo, pero me consta que por el norte, que es donde yo estoy, deben de ser un pelín “cerrados”, *por decirlo de alguna manera* (MEsA, foros, FO2017abr-julSPA05).

Los fragmentos precedentes ilustran ya algunos de los operadores que pueden ser empleados para aminorar la asunción de lo dicho y, por ende, la fuerza ilocutiva de estos enunciados. Sin pretensiones de exhaustividad, podemos decir que, entre los operadores que contribuyen a esta estrategia, encontramos operadores enunciativos que presentan el contenido proposicional emitido como una opinión personal, no comúnmente aceptada, que puede ser, por ello, fácilmente rebatible (*personalmente, a mi entender*), operadores de reserva enunciativa como *que se sepa, que sepamos, que yo sepa, presuntamente o presumiblemente*, a través de los cuales “[e]l hablante no muestra una seguridad en lo dicho, tampoco lo niega, pero admite la posibilidad de estar equivocado” (Fuentes Rodríguez 2009c: 23), operadores

evidenciales como *al parecer, por lo visto, teóricamente o en teoría*, que indican cómo el emisor, al haber obtenido la información a través de otros enunciadores u otras fuentes, no asume totalmente la veracidad de lo dicho (Fuentes Rodríguez 2009), operadores de debilitamiento argumentativo como *en principio, por ahora, de momento o por el momento* que aportan un “valor epistémico de provisionalidad”, indicando que la validez de los datos o informaciones aportadas se limita al momento presente (Montolío 2003, 2010), operadores de aproximación enunciativa (Fuentes Rodríguez 2008) que muestran imprecisión léxica del término o del enunciado sobre el que recaen, denotando la inseguridad del receptor (*como quien dice, como se dice, por decirlo así, como si dijéramos, diríamos, digamos, etc.*) y operadores modales que indican duda o desconocimiento del emisor (*tal vez, quizás*), aminorando, por tanto la suscripción de lo emitido (Fuentes Rodríguez 2009).

#### 4.2. OPERADORES DE FOMENTO DE LA CORTESÍA VALORIZADORA

Tal como ya hemos anunciado, el proceso de intercambio comunicativo no es tan “pesimista” como lo dibujaron Brown y Levinson (1987 [1978]). La presencia de cortesía verbal en nuestras interacciones no está inexorablemente vinculada al deseo de mitigar un posible daño a la imagen social del receptor. Los interlocutores pueden hacer uso de las estrategias y recursos de cortesía sin que exista este potencial conflicto con la imagen social del receptor, es decir, con el único objetivo de realzar la imagen social del alocutario, fomentar un clima comunicativo agradable y reforzar el vínculo existente entre ambos (Hernández Flores 2002, 2004, 2008, 2013). Es la denominada cortesía valorizadora, transmitida por medio de los actos agradadores de imagen o *Face Flattering Acts* (Kerbrat-Orecchioni 2004), que podemos identificar con los calificados por Haverkate (1994) como actos de habla corteses, en el sentido de que su emisión conlleva el incentivo de la imagen social del receptor. Nos encontramos, pues, ante actos de habla expresivos como el halago, el agradecimiento o la felicitación.

En los fragmentos siguientes se puede apreciar cómo el objetivo ilocutivo del cumplido consiste en “expresar solidaridad y aprecio, así como establecer un contexto interaccional que facilite la colaboración entre los interlocutores” (Haverkate 1994: 80), mientras que el agradecimiento queda reflejado como un acto de habla cuya finalidad consiste en “restablecer el equilibrio de la relación coste-beneficio entre hablante y oyente, lo cual equivale a afirmar que las fórmulas de agradecimiento compensan simbólicamente el coste invertido por el oyente en beneficio del hablante” (Haverkate 1994: 93).

Asimismo, la felicitación se concibe como un acto de habla reactivo que supone “un gesto de cortesía convencional” dirigido a “apoyar o reforzar la imagen positiva del interlocutor” (Haverkate 1994: 81):

(8) 31/01/2016 19:51:11: H1: Ninguna te supera, *obviamente* (MEsA, WhatsApp, WA2015-15,abr-dic).

(9) Usuario 93 (mujer): Lo que te voy a echar de menos.... *Sin duda*, has hecho que ame la serie por tu personaje! Espero que vuelvas pronto! (MEsA, Instagram, IG2017jul7AUR).

(10) Siempre veo por You Tube las presentaciones de científicos que hace el Sr. Eduard Punset en su programa Redes, las cuales me resultan *sumamente* didácticas y esclarecedoras, de la problemática que encierra el diario vivir del ser humano de nuestro tiempo. Gracias (MEsA, blogs, BL2015jun-dicEDU).

