



PRAGMÁTICA INTERCULTURAL: EL ACTO DE HABLA DE LOS CUMPLIDOS EN ESTUDIANTES SINOHABLANTES DE ESPAÑOL COMO LENGUA EXTRANJERA

Mónica Pérez Ruiz

Trabajo de Fin de Máster dirigido por Hugo Lázaro Ruiz

MÁSTER UNIVERSITARIO EN LINGÜÍSTICA APLICADA
A LA ENSEÑANZA DEL ESPAÑOL COMO LENGUA EXTRANJERA
2015 - 2016

A mi abuelo Buenaventura

ÍNDICE

Introducción: Aproximación al tema y justificación.....	8
Capítulo 1. Marco teórico	10
1. El acto de habla del cumplido	10
1.1 Definición	10
1.2 Aspectos lingüísticos de los cumplidos	11
1.3 Relación entre cumplido y cultura	13
1.4 Función comunicativa de los cumplidos	15
2. El cumplido dentro del fenómeno de la cortesía lingüística.....	16
2.1 Revisión de los principales estudios sobre la cortesía	17
2.1.1 Lakoff	18
2.1.2 Leech.....	20
2.1.3 Brown y Levinson	21
2.2 La cortesía verbal china	24
2.3 La cortesía verbal española.....	27
3. Condición de sinceridad en los cumplidos	28
4. El acto ritual del cumplido	29
4.1 Características del cumplido en chino	29
4.2 Características del cumplido en español	30
ESTADO DE LA CUESTIÓN	31
5. Respuestas a los cumplidos	31
5.1 Principios operacionales en las respuestas a los cumplidos	31
Capítulo 2. Metodología.....	40
1. Cuestiones metodológicas	40
2. Objetivos de investigación e instrumento de recogida de datos	42
3. Selección de los informantes	44
4. Variables.....	46
5. Procedimiento.....	47
6. Descripción del cuestionario.....	48
Capítulo 3. Análisis de los datos e interpretación de los resultados	53
1. Estrategias para responder a los cumplidos.....	53
2. Criterios de análisis	59
3. Distribución situacional.....	60
3.1 Situación 1	60
3.2 Situación 2	62
3.3 Situación 3	64
3.4 Situación 4	66
3.5 Situación 5	69
3.6 Situación 6	71
3.7 Situación 7	73
3.8 Situación 8	75
3.9 Situación 9	77
3.10 Situación 10	80
3.11 Situación 11	82
3.12 Situación 12	83
4. Comparación específica	85
4.1 Distancia social	85

4.2 Posición social.....	88
4.3 Sexo.....	90
4.4 Referentes.....	93
5. Distribución general.....	96
5.1 Respuestas simples y compuestas.....	96
5.2 Macroestrategias y microestrategias.....	96
Capítulo 4. Discusión de los resultados.....	100
1. Preguntas de investigación.....	100
2. Comparación con los resultados obtenidos en otras investigaciones.....	104
Capítulo 5. Conclusiones.....	107
1. Respuesta al acto de habla del cumplido.....	107
2. Limitaciones del estudio.....	108
3. Futuras líneas de investigación.....	108
Bibliografía.....	110
ÍNDICE DE FIGURAS	
Esquema 1. Teoría de Lakoff.....	19
Esquema 2. Teoría de Leech.....	21
Esquema 3. Teoría de Brown y Levinson.....	23
ÍNDICE DE IMÁGENES	
Imagen 1. Introducción del cuestionario.....	48
Imagen 2. Información personal a rellenar en el cuestionario.....	49
Imagen 3. Instrucciones.....	50
Imagen 4. Situación 10.....	50
ÍNDICE DE TABLAS	
Tabla 1. Configuración de la VD.....	46
Tabla 2. Configuración de las VI.....	46
Tabla 3. Codificación de los informantes.....	47
Tabla 4. Configuración de los factores sociales.....	52
Tabla 5. Clasificación de la categoría <i>Aceptación y de sus microestrategias</i>	53
Tabla 6. Clasificación de la categoría <i>Rechazo</i>	54
Tabla 7. Clasificación de la categoría <i>Elaboración positiva y de sus microestrategias</i>	55
Tabla 8. Clasificación de la categoría <i>Elaboración negativa y de sus microestrategias</i>	56
Tabla 9. Clasificación de la categoría <i>Desvío y de sus microestrategias</i>	57
Tabla 10. Clasificación de la categoría <i>Elaboración neutral</i>	59
Tabla 11. Distribución de las estrategias en la situación 1.....	61
Tabla 12. Distribución de las estrategias en la situación 2.....	63
Tabla 13. Distribución de las estrategias en la situación 3.....	65
Tabla 14. Distribución de las estrategias en la situación 4.....	67
Tabla 15. Distribución de las estrategias en la situación 5.....	70
Tabla 16. Distribución de las estrategias en la situación 6.....	72
Tabla 17. Distribución de las estrategias en la situación 7.....	74
Tabla 18. Distribución de las estrategias en la situación 8.....	76
Tabla 19. Distribución de las estrategias en la situación 9.....	78