A ellos añadimos la expresión de acuerdo con respecto a lo afirmado por el anterior interlocutor, segunda parte preferida del par adyacente aserción-respuesta a la aserción que, socialmente, confirma y potencia la imagen del destinatario y que, por ende, puede considerarse como una muestra indirecta de cortesía valorizante (Albelda Marco 2003):

(11) 17/2/2016, 21:38 - M1: Esta llega a saber donde es la consulta y se muere 17/2/2016, 21:38 - M1: 😊 17/2/2016, 21:45 - M2: *Desde luego* 17/2/2016, 21:45 - M2: Infarto al corazón (MEsA, WhatsApp, WA2016feb-mar).

(12) Usuario 1 (no identificado): *Totalmente* de acuerdo contigo. Mis padres emigraron a Cataluña desde Córdoba, allí éramos los andaluces (MEsA, blog, BL2016sepAGRI).

En los ejemplos aportados puede apreciarse cómo la intensificación de esta cortesía valorizadora se logra por medio de operadores modales que reafirman el discurso desde la evidencia, presentándolo como una afirmación sostenida no solo por el hablante, sino por toda la comunidad (*desde luego, por supuesto, obviamente, evidentemente, lógicamente*), o destacando el total convencimiento del hablante (*sin duda, indudablemente*) y a través de operadores argumentativos intensificadores (*totalmente, sumamente, francamente, verdaderamente*).

De nuevo insistimos en que el valor social de cortesía valorizadora se produce cuando estos operadores acompañan a los actos de habla señalados. Es decir, no podemos asociar biunívocamente operador discursivo y efecto

social, pero sí consideramos que debería citarse este valor en la descripción de las unidades señaladas.

#### 4.3. OPERADORES DISCURSIVOS DE AFILIACIÓN

Tal como indica su nombre, este subgrupo de operadores alberga aquellas unidades que destacan la vinculación y, sobre todo, la confianza y confianza entablada entre los dos polos del proceso comunicativo: emisor y receptor. Utilizando el término *afiliación* en su sentido más etimológico, entendido como la incorporación en un grupo (DRAE, s.v. *afiliar*), y partiendo de la importancia que posee el ideoma de la confianza en la imagen social de afiliación española (Hernández Flores 1999, 2002, 2003, Albelda 2007), consideramos que operadores como *confidencialmente*, *entre tú y yo*, *entre nosotros*, *de mujer a mujer* o *de hombre a hombre* apelan a la complicidad y empatía del receptor con el hablante, reforzando, así, la unión entre ambos y potenciando sus respectivas imágenes sociales. Nótese que ya Brown y Levinson incluyeron en su propuesta teórica la estrategia de cortesía positiva *claim common ground* (apud 1987 [1978]: 103).

(13) Don Pedro: Permitid que me ría, señor duque. Difícil sería que pudieran superarnos, aunque es a vos, como juez, a quien corresponde decidir.

Duque: *Confidencialmente*, amigo don Pedro, os diré que yo tampoco creo que lo consigan. Tenéis el premio muy cerca. Más sabéis que soy hombre justo, y si estos amigos lo merecen, les concederé el triunfo sin dudarlos (CREA. García May, Ignacio: Alesio, una comedia de tiempos pasados. Madrid: Primer Plano. Segunda época, 1987).

(14) - ¿Y de dónde sacó información sobre la CIA, leyendo hartos best seller?

- *Entre tú y yo*, y no me importa decirlo en Chile... (sonríe) Lo inventé todo. Es grupo. ¡Claro! Yo algo sé de la CIA. Pero cuando escribo todo es totalmente falso. [...] (CREA. «Páginas en las que hay un montón de mentiras destinadas a entretener». Caras. Santiago: reuna.cl/caras, 1997-07-07).

#### 4.4. OPERADORES DE PROTECCIÓN DE LA IMAGEN SOCIAL PROPIA

Si bien profundizaremos en su funcionamiento discursivo en el apartado siguiente, debemos señalar que el último subgrupo de operadores identificado se corresponde con aquellos cuyo valor procedimental formaliza en el discurso una actividad de salvaguarda de la imagen social del emisor. Según se ha explicado anteriormente, las estrategias de (des)cortesía toman como foco la imagen social del receptor, que resulta alabada o denigrada. Las actividades de autoimagen, en cambio, se caracterizan por tomar como epicentro la imagen social del propio hablante, “la cual es realzada, protegida o confirmada por él mismo” (Hernández Flores 2013: 186).

Para la actualización de estas actividades de autoimagen o *self-politeness*, según la terminología aportada por Chen (2001), los interlocutores emplean dos tipos de operadores: aquellos que formalizan una disculpa enunciativa catafórica y aquellos que, por su semantismo, se relacionan con el cumplimiento de la máxima de calidad o la máxima de cantidad del Principio de Cooperación formulado por Grice (1967):

(15) Angie Nails: (...) Tengo una cliente, que ha tardado meses en tener uñas...Y no digo uñas largas...sino UÑAS..porque se la dejaron en carne viva..tubo fiebres y todo. Esa es una de ellas, que en este caso no fue un chino, si no una persona que *con perdon de la palabra* no tenia ni puta idea de hacer uñas..como es el caso vuestro (MEsA, blog, BL2011jul5MUN).