Tabla 20. Distribución de las estrategias en la situación 10.....	80
Tabla 21. Distribución de las estrategias en la situación 11.....	82
Tabla 22. Distribución de las estrategias en la situación 12.....	84
Tabla 23. Clasificación de las situaciones según la distancia social	85
Tabla 24. Distribución de las estrategias de respuesta según la distancia social..	86
Tabla 25. Clasificación de las situaciones según la posición social	88
Tabla 26. Distribución de las estrategias de respuesta según la posición social...	89
Tabla 27. Clasificación de las situaciones según el sexo	90
Tabla 28. Distribución de las estrategias de respuestas según el sexo	91
Tabla 29. Distribución de las macroestrategias en relación con el sexo del informante y del interlocutor	92
Tabla 30. Clasificación de las situaciones según los referentes	93
Tabla 31. Distribución de las microestrategias del corpus español según los referentes.....	93
Tabla 32. Distribución de las microestrategias del corpus chino según los referentes	94
Tabla 33. Distribución de las macroestrategias según los referentes	95
Tabla 34. Distribución general de las macroestrategias	97
Tabla 35. Distribución general de las microestrategias	98
Tabla 36. Comparación de los resultados de investigaciones anteriores en el ámbito del español peninsular con el estudio actual respecto a las respuestas simples y complejas	104
Tabla 37. Comparación de los resultados de investigaciones anteriores sobre el cumplido en español peninsular con el estudio actual respecto a las macroestrategias más frecuentes	105
Tabla 38. Comparación de los resultados de investigaciones anteriores sobre el cumplido en español peninsular con el estudio actual respecto a algunas microestrategias	106
Tabla 39. Comparación de los resultados de investigaciones anteriores sobre el cumplido en chino con el estudio actual respecto a las macroestrategias más frecuentes.....	106
Tabla 40. Comparación de los resultados de investigaciones anteriores sobre el cumplido en chino con el estudio actual respecto a algunas microestrategias	106

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Comparación de la tipología de respuestas usada en ambos grupos en la situación 1	60
Gráfico 2. Distribución de las macroestrategias empleadas en la situación 1	62
Gráfico 3. Comparación de la tipología de respuestas usada en ambos grupos en la situación 2	62
Gráfico 4. Distribución de las macroestrategias empleadas en la situación 2	64
Gráfico 5. Comparación de la tipología de respuestas usada en ambos grupos en la situación 3	64
Gráfico 6. Distribución de las macroestrategias empleadas en la situación 3	66
Gráfico 7. Comparación de la tipología de respuestas usada en ambos grupos en la situación 4	67
Gráfico 8. Distribución de las macroestrategias empleadas en la situación 4	68
Gráfico 9. Comparación de la tipología de respuestas usada en ambos grupos en la situación 5	69
Gráfico 10. Distribución de las macroestrategias empleadas en la situación 5	71

Gráfico 11. Comparación de la tipología de respuestas usada en ambos grupos en la situación 6	71
Gráfico 12. Distribución de las macroestrategias empleadas en la situación 6	73
Gráfico 13. Comparación de la tipología de respuestas usada en ambos grupos en la situación 7	74
Gráfico 14. Distribución de las macroestrategias empleadas en la situación 7	75
Gráfico 15. Comparación de la tipología de respuestas usada en ambos grupos en la situación 8	76
Gráfico 16. Distribución de las macroestrategias empleadas en la situación 8	77
Gráfico 17. Comparación de la tipología de respuestas usada en ambos grupos en la situación 9	78
Gráfico 18. Distribución de las macroestrategias empleadas en la situación 9	79
Gráfico 19. Comparación de la tipología de respuestas usada en ambos grupos en la situación 10.....	80
Gráfico 20. Distribución de las macroestrategias empleadas en la situación 10...	81
Gráfico 21. Comparación de la tipología de respuestas usada en ambos grupos en la situación 11.....	82
Gráfico 22. Distribución de las macroestrategias empleadas en la situación 11...	83
Gráfico 23. Comparación de la tipología de respuestas usada en ambos grupos en la situación 12.....	84
Gráfico 24. Distribución de las macroestrategias empleadas en la situación 12...	85
Gráfico 25. Distribución de las categorías principales de respuesta según la distancia social	88
Gráfico 26. Distribución de las categorías principales de respuesta según la posición social.....	90
Gráfico 27. Distribución general de las respuestas simples y compuestas.....	96

AGRADECIMIENTOS

Quisiera agradecer a todas las personas que me han apoyado durante la realización de este trabajo su inestimable ayuda. Gracias a ellas, he sido capaz de perseverar hasta el final.

En primer lugar, agradezco a mi tutor, Hugo Lázaro Ruiz, su labor y apoyo constantes. Sin sus comentarios, explicaciones y consejos, este estudio no hubiera podido completarse.

También me gustaría agradecer a las profesoras Susana Martín Leralta y Anna Doquin de Saint Preux la preparación que me han brindado para enfrentarme a nuevos retos en esta etapa de formación académica.

En tercer lugar, doy las gracias a mis compañeros y a mis queridos alumnos de ELE en la Universidad Internacional de Heilongjiang y en la Universidad Normal de Harbin, sin los cuales no hubiera sido posible elaborar el corpus chino y la investigación perdería su carácter intercultural.

No puedo olvidarme tampoco de dar las gracias a todos los informantes españoles que amablemente han colaborado en la elaboración del cuestionario español.

Por último, agradezco a mi familia y a mis amigos todo el afecto que me han brindado durante la realización de este estudio.