(16) 2015/10/13, 11:37 - H6: En ese comentario veo un poso un poco hitleriano, ¿Eh?

2015/10/13, 11:37 - H1: en cual de ellos?

2015/10/13, 11:38 - H6: Al último

2015/10/13, 11:38 - H1: “to cinico” ?

2015/10/13, 11:38 - H1: :P

2015/10/13, 11:39 - H6: Aro, ese.

2015/10/13, 11:39 - H1: hitler lo decía mucho: -”To cínico, tío”

2015/10/13, 11:40 - H1: *Sinceramente* creo que comparar esos comentarios es absurdo (MEsA, WhatsApp, WA2016feb-mar).

(17) La ciudad ha prosperado mucho en las ultimas decadas, y eso ha atraido a gente de todos los lados, sea por el petroleo o por otras razones. Nombro esto porque el petroleo es el alma de la ciudad... todo el mundo tiene a alguien en la familia trabajando directa o indirectamente en el sector. Y *todo hay que decirlo*, la inyección económica que esto aporta se deja ver en todos los rincones... (MEsA, foros, FO2007-08feb-marSPA).

Tal como apreciarse en 15, el interlocutor pide disculpas anticipadamente por la emisión de un término malsonante. De esta forma, su imagen social queda protegida del desgaste que podría sufrir por la emisión de una expresión ofensiva para el receptor. En 16 y 17, en cambio, el emisor se escuda en la necesidad de ser sincero o de comunicar toda la información pertinente con la misma finalidad: evitar que se imagen social propia se vea erosionada por la verbalización de expresiones o actos de habla que, por su cariz, resultan políticamente incorrectos, y que podrían presentarlo ante los demás como una persona descortés, ruda o socialmente incompetente.

En definitiva, consideramos que, en líneas generales, los operadores discursivos contribuyen a la gestión de la imagen social de los participantes en la interacción y, en concreto, a la formalización de estrategias de cortesía mitigadora, cortesía valorizadora, afiliación con el receptor y protección de la imagen social propia. En todos los casos reseñados, el valor social indicado corresponde al funcionamiento prototípico de estos operadores. Sería, por decirlo así, su valor interrelacional codificado o neutro. Sin embargo, el efecto social causado depende estrechamente de los factores que configuran la situación comunicativa, de modo que el valor social proporcionado puede verse modificado si se alteran las condiciones de enunciación. Ya hemos indicado la inversión que puede sufrir el operador *por favor* en base a los elementos suprasegmentales. Y lo mismo sucedería si estos operadores se emiten, por ejemplo, de modo irónico. Ahora bien, dado que se trata de un efecto social comprendido y compartido por todos los interlocutores, este debería encontrar acomodo en la descripción de estas unidades, y aludirse, así, por ejemplo, en la descripción de *confidencialmente*, a su empleo prototípico como operador de afiliación, aunque se indique la necesidad de adoptar una aproximación variacionista.

## 5. OPERADORES DE PROTECCIÓN DE LA IMAGEN SOCIAL PROPIA: VALORES ARGUMENTATIVOS

Partiendo de la relación bidireccional existente entre argumentación y gestión de la imagen social, abordamos el análisis de los operadores discursivos de protección de la imagen social propia, identificando el rendimiento que poseen estas unidades en las dos dimensiones señaladas, esto es, en la organización argumentativa y social de nuestros discursos. En concreto, nos centramos en aquellos que aluden a dos de las máximas integrantes del principio que rige nuestras conversaciones: la máxima de calidad y de

cantidad del Principio de Cooperación (Grice 1967). La cuestión que se nos plantea con estos operadores es por qué el emisor recalca, a través de ellos, la asunción de dos normas que, en condiciones normales, y a no ser que se dé muestras de lo contrario, se presuponen admitidas. La respuesta, a nuestro juicio, se relaciona con el empleo social y argumentativamente estratégico de estas unidades.

En el caso concreto de los operadores de sinceridad, los trabajos previos existentes coinciden en resaltar el empleo táctico de los mismos (Porroche Ballesteros 2005, 2006, González Ruiz 2005-2006, Aznárez y González Ruiz 2006). Es decir, se considera que su uso no se debe, únicamente, al hecho de que “hablante es esencialmente bueno, incapaz de tergiversar”, sino al hecho de que al emisor “le parece pertinente mostrarse sincero en una situación determinada (sea por razones cooperativas, sea por razones egoístas)” (Montolío Durán 1993: 125).

En general, la focalización de la máxima de calidad se produce en circunstancias en las que, por diversos motivos, el comportamiento comunicativo esperado consiste, precisamente, en su transgresión. De ahí que sea necesario resaltar su acatamiento. Además, desde el punto de vista argumentativo, el reconocimiento de la actitud sincera del emisor supone la asunción de la veracidad del contenido emitido y, por ende, conllevan una preferencia enunciativa y el aumento de la fuerza argumentativa del enunciado en el que se insertan<sup>5</sup>. En palabras de González Ruiz (2005-2006: 218), “el modalizador de sinceridad incide en el acto ilocutivo asertivo en la medida en que la aserción se presenta como una aserción enfática, al mismo tiempo que se intensifica el contenido aseverado”.

Pero a estos valores en los planos enunciativos, informativos y argumentativos se les suma el efecto generado en la dimensión interrelacional y, más en concreto, en la proyección de la imagen social propia del emisor. Si nos fijamos, la utilización de estos operadores enunciativos de sinceridad ejecuta dos estrategias que favorecen la imagen social del emisor: califica al hablante como una persona sincera y cooperativa, cualidades socialmente valoradas, y crea un escudo protector con respecto a la minusvaloración que puede sufrir su imagen por la emisión de un acto de habla descortés como la crítica o el insulto hacia el destinatario. Recuérdese que el efecto de la emisión de un acto de habla descortés puede ser “interpersonalmente negativo” (Bernal 2007). Así, el hablante explicita su sinceridad para

<sup>5</sup> Nótese que cuando estas unidades preceden a un adjetivo integradas entonativamente en el contenido proposicional se comportan como intensificadores de la unidad a la que afectan: *es francamente agradable* (Fuentes Rodríguez 2009).

justificar la necesidad de emitir este contenido proposicional y, de este modo, evitar que su imagen social se vea degradada por ello. Ello explica que sea usual la presencia de estos operadores en la verbalización de respuestas no preferidas (18) o en críticas y descalificaciones que, además de dañar la imagen social del receptor de las mismas, pueden proyectar la imagen del emisor como un ser descortés y grosero (19). Como decimos, su empleo responde, precisamente, al deseo de evitar este último efecto:

(18) 2015/11/30, 23:35 - H2: habéis visto el debate?  
 2015/11/30, 23:57 - H2: no? nadie?  
 2015/11/30, 23:57 - H2: vaya  
 2015/12/01, 01:15 - H4: No suelo ver esas cosas, *la verdad* (MEsA, WhatsApp, WA2016feb-mar).

(19) La dilación del tratamiento y la pretensión de la oposición de no aprobar el crédito fue calificada por el senador colorado y empresario Blas N. Riquelme como “un acto criminal”. El legislador oficialista dijo que “esta situación de que los créditos no se aprueban en el Congreso porque la oposición está haciendo ese trabajo es criminal, *sinceramente* creo que es criminal porque no estamos aquí para hacer política sino para administrar los intereses del Estado paraguayo” (CORPES XXI. «Opositores cedieron y Senado tratará proyectos de créditos». La Nación. Asunción: lanacion.com.py, 2006-09-01).

Además, en situaciones de mayor o menor grado de confrontación, la intensificación de la fuerza argumentativa implicada por los operadores enunciativos de sinceridad supone también, por el contraste generado, la minoración de la adecuación de la tesis contraria, así como su calificación indirecta como no correcta, no sincera o no ajustada a la realidad:

(20) 27/05/2016 23:53:30: M1: Hombre  
 27/05/2016 23:53:33: M1: Ahora tienes novia  
 27/05/2016 23:53:38: M1: Y haces un mes no xD  
 27/05/2016 23:53:45: M1: Algo habrán cambiado las cosas  
 27/05/2016 23:53:49: M1: Digo yo  
 27/05/2016 23:54:00: H1: puesssss  
 27/05/2016 23:54:03: H1: quedo con ella  
 27/05/2016 23:54:05: H1: y poco mas  
 27/05/2016 23:54:10: H1: en eso se diferencia mi vida *sinceramente* (MEsA, WhatsApp, WA2015-16,abr-dic).

Por último, hemos constatado este mismo funcionamiento de intensificación de la fuerza argumentativa y protección de la imagen social propia está

también presente en las autocríticas emitidas por el hablante: el emisor se ampara en el respeto de la máxima de calidad para comunicar una información negativa para sí mismo, formalizando, así, la estrategia conocida como *captatio benevolentiae*:

- (21) 15/12/16, 09:32 - H1: libros cuyos parrafos son de dos lineas, y todos los verbos son de accion 2015/12/16, 09:32 - H1: es tb molesto 2015/12/16, 09:32 - H1: prefiero algo intermedio 2015/12/16, 09:32 - H1: es decir, descripciones utiles sin ser cargante 2015/12/16, 09:33 - H1: yo no sabría hacerlo, *la verdad* (MEsA, WhatsApp, WA2016feb-mar).