RESUMEN

Este trabajo es un estudio heurístico de carácter contrastivo sobre las estrategias que utilizan universitarios chinos y españoles para responder a un cumplido sobre habilidad, posesión, apariencia y personalidad.

En los años 80, tuvo lugar el desarrollo de la pragmática y de la sociolingüística. Se estudiaron diversos actos de habla y el fenómeno universal de la cortesía lingüística, un elemento de vital importancia en la comunicación intercultural, ya que ayuda a establecer, mantener o asentar relaciones interpersonales armoniosas, reduciendo la posibilidad de hallarnos frente a conflictos o malentendidos. Como resultado de este interés, diversos autores comenzaron a estudiar el acto de habla del cumplido, entendiéndose como un acto de habla que permite crear lazos de solidaridad entre el hablante y su interlocutor (Havertake, 1994) dentro de las estrategias de la cortesía positiva (Brown y Levinson, 1978; Holmes, 1988), si bien, se ve influido por diversos convencionalismos sociales.

Pese a la abundancia de estudios sobre este acto de habla en comunidades lingüísticas relacionadas con el mundo anglosajón, todavía no se ha profundizado en el estudio del cumplido en comunidades lingüísticas más alejadas como la china y, sobre todo, dentro del ámbito de la pragmática intercultural. Hasta el momento, no se han realizado estudios contrastivos entre el español peninsular y el chino. Dado que el cumplido forma parte de la pragmática y la enseñanza de aspectos pragmáticos y socioculturales en el aula es una parte indisoluble de la enseñanza de lenguas, consideramos que su estudio es esencial.

El análisis realizado en esta investigación se basa en un corpus formado por 918 estrategias expresadas a través de 600 respuestas a cumplidos realizadas por estudiantes universitarios: 25 chinos y 25 españoles; 12 hombres y 13 mujeres en cada grupo. Hemos utilizado la herramienta Test para completar el discurso (*Discourse completion test*) para recopilar los datos. El cuestionario se administró a los informantes desde finales del mes de junio hasta mediados de julio del año 2016, quienes pudieron completarlo en línea. Las variables independientes cuyo impacto hemos analizado son: sexo, edad, lugar de origen, distancia social y poder social. Usamos metodología cualitativa para elaborar el cuestionario y metodología cuantitativa para desarrollar el estudio exploratorio con ayuda del programa Excel de Microsoft.

Según los resultados de nuestra investigación, los informantes españoles prefieren utilizar respuestas compuestas, es decir, formadas por varias estrategias, mientras que los informantes chinos tienden a usar respuestas simples. Las macroestrategias más utilizadas en los dos corpus son la elaboración positiva y la aceptación. No obstante, los informantes chinos tienden a usar más que los informantes españoles la categoría rechazo. Asimismo, hemos encontrado estrategias exclusivas en ambos corpus.

En cuanto a las variables independientes, tanto en el corpus español como en el chino se aprecia cierto efecto del poder social, la distancia social y el sexo, si bien, influye de forma diferente en cada uno.

En definitiva, pese a estudiar dos comunidades lingüísticas alejadas entre sí y con modelos de cortesía particulares, encontramos bastantes puntos en común en relación a las formas de responder al acto de habla del cumplido.

Palabras clave: pragmática intercultural, cortesía, acto de habla, cumplido, respuestas al cumplido.

INTRODUCCIÓN: APROXIMACIÓN AL TEMA Y SU JUSTIFICACIÓN

La enseñanza de aspectos pragmáticos y socioculturales en el aula es una parte esencial e indisoluble de la enseñanza de lenguas. En la actualidad, no cabe duda de que vivimos en sociedades cada vez más globalizadas y tanto la distancia física como la electrónica se acortan; como consecuencia, es probable que en un momento dado entremos en contacto con miembros de culturas distintas a la nuestra. Para algunos, esta situación puede generar gran estrés, especialmente cuando no se conoce el código ni los valores culturales de la nueva cultura. ¿Qué podemos hacer entonces? ¿Cómo tenemos que comportarnos ante un desconocido con el que ni siquiera compartimos el mismo código lingüístico?

Para solucionar este problema y hacer factible la interacción entre el emisor y el receptor, podemos recurrir al enfoque de la pragmática intercultural o contrastiva. Sabiendo que la pragmática tiene como objeto de estudio los enunciados que se emiten en un contexto específico, teniendo gran importancia este último y los distintos usos del lenguaje, así como la interpretación del mensaje que realiza el destinatario, podemos afirmar que la pragmática intercultural tiene una estrecha relación con el conocimiento del mundo físico y social y con el hecho de que no todas las culturas comparten los mismos conocimientos generales o específicos, existiendo grandes diferencias en casos como el que aquí nos atañe: la cultura china y la cultura española.

En contraposición a la pragmática lingüística, que explica la expresión verbal de las relaciones entre el signo lingüístico y los usuarios del código dentro de un sistema lingüístico concreto, la pragmática intercultural analiza y compara estos principios en distintas culturas. Algunos fenómenos que pueden estudiarse desde las dos perspectivas mencionadas son: la teoría de la cortesía, los actos de habla, la deixis y la estructura de la información. Además, dentro de la pragmática intercultural se analizan otros fenómenos como el choque cultural y el error pragmático¹.

Esta investigación se centra en uno de los actos de habla: el cumplido. Dado que en el contexto universitario chino, donde los métodos utilizados y en consecuencia, los alumnos no cuentan con herramientas ni conocimientos suficientes para desarrollar estrategias que les ayuden a desenvolverse en contextos socioculturales distintos a los de su lengua materna con naturalidad, creemos que es necesario trabajar contenidos pragmáticos de forma explícita y, en concreto, los cumplidos, ya que hasta el momento no se han realizado estudios sobre este tema teniendo un grupo meta formado por aprendientes sinohablantes de español como LE.

El acto de habla del cumplido, estrechamente relacionado con los valores de una cultura, sirve para estrechar lazos entre el hablante y el oyente, es decir, su objetivo es conseguir un efecto positivo sobre este último. En general, los estudios realizados por lingüistas americanos o europeos determinan que el cumplido se encuadra dentro de la cortesía positiva (Brown y Levinson, 1987). Sin embargo, en el ámbito sinohablante, algunos especialistas sostienen que las estrategias de los sinohablantes tienen peculiaridades que revelan la idiosincrasia de su propia cultura.

Para cualquier hispanohablante, resulta llamativa la frecuencia con la que los sinohablantes usan el cumplido en su día a día, incluso en situaciones en las que no

¹ Según el diccionario de términos clave de ELE del Instituto Cervantes, se entiende por error pragmático el que es cometido, tanto en la producción como en la recepción, por un desconocimiento de las normas o valores socioculturales de la lengua.

sería correcto recurrir a ellos en español². Esta realidad se observa dentro y fuera de las aulas y afecta a la adquisición de la competencia pragmática, generando fenómenos de interferencia cultural en el proceso de enseñanza-aprendizaje de ELE. Por ello, los aprendientes de ELE necesitan conocer las similitudes y las diferencias a la hora de usar los cumplidos en español, para evitar malentendidos o situaciones incómodas, fruto del mero desconocimiento.

El objetivo principal de la presente investigación es identificar y analizar el acto de habla del cumplido en estudiantes sinohablantes de ELE y sus respuestas a cumplidos sobre apariencia, posesión, habilidad y personalidad para averiguar si se corresponden con las respuestas de los hablantes nativos en el ámbito del español peninsular o si presentan rasgos diferenciados. Esperamos que esta investigación sirva como punto de partida para futuras investigaciones y contribuya al entendimiento intercultural y al desarrollo de nuevas propuestas didácticas específicas sobre la pragmática del español como LE con aprendientes sinohablantes.

El estudio consta de cinco capítulos, como se expone a continuación:

En el primer capítulo se presenta el marco teórico, subdividido en cuatro apartados. En el primero se define el acto de habla del cumplido y los rasgos esenciales: aspectos lingüísticos, relación entre cumplido y cultura, función comunicativa. En el segundo apartado se analizan los cumplidos dentro del fenómeno de la cortesía lingüística a través de las principales teorías y se dedica un espacio a presentar las características de la cortesía verbal china y otro a las de la cortesía verbal española.

El segundo capítulo se centra en la metodología empleada. Tras presentar las herramientas de recogida de datos que suelen usarse en estudios como el nuestro, analizamos los puntos fuertes y las desventajas del Test para completar el discurso (DCT de ahora en adelante), la herramienta que hemos escogido. Asimismo, exponemos los objetivos y las preguntas de investigación. A continuación, explicamos cómo se ha llevado a cabo la selección de los informantes y cuáles son sus características. Más tarde, introducimos las variables de nuestra investigación y detallamos el procedimiento que hemos seguido para elaborar y administrar el cuestionario.

En el tercer capítulo se presentan los resultados obtenidos en el cuestionario y, acto seguido, se analizan e interpretan. Primero, explicamos cuáles son las estrategias para responder a los cumplidos y proporcionamos ejemplos relevantes. Después, incluimos la distribución de cada una de las situaciones que conforman el cuestionario y las analizamos de forma independiente con el objetivo de compararlas más tarde según las variables contextuales para ofrecer una distribución general de las estrategias en último lugar.

En el cuarto capítulo se incluye una discusión de los resultados obtenidos. Para ello, en la primera parte del capítulo respondemos las preguntas de investigación y a continuación, comparamos nuestros resultados con los de investigaciones anteriores para buscar posibles puntos en común o discrepancias.

En el quinto capítulo se presentan las conclusiones, así como algunas características del estudio, sus limitaciones y futuras líneas de investigación.

² Por ejemplo, en el ámbito universitario chino es bastante normal encontrar a alumnos que no dudan en exclamar «¡qué guapo/a!» cuando su profesor llega a clase o cuando se acercan para preguntarle alguna duda. En España, este tipo de comportamiento se consideraría interesado la mayoría de las veces y puede llegar a crear desconfianza o incomodidad entre los interlocutores.

CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO

1. El acto de habla del cumplido

1.1. Definición

Según el diccionario de la Real Academia Española, el cumplido es una acción obsequiosa o una muestra de urbanidad. Esta definición se relaciona con la concepción del cumplido como una expresión verbal que en un grupo sociocultural determinado nos permite mostrar cortesía y entablar una relación basada en la solidaridad con nuestro interlocutor. En el Diccionario de Chino Moderno (现代汉语词典 *Xiàndài hànyǔ cídiǎn*), el cumplido³ se define como una forma de elogiar o de halagar a otra persona. Estas dos concepciones del acto de habla del cumplido, en principio, están interrelacionadas. Si nos fijamos en los ejemplos que ofrece cada diccionario, podemos señalar los siguientes puntos:

En el diccionario de la RAE “Esta alhaja es para un cumplido” refleja la idea que subyace tras los cumplidos en general y tras los cumplidos sobre posesión en particular: cuando percibimos un objeto de forma positiva y exaltamos sus cualidades, esperamos que su dueño reciba nuestra alabanza y se genere una interacción cordial y amistosa entre las dos partes. En el Diccionario de Chino Moderno se recoge como ejemplo una cita de una célebre novela de Li Baojia *Burócratas desenmascarados*⁴ (官场现形记 *Guānchǎng Xiànxíng Jì*): “Cuando Zhaoda Jiazi escuchó su cumplido, se sintió muy contento.” Aquí el foco de atención recae sobre el receptor del cumplido y el autor retrata su sentimiento de felicidad, como es habitual que ocurra en esta situación comunicativa.

En el ámbito sociocultural chino, la modestia es un valor fundamental y a menudo aparece asociada a una de las cinco virtudes del confucianismo: la honestidad (信 *xìn*). Según la misma, una persona debe respetar los valores de una comunidad y actuar con sinceridad, evitando el engaño y practicando la humildad de forma constante. Por otra parte, la sociedad china tradicional se basa en el colectivismo: una forma de ser modestos es restar importancia a todo lo que se inscribe en nuestro ámbito privado y alabar lo que nos resulta ajeno para mantener el bienestar y la armonía dentro del grupo. Esta peculiar idiosincrasia también afecta al cumplido. Explicaremos con detalle estas ideas en el apartado 2.2. de este capítulo.

En el ámbito sociocultural español, la cortesía no se inscribe en el mismo sistema de valores, por lo que su expresión varía -y por tanto, los cumplidos-, acercándose en mayor medida a otras sociedades occidentales, como plantearemos más tarde.

Aunque nuestro objetivo es analizar el fenómeno del cumplido, presente en los dos ámbitos socioculturales expuestos, tendremos que tomar consciencia de las diferencias en el punto de mira y en la forma de ser expresados para profundizar en nuestra investigación.

Desde el punto de vista de la lingüística, el cumplido es un acto de habla, es decir, una unidad mínima de comunicación lingüística que tiene un fin determinado y está sujeto a ciertas reglas.

³ La equivalencia del término es aproximada, puesto que en chino 恭维 (*gōngwéi*) también se refiere a una fórmula de tratamiento al inicio de las comunicaciones oficiales caracterizada por la modestia.

⁴ Todavía no se ha traducido al español, por lo que la traducción es nuestra. [赵大架子 听了她这一番恭维，心上着实高兴。] (*Zhào dà jiàzi tīng le tā zhè yī fān gōngwéi, xīn shàng zhuóshí gāoxìng*).

Austin (1962:68) propuso una serie de actos de habla que posteriormente fueron ampliados por Searle (1969). Según su teoría, una forma lingüística puede representar diversos actos de habla y los enunciados se dividen en dos categorías: performativos y constatativos. Los primeros se caracterizan por contener un verbo performativo o realizativo que realiza la acción que describe, conjugado en la primera persona del singular del presente de indicativo⁵. Puesto que están limitados por convencionalismos o principios pragmáticos, los enunciados performativos se corresponden con acciones ritualizadas.

En total, según Austin existen cinco tipos de enunciados performativos: judicativos o veredictivos, ejercitativos o decretos, comportativos, compromisorios y expositivos. Aquí nos interesa destacar que el acto de habla del cumplido forma parte de los enunciados comportativos, al igual que el agradecimiento, la disculpa y la crítica, entre otros⁶.

Una década más tarde, Searle incluyó el cumplido en una nueva categoría de los actos de habla: actos expresivos⁷. En ellos, el emisor expresa su estado psicológico. Otros actos expresivos son el agradecimiento, la petición, la disculpa, la felicitación, etc.

En definitiva, el cumplido es un acto de habla estrechamente asociado a la intención del hablante y al comportamiento social.

Mills (2003) planteó que el cumplido es habitualmente una estrategia de cortesía positiva que permite resaltar alguna cualidad del receptor y generará una respuesta favorable. Sin embargo, también existe la opción de que no siempre responda a intenciones desinteresadas ni genere interpretaciones positivas.

En definitiva, el cumplido está presente tanto en la cultura china como en la española, aunque como veremos en otros apartados, los hablantes de ambas comunidades no lo perciben de la misma forma.

1.2. Aspectos lingüísticos de los cumplidos

Aunque un cumplido puede hacerse sobre diferentes referentes, los temas más comunes tal y como propone Holmes (1988), respaldada por Bustos (2007) y Barros (2011), existen cumplidos sobre apariencia, habilidades, posesión y personalidad. En este estudio también seguimos esta clasificación general, si bien, cabe considerar que parte de trabajos sobre el cumplido en lengua inglesa y, por lo tanto, podrían existir diferencias respecto a estudios en otras lenguas.

Sabiendo que la distancia lingüística y cultural entre el chino y el español es un factor a tener en cuenta⁸, a continuación, presentaremos algunas características sobre los temas más frecuentes en ambas lenguas.