No obstante, ya hemos indicado la necesidad de abordar el estudio de estas unidades supraoracionales desde una óptica variacionista que nos permita dar cuenta de la riqueza y versatilidad de su funcionamiento discursivo. Existen otros contextos comunicativos en los que estos elementos no aceptan ser calificados como operadores discursivos de protección de la imagen social propia. Véase, por ejemplos, aquellos casos en los que se emplean para reforzar un acto de habla propio de la cortesía valorativa, como es el halago o el agradecimiento, con la finalidad de que estos no se interpreten como un mero acto de cortesía ritual carente de sentimiento. Con estos actos de habla, los operadores enunciativos de sinceridad se comportarían como operadores de fomento de la cortesía valorizadora:

- (22) Usuario 30 (hombre): Una historia preciosa *la verdad*, de estas cositas hay que compartir siempre, para robar una sonrisa. ;) Que grande eres Santiago [emojiconos aplausos] (MEsA, Twitter, TW2017sep-octSEG).
- (23) @Frank\_Cuesta ¡Qué belleza, en serio! ¡No tenía ni idea de esto, es precioso! No podría agradecerte más que compartas estas cosas con nosotros, de *verdad* (MEsA, Twitter, TW2017jul8FRA).

Por otra parte, en lo que respecta a los operadores de protección de la imagen social propia relacionados con la máxima de cantidad, aquella que interpela a los interlocutores a emitir la cantidad de información necesaria y ajustada al devenir de la comunicación, destacamos a *por qué no decirlo* y *todo hay que decirlo*. De nuevo el empleo de estas unidades no es casual, sino estratégico: el emisor recalca que está acatando una norma en una situación comunicativa en la que lo políticamente correcto sería obviar o no revelar la información de la que dispone. En consecuencia, argumentativamente volvemos a encontrarnos ante lo que podríamos calificar como modificadores realizantes, esto es, ante unidades que implican un realce o focalización del

*dictum* y, por ende, una potenciación de su fuerza argumentativa (Ducrot 1995). Y, desde el punto de vista interaccional, su empleo vuelve a suponer un escudo protector para la imagen social del emisor: el hablante se ampara en la necesidad de no ocultar ninguna información al receptor para emitir una crítica o reconocer un dato que deteriora su propia imagen social.

(24) Mantecón se sintió el centro del convite, como si fuera la miga y la sustancia de la reunión. El heladero era un poco vanidoso, *todo hay que decirlo*, niña mía, quizá su principal defecto (CORPES XXI. Gutiérrez Aragón, Manuel: El ojo del cielo. Barcelona: Anagrama, 2018).

(25) Empezaron a aparecer enemigos ocultos en la red que me criticaban por subir una foto o por publicar algún comentario con un tema que no estuviera relacionado con DaniM. Cualquiera cosa que hacía era cuestionada, con razón o sin ella. Creé algunos enemigos y generé mucha envidia. Y también, *por qué no decirlo*, fui creyéndome una auténtica Twitterstar, con mis amigos y también con mis enemigos, a los que intenté no darles importancia y ni tan siquiera responder (CORPES XXI. Blue Jeans: Algo tan sencillo como twittear te quiero. Barcelona: Planeta, 2015).

Estos valores sociales actualizados explican también la tendencia a la anteposición detectada en estos operadores: el hablante anticipa el operador al contenido políticamente no correcto para comenzar escudándose en la necesidad de acatar la máxima de cantidad antes de comunicar la información directa o indirectamente lesiva para su imagen social. Ambos operadores moldean el refugio perfecto para la imagen del hablante, que queda resguardada de todo daño.

Ahora bien, el funcionamiento discursivo de estos operadores no es idéntico. Desde el punto de semántico, *por qué no decirlo* evidencia las dudas albergadas por el emisor sobre la conveniencia de transmitir el contenido afectado, mientras *todo hay que decirlo* apunta a una actitud más tajante. A ello se suma que los corpus analizados nos han mostrado la especialización de *por qué no decirlo* en la introducción del último segmento de una enumeración, aquel que resulta menos correcto socialmente y al que se dota de una mayor fuerza argumentativa (26), mientras que *todo hay que decirlo* puede aparecer introduciendo contraargumentos y refutaciones que reorientan la dirección argumentativa del texto hacia una nueva conclusión, contexto en el que no hemos detectado ningún ejemplo de *por qué no decirlo* (27):

(26) Y este esconderse por esconderse me parece ridículo, insano y *-por qué no decirlo-* estúpido (CORPES, A. Bushby, *La dama del laberinto. Perro muerto. Historia de un gol peruano*, 2003).

(27) En segundo lugar sería necesario detallar el procedimiento de selección, para lo cual nos parecen viables dos alternativas: vincularlos al diálogo competitivo o incluirlos en la regulación de los concursos de proyectos (por analogía). En ambos casos, se debería contemplar un incentivo generalmente aceptado en este tipo de proyectos como es el reconocimiento al menos de los gastos en que ha incurrido el titular de la iniciativa. Para lo cual, se prevé que la Administración establezca los límites que sean procedentes según la suma del proyecto. Este mecanismo podría operar especialmente en caso de que, finalmente, fuera un tercero el que se adjudicara el derecho a ejecutar la obra. Aunque la experiencia de otros países demuestra, *todo hay que decirlo*, que este mecanismo no constituye por sí solo un incentivo para la generación de iniciativas, en la medida que quienes formulan proyectos de inversión pretenden ejecutarlos y no que únicamente le sean reembolsados los gastos realizados en su formulación (CORPES. Ridaó i Martín, Joan: «La colaboración entre el sector público y el sector privado en proyectos complejos de infraestructuras y servicios públicos. Una revisión crítica del marco legal en España». *Revista Española de Ciencia Política*. Madrid: [recyt.fecyt.es/index.php/recp](http://recyt.fecyt.es/index.php/recp), 2014-03).