⁵ Los enunciados constativos pueden ser verdaderos o falsos, mientras que los performativos se definen por ser adecuados o inadecuados. A su vez, los actos performativos pueden ser explícitos o implícitos. La diferencia entre ambos es que, en los últimos, el verbo no está conjugado en primera persona del presente de indicativo pese a realizar la misma función.

⁶ Todos ellos se caracterizan por guardar una estrecha relación con el orden social y para que sean efectivos, deben realizarse en la situación adecuada.

⁷ Para Searle, el uso del lenguaje en la comunicación es un tipo particular de acción y dentro de esta teoría, define el acto de habla como una oración formulada en las condiciones idóneas que sirve para formular una proposición.

⁸ Existen estudios sobre este fenómeno como los del profesor Lu Jinsheng de la Universidad de la Universidad de Estudios Internacionales de Shanghái, que parten de la misma idea: «Obviamente son muy grandes las diferencias entre las lenguas china y española y entre las

En el ámbito chino, cabe mencionar una de las investigaciones sobre el cumplido que ha sentado las bases de los estudios de índole contrastiva: Chen (1993). Este autor realizó una investigación con informantes americanos y chinos. Proporcionó un DCT con cuatro situaciones. Tras analizar las respuestas a los cumplidos de los dos grupos de informantes, Chen planteó que los sinohablantes tienden a aceptar cumplidos sobre posesiones pero rechazan en mayor medida cumplidos sobre apariencia o habilidad ya que "la apariencia es más íntima y privada que un logro o una pertenencia"⁹ (Chen, 1993:69).

Poco después, Ye (1995) analizó el intercambio de cumplidos en chino sirviéndose de un DCT formado por dieciséis situaciones y lo administró a 96 informantes chinos. Eligió dos categorías generales: apariencia y habilidad, contemplando algunas diferencias entre sexos. Llegó a la conclusión de que, en el contexto sociocultural chino, los cumplidos sobre habilidad se aceptan con más facilidad que los cumplidos sobre apariencia¹⁰ y la estrategia más habitual a la hora de recibir un cumplido entre los sujetos de estudio fue aceptar rebajándose para evitar la autoalabanza.

Otro autor que cabe mencionar, Yu (2005), planteó que los sinohablantes utilizan en mayor medida cumplidos cuyos referentes son habilidad o rendimiento, observación que coincide con el estudio de Ye.

Chen Y. y Rau (2011) realizaron otro estudio sobre las respuestas al cumplido con 75 estudiantes de inglés americano y 100 sinohablantes a los que proporcionaron un DCT compuesto por seis situaciones. En ellas analizaron las siguientes categorías: apariencia, posesión, habilidad y rendimiento. Tras analizar e interpretar los resultados, destacaron que los chinos hacen uso del cumplido sobre todo cuando los referentes son habilidad o rendimiento.

En cuanto a las características del cumplido en el ámbito del español peninsular, destacamos los estudios de Lorenzo-Dus (2001), Siebold (2006), Maíz-Arévalo (2010, 2013) y Lázaro (2012, 2014).

En primer lugar, mencionamos el estudio contrastivo de Lorenzo-Dus (2001) entre 28 estudiantes universitarios británicos y 32 españoles a partir de un corpus compuesto por más de mil respuestas al cumplido que se recogieron mediante un DCT con nueve situaciones. Las respuestas se clasificaron siguiendo el modelo de Herbert (1989), que expondremos más tarde en el punto 3.1. Los temas contemplados en el cuestionario son apariencia, personalidad, habilidad y posesiones. Entre estos temas sobresalen la apariencia y la habilidad. Las situaciones referidas a apariencia abarcan el peinado, la ropa y los ojos. Por su parte, los cumplidos sobre habilidad que aparecen en esta investigación están relacionados con las destrezas culinaria, deportiva, académica e informática.

Siebold (2006), en su estudio contrastivo sobre el cumplido en español peninsular y en alemán, analiza 30 conversaciones grabadas y transcritas realizadas por 20 españoles y por 20 alemanes. Su clasificación de estrategias de respuestas al cumplido sigue la clasificación de Chen (1993: 53). La mayoría de los cumplidos que se analizan en esta investigación se refieren a la apariencia física, siendo el referente preferido por los informantes.

dos culturas, diferencias que existen en todos los niveles idiomáticos, pragmáticos y culturales» (2008:52).

⁹ La traducción es nuestra. [looks are more intimate and private than achievement and possession]

¹⁰ En las situaciones en las que se utilizaba un cumplido sobre la apariencia, los hablantes evitaban utilizar cumplidos explícitos, en contraposición a lo que ocurría cuando se trataba de cumplidos sobre la habilidad del interlocutor.

Asimismo, Maíz-Arévalo (2010) analizó el fenómeno de respuesta al cumplido entre informantes españoles y angloparlantes a partir de un corpus que contiene 50 cumplidos en español. Los datos se recogieron mediante anotaciones realizadas durante un trabajo de campo. Los resultados obtenidos se compararon con estudios previos sobre el cumplido en el contexto anglosajón, a saber: Pomerantz (1978), Leech (1983), Herbert (1989, 1990), Holmes (1995). La autora destaca la preferencia de los informantes españoles por los cumplidos sobre apariencia (87,5% de los datos)¹¹. Más tarde, Maíz-Arévalo (2013) llevó a cabo otra investigación sobre la evaluación del cumplido en plataformas digitales en el ámbito del español peninsular y del inglés británico, basándose en dos corpus a partir de 50 respuestas en español y 50 respuestas en inglés. Los referentes que se tuvieron en cuenta fueron la apariencia, la personalidad y las habilidades (dentro de la misma categoría) y posesiones. Según los resultados, los informantes españoles tienden a usar, sobre todo, cumplidos sobre apariencia.

Más tarde, Lázaro (2014) realizó un estudio para analizar la presencia del cumplido en los manuales de ELE. Tras realizar grabaciones secretas entre nativos españoles, analizó 126 manuales de ELE y se centró en 15 manuales donde la alusión a los cumplidos y la forma de responder a los mismos era relevante para comprobar si reflejaban la realidad. Basándose en los resultados obtenidos, el autor coincide con Maíz-Arévalo (2010:188) en señalar la tendencia a usar cumplidos sobre posesiones nuevas que llaman la atención del interlocutor y sobre apariencia.

En definitiva, podemos señalar que las dos categorías más analizadas en los estudios sobre el acto de habla del cumplido en el contexto sociocultural chino son la apariencia y la habilidad, mientras que en el contexto sociocultural español destaca la apariencia. Dentro de la apariencia, encontramos elementos como la vestimenta, el peinado, las joyas y la cosmética, elementos que a su vez pueden clasificarse según su grado de formalidad, los valores asociados y el estatus, tal y como se presentará a lo largo de nuestra investigación. Prestaremos especial atención a estos cumplidos en las dos comunidades de habla para determinar qué puntos en común y qué diferencias existen.

1.3. Relación entre cumplido y cultura

Podemos encontrar diversas definiciones de "cultura". Sin embargo, vamos a tomar como punto de partida la definición del antropólogo inglés Tylor (1975), según la cual la cultura es "aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad."

Como señalaron Miquel y Sans (2004), separar "lengua" y "cultura" reduce la primera a un conjunto de reglas morfosintácticas y léxicas. Algunas características de la cultura que se reflejan en la lengua son las siguientes: es colectiva y compartida, por lo tanto, agrupa a un conjunto de personas y no se limita a un individuo; es susceptible de ser modificada por la capacidad de generar nuevos significados del ser humano¹²; es cambiante y permeable, como un tren en movimiento que no siempre circula por la misma vía y en su trayecto puede cruzarse con otros trenes.

¹¹ Maíz-Arévalo (2010: 188)

¹² En todo proceso de aprendizaje intervienen varias operaciones cognitivas donde podemos destacar la comprensión y la valoración, imprescindibles para poder crear conocimiento posteriormente.

Para Kroeber y Kluckhohn (1952: 96), "la cultura de una sociedad es la forma de vida de sus miembros, el conjunto de ideas y hábitos que aprenden, comparten y transmiten de generación en generación."

Esta cultura rodea la lengua, envolviéndola como un manto que da calor y moldea todos los elementos que la componen: morfología y sintaxis, semántica, texto y discurso. Por su parte, Trenholm (1995) señaló que "la lengua es un sistema de símbolos gobernado por reglas que permite generar significado a sus usuarios y definir la realidad durante este proceso".

La estrecha relación entre lengua y cultura es evidente cuando analizamos comportamientos comunicativos, limitados por pautas de carácter cultural que condicionan la actuación del hablante y lo empujan a escoger unas formas lingüísticas concretas.

Dentro de la pragmática, los actos de habla también están estrechamente relacionados con la diversidad lingüística del contexto; así, en cada comunidad lingüística encontramos fenómenos que revelan la idiosincrasia de una cultura concreta. Puesto que no basta con conocer las pautas culturales, es conveniente tomar conciencia de estos fenómenos para comunicarnos de forma adecuada con miembros de otras comunidades, es decir, debemos conocer las convenciones lingüísticas¹³.

Basándose en las teorías de otros autores¹⁴, Havertake (1994) distinguió dos tipos de culturas: de acercamiento y de distanciamiento. Las culturas de acercamiento tienden a reducir el espacio interpersonal para establecer relaciones basadas en la confianza, por lo que a veces no se respeta la esfera privada del interlocutor. En cambio, en las culturas de distanciamiento se valora y se respeta en mayor medida el espacio interpersonal y la esfera privada; las relaciones sociales se establecen de forma moderada y respetuosa. Uno de los criterios para diferenciar estas dos culturas es el uso de estrategias de atenuación¹⁵: cuanto más frecuente sea, más distanciamiento. Otros elementos relevantes que varían de unas culturas a otras son la cortesía valorizante, los turnos de habla, la proxémica y el silencio.

La cultura española se considera una cultura de acercamiento, sobre todo aquella relacionada con el español peninsular; podemos apreciarlo, por ejemplo, en el hecho de que en una conversación coloquial apenas se utilizan atenuantes, en la aceptación

¹³ Una convención lingüística es una norma adoptada por una comunidad lingüística o por uno de sus miembros sobre el uso y el significado de un término concreto. Demócrito, Platón y Sócrates plantearon que una de las características del lenguaje es ser convencional. Desde entonces, han surgido diversas corrientes para explicar cómo se origina un lenguaje, pero suele aceptarse que existen tres fases clave: una fase de incorporación de términos, una fase de transformación donde tiene relevancia estudiar el impacto de los errores y una fase de reproducción en la que la comunidad lingüística se expande -aunque con el paso del tiempo, podemos encontrar diversos obstáculos que afectan negativamente a una comunidad específica, produciéndose en algunos casos fenómenos de extinción lingüística-.