Cerramos este apartado contestando de nuevo a la pregunta planteada al inicio del mismo: ¿por qué el hablante selecciona operadores que subrayan el acatamiento de dos máximas que se suponen respetadas en toda comunicación? La respuesta queda reafirmada por el análisis expuesto: por razones relacionadas con la argumentación y la gestión de la imagen social. En aquellas situaciones comunicativas en las que el comportamiento socialmente apropiado consiste en la transgresión de dichas máximas, el uso de estos operadores justifica la emisión de la información socialmente negativa por la necesidad de ser sinceros o de no silenciar la información pertinente. Tal como se ha demostrado, el contenido proposicional afectado por ellos queda realzado y argumentativamente intensificado, pero la imagen social del emisor resulta indemne.

## 6. CONCLUSIONES

La argumentación y la (des)cortesía verbal son dos de los principales engranajes del proceso comunicativo. Modulamos nuestra imagen social, y la de nuestros interlocutores, para alcanzar la aceptación de la tesis propuesta, al mismo tiempo que la configuración de nuestro discurso argumentativo contribuye a esculpir nuestra imagen social (Alcaide Lara 2014). Nuestras palabras están, pues, impregnadas de estos valores.

En este trabajo hemos demostrado el funcionamiento que desarrollan los operadores discursivos en la dimensión más social del lenguaje. Disponemos de operadores que fomentan la cortesía mitigadora y valorizadora, de operadores que contribuyen a forjar una relación afiliativa con el receptor y de operadores destinados a proteger la imagen social del hablante de los posibles daños ocasionados por sus palabras. Además, en aras de constatar la interconexión entablada entre los valores indicados, hemos analizado el rendimiento argumentativo de los operadores de protección de la imagen social propia, que se han revelado como elementos de realce de la fuerza ilocutiva, elementos que dotan de mayor fuerza argumentativa al contenido emitido y que contribuyen, por ende, al éxito comunicativo.

Tal como hemos indicado, todas estas instrucciones relativas a la dimensión interrelacional deben ser incorporadas a la definición de dichas unidades, si queremos dar cuenta de manera fidedigna de la riqueza y del carácter poliédrico de nuestro sistema lingüístico. No obstante, al tratarse de factores altamente dependientes del cotexto y contexto comunicativo, la determinación de los mismos ha de partir siempre de una aproximación variacionista que nos permita esquivar cualquier generalización y/o simplificación etnocentrista en nuestros análisis (Brenes Peña 2011, Alcaide Lara 2011, Fernández García 2016, entre otros).

## FINANCIAMIENTO

Proyecto *Macrosintaxis del discurso persuasivo: construcciones y operadores* (MACPer, ref. P18-FR-2619), financiado por la Junta de Andalucía (Proyectos PAIDI Frontera), dirigido por las profesoras Catalina Fuentes Rodríguez y Ester Brenes Peña.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBELDA MARCO, MARTA. 2003. Los actos de refuerzo de la imagen en la cortesía peninsular. En Diana Bravo (ed.). *Actas del Primer Coloquio EDICE. La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes*: 298-305. Estocolmo: Universidad de Estocolmo.
- \_\_\_\_\_. 2007. Componentes de la imagen social (pública) española a través de un análisis lingüístico de entrevistas en medios de comunicación. *Quaderns de Filologia* 12: 93-108.
- ALCAIDE LARA, ESPERANZA. 2011. La perspectiva variacionista en el estudio de la (des)cortesía verbal. En Yolanda Congosto y Elena Méndez (eds.). *Variación lingüística y contacto de lenguas en el mundo hispánico*: 391-415. Frankfurt: Iberoamericana/Vervuert.
- \_\_\_\_\_. 2014. La relación argumentación-(des)cortesía en el discurso persuasivo. *Sociocultural Pragmatics* 2(2): 223-261.
- ANSCOMBRE, JEAN-CLAUDE Y OSWALD DUCROT. 1983. *L'argumentation dans la langue*. Lieja: Mardaga.
- AZNÁREZ MAULEÓN, MÓNICA Y RAMÓN GONZÁLEZ RUIZ. 2006. Semántica y pragmática de algunas expresiones de sinceridad en el español actual. En Manuel Casado, Ramón González y María Victoria Romero (eds.). *Análisis del discurso: lengua, cultura, valores*, pp. 1211-1228. Madrid: Arco Libros.
- BERNAL, MARÍA. 2007. *Categorización sociopragmática de la cortesía y descortesía. Un estudio de la conversación coloquial española*. Stockholm: Stockholm University.
- BRAVO, DIANA. 1999. ¿Imagen «positiva» vs. Imagen «negativa»? : pragmática socio-cultural y componentes de fase. *Oralia* 2: 155-184.
- \_\_\_\_\_. 2003. Actividades de cortesía, imagen social y contextos socioculturales: una introducción. En Diana Bravo (ed.). *Actas del Primer Coloquio EDICE. La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes*: 98-108. Estocolmo: Universidad de Estocolmo.
- \_\_\_\_\_. 2004. Tensión entre universalidad y relatividad en las teorías de la cortesía. En Diana Bravo y Antonio Briz (coords.). *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*: 15-38. Barcelona: Ariel.
- \_\_\_\_\_. 2005. Categorías, tipologías y aplicaciones. Hacia una redefinición de la “cortesía comunicativa”. En D. Bravo (ed.). *Estudios de la (des)cortesía en español. Categorías conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos*: 21-52. Buenos Aires: Dunken.
- BRENES PEÑA, ESTER. 2011. *(Des)cortesía verbal y tertulia televisiva. Análisis pragmalingüístico*. Bern: Peter Lang.
- \_\_\_\_\_. 2013. La descortesía mediático lúdica en los programas de entretenimiento. El rol del jurado agresivo. En C. Fuentes Rodríguez (ed.). *Imagen social y medios de comunicación*: 145-165. Madrid: Arco Libros.
- \_\_\_\_\_. 2020. De construcciones a operadores: la alusión al decir. En C. Fuentes Rodríguez (coord.) *Operadores en proceso*: 76-113. München: Lincom.
- BRIZ GÓMEZ, ANTONIO. 2007. Para un análisis semántico, pragmático y sociopragmático de la cortesía atenuadora en España y América. *Lingüística Español Actual* 29: 5-40.
- BROWN, PENELOPE Y STEPHEN LEVINSON. (1987 [1978]). *Politeness. Some Universals in Language Use*. Cambridge: Cambridge University Press.
- COMPANY, CONCEPCIÓN. 2004. ¿Gramaticalización o desgramaticalización? Reanálisis y subjetivización de verbos como marcadores discursivos en la historia del español. *Revista de Filología Española* 84(1): 29-66.

- CORTÉS RODRÍGUEZ, LUIS Y MATILDE CAMACHO ADARVE. 2005. *Unidades de segmentación y marcadores del discurso*. Madrid: Arco Libros.
- CHEN, RONG. 2001. Self-politeness: A proposal. *Journal of Pragmatics* 33(1): 87-106.
- DUCCROT, OSWALD. 1983. Opérateurs argumentatifs et visée argumentative. *Cahiers de Linguistique Française* 5: 7-36.
- \_\_\_\_\_. 1995. Les modificateurs déréalisants. *Journal of Pragmatics* 24: 145-165.
- FERNÁNDEZ GARCÍA, FRANCISCO. 2016. Bases teóricas para un estudio transcultural y variacionista de la (des)cortesía. *ELUA: Estudios de Lingüística de la Universidad de Alicante* 30: 79-100.
- FUENTES RODRÍGUEZ, CATALINA. ([2000] 2017). *Lingüística Pragmática y Análisis del discurso*. Madrid: Arco Libros.
- \_\_\_\_\_. 2001. Los marcadores del discurso: ¿una categoría gramatical?, en Elena Méndez, Josefa Mendoza y Yolanda Congosto (coords.). *Indagaciones sobre la lengua: estudios de filología y lingüística españolas en memoria de Emilio Alarcos*: 323-348. Sevilla: Editorial Universidad de Sevilla.
- \_\_\_\_\_. 2003. Operador/conector, un criterio para la sintaxis discursiva. *RILCE* 19(1): 61-85.
- \_\_\_\_\_. 2008. La aproximación enunciativa. *Lingüística Española Actual* 30(2): 223-258.
- \_\_\_\_\_. 2009a. *Diccionario de conectores y operadores del español*. Madrid: Arco Libros.
- \_\_\_\_\_. 2009b. La argumentación en la lengua y la cortesía verbal, ¿dos teorías distintas? En Miguel Casas y Raúl Márquez (coords.). *XI Jornadas de Lingüística: homenaje al profesor José Luis Guijarro Morales*: 109-148. Cádiz: Universidad de Cádiz.
- \_\_\_\_\_. 2009c. La expresión de la reserva enunciativa. *Interlingüística* 18: 22-37.
- \_\_\_\_\_. 2020a: Operadores discursivos. En Catalina Fuentes Rodríguez (coord.). *Operadores en proceso*: 7-34. Munich: Lincom.
- \_\_\_\_\_. 2020b. El programa EDICE y el grupo APL. En Marina González, Catalina Fuentes y Ester Brenes (coords.). *(Des)cortesía, actividades de imagen e identidad*: 17-32. Sevilla: EUS.
- FUENTES RODRÍGUEZ, CATALINA Y ESPERANZA ALCAIDE LARA. 2002. *Mecanismos lingüísticos de la persuasión*. Madrid: Arco Libros.
- GOFFMAN, ERVING. 1967. *Interaction Ritual: Essays on Face-to-face Behavior*. Garden City, NY: Anchor/Doubleday.
- GONZÁLEZ RUIZ, RAMÓN. 2005-2006. Modalizadores de sinceridad, cooperación y estrategias comunicativas. *Anuario de Lingüística Hispánica* 21-22: 199-228.
- GRICE, HERBERT PAUL. 1967. Logic and conversation. En Peter Cole y Jerry L. Morgan (eds.), *Syntax and Semantics*: 41-58. New York: Academic Press.
- GU, YUEGUO. 1990. Politeness phenomena in modern Chinese. *Journal of Pragmatics* 14(2): 237-257.
- HAVERKATE, HENK. 1994. *La cortesía verbal. Estudio pragmalingüístico*. Madrid: Gredos.
- HERNÁNDEZ FLORES, NIEVES. 1999. Politeness ideology in Spanish colloquial conversations: The case of advice. *Pragmatics* 9(1): 37-49.
- \_\_\_\_\_. 2002. *La cortesía en la conversación española de familiares y amigos. La búsqueda del equilibrio entre la imagen del hablante y la imagen del destinatario*. Aalborg: Institut for sprog og internationale kulturstudier.
- \_\_\_\_\_. 2003. Cortesía y contextos socioculturales en la conversación de familiares y amigos. En Diana Bravo (ed.). *Actas del Primer Coloquio EDICE. La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes*: 121-127. Estocolmo: Universidad de Estocolmo.
- \_\_\_\_\_. 2006. Actividades de autoimagen, cortesía y descortesía: tipos de actividades de imagen en un debate televisivo. En José Luis Blas Arroyo, Mónica Casanova Ávalos y Manuela

- Velando Casanova (eds.). *Discurso y sociedad: contribuciones al estudio de la lengua en contexto social: 1583-1591*. Castelló de la Plana: Publicaciones de la Universitat Jaume I.
- \_\_\_\_\_. 2013. Actividad de imagen: caracterización y tipología en la interacción comunicativa. *Pragmática Sociocultural* 1(2): 175-198.
- KERBRAT ORECCHIONI, CATHERINE. 2004. ¿Es universal la cortesía? En Diana Bravo y Antonio Briz (coords.). *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español: 39-54*. Barcelona: Ariel.
- LARDONE, ELENA. 2009. *Los marcadores del discurso y la cortesía verbal en español*. Bern: Peter Lang.
- \_\_\_\_\_. 2009. 2012. El alcance interpersonal de los marcadores del discurso en la dinámica conversacional: el ejemplo de la cortesía verbal. *Verba* 39: 301-313.
- \_\_\_\_\_. 2009. 2017. Inferencias relacionales y valores culturales en el estudio de los marcadores del discurso. *Cuadernos AISPI* 10: 113-136
- LO CASCIO, VINCENZO. 1998. *Gramática de la argumentación*. Madrid: Alianza.
- MARTÍN ZORRAQUINO, MARÍA ANTONIA. 2001. Marcadores del discurso y estrategias de cortesía verbal en español. En Antonio Moya y María Isabel Montoya (eds.). *La lengua española y su enseñanza: actas de las VI Jornadas sobre la Enseñanza de la Lengua Española: 55-74*. Granada: Universidad de Granada.
- MARTÍN ZORRAQUINO, MARÍA ANTONIA, Y JOSÉ PORTOLÉS LÁZARO. 1999. Los marcadores del discurso. En Ignacio Bosque y Violeta Demonte (coords.), *Gramática descriptiva de la lengua española 2: 4051-4213*. Madrid: Espasa- Calpe.
- MATSUMOTO, YOSHIKO. 1988. Reexamination of the universality of face: Politeness Phenomena in Japanese. *Journal of Pragmatics* 12(4): 403-426.
- MONTOLÍO DURÁN, ESTRELLA. 1993. Si me lo permiten... Gramática y pragmática: sobre algunas estructuras condicionales regulativas en español. *Diálogos Hispánicos de Amsterdam* 12: 119-148.
- \_\_\_\_\_. 2003. Es una buena periodista, en principio. Sobre el operador discursivo en principio y su función modalizadora en el discurso periodístico. *Español Actual* 79: 45-58.
- \_\_\_\_\_. 2010. Por ahora/ de momento/ por el momento, es un tipo encantador. Operadores de debilitamiento argumentativo de origen temporal. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 44: 28-66.
- PLACENCIA, MARÍA ELENA. 1998. Pragmatic variation: Ecuadorian Spanish vs. Peninsular Spanish. *Spanish Applied Linguistics* 2: 71-106.
- PORROCHE BALLESTEROS, MARGARITA. 2005. Sobre francamente. En María Auxiliadora Castillo (ed.). *Actas del XV Congreso Internacional de ASELE: 693-699*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- \_\_\_\_\_. 2006. Sobre los adverbios enunciativos españoles. Caracterización, clasificación y funciones pragmáticas y discursivas fundamentales. *Revista Española de Lingüística* 35(2): 495-522.