¹⁴ Aunque aquí mencionamos a Havertake, cabe señalar que esta diferenciación proviene de las teorías de Brown y Levinson (1987) sobre las culturas de cortesía negativa y las de cortesía positiva, que explicaremos con detalle más adelante. Briz (2007) también ha investigado sobre las culturas de acercamiento y de distanciamiento.

¹⁵ Entre las estrategias de atenuación podemos destacar indeterminar una cualidad o la calidad de algo, expresar duda, despersonalización, limitar opiniones, suavizar peticiones, justificarse, reformular e implicar al oyente mediante recursos fáticos.

del habla simultánea, en la cercanía física o en la baja tolerancia al silencio en el transcurso de una conversación.

En la cultura china el acercamiento aumenta todavía más en relación a elementos como la proxémica. Una de las razones que permite explicar este fenómeno es el exceso de población, situación que también encontramos en países como la India. No obstante, es interesante observar que, en cuanto a otros elementos como el silencio, la tolerancia aumenta respecto a la cultura española. Por lo tanto, no podemos afirmar que la cultura china en conjunto constituya una cultura de acercamiento; más bien se situaría entre la cultura española y otras culturas de distanciamiento como la japonesa.

Todos estos aspectos demuestran el impacto que tiene la cultura sobre cualquier fenómeno lingüístico y ponen de relieve la conveniencia de estudiar las implicaciones culturales del acto de habla del cumplido.

1.4. Función comunicativa de los cumplidos

Dependiendo de la situación comunicativa, los cumplidos pueden utilizarse con diversos objetivos; esta polivalencia permite diferenciarlos de otros actos de habla. A continuación, presentaremos algunas características de los cumplidos, atendiendo a sus funciones comunicativas.

Por norma general, los cumplidos sirven para establecer relaciones entre los interlocutores basadas en la solidaridad y en la empatía. Como consecuencia, facilitan la conversación y reducen la distancia social. En contraposición al concepto de amenaza para la imagen del interlocutor o FTA (*Face-Threatening Act*), el cumplido se relaciona con la noción de FFA (*Face-Flattering Act*) acuñada por Kerbrat-Orecchioni (1996: 54); dicho de otro modo, sirve para valorizar la imagen del interlocutor, entre otras funciones.

Los cumplidos pueden combinarse con otros actos de habla o sustituirlos. Por ejemplo, en español podemos encontrar los siguientes ejemplos:

- (1) Tu trabajo ayer fue excelente. Por cierto, ¿podrías ayudarme con este informe un momento?
- (2) Ese vestido te sienta fenomenal, pero si lo combinaras con unos tacones te sentaría incluso mejor.
- (3) Qué guapo estás cuando te peinas.

En el primer ejemplo, el cumplido sirve para crear un entorno agradable y ameno que precede a una petición, con el objetivo de aumentar la eficacia de esta última mediante la mitigación del efecto negativo.

En el segundo ejemplo, el cumplido precede a una crítica: toda crítica supone una amenaza, razón por la cual utilizar un cumplido es una estrategia de cortesía habitual que permite suavizar el impacto negativo sobre el interlocutor.

En el tercer ejemplo, el cumplido sustituye al reproche. Así, se evita amenazar la imagen del interlocutor para no resultar descortés, aunque el cumplido tiene un sentido oculto que puede no pasar desapercibido para un interlocutor familiarizado con este tipo de estrategia. Según Bustos (2007), este tipo de cumplidos tienen un significado restrictivo que se refiere a un momento concreto, en este caso, cuando el interlocutor se peina.

Otras situaciones en las que el cumplido puede sustituir a un acto de habla son las siguientes: sustitución del saludo y de la despedida.

Imaginemos que, al llegar a un restaurante, dos antiguos compañeros de trabajo se reconocen después de estar varios años sin verse y mantienen el siguiente diálogo:

- “¡Qué bien te mantienes!”
- Bueno, bueno. Tú tampoco te conservas nada mal.

En este caso, el cumplido sustituye al saludo y sirve para iniciar una conversación y para acortar la distancia entre los interlocutores.

Supongamos que, al cabo de una hora, cuando han terminado de comer, uno de los compañeros dice en voz alta:

- Todo estaba buenísimo.
- Sí, la próxima vez quedamos con más tiempo y hablamos.

Aquí, el cumplido sustituye a la despedida y sirve como fórmula de cierre.

A la hora de agradecer algo, también es habitual sustituir el agradecimiento con un cumplido, como en el siguiente ejemplo que tiene lugar en la recepción de un hotel:

- Aquí tiene la tarjeta de su habitación.
- Muy amable.

Según lo expuesto, podemos afirmar que los cumplidos tienen un carácter flexible y a menudo constituyen una estrategia de atenuación. Sin embargo, existen teorías que cuestionan este planteamiento y que trataremos en el siguiente epígrafe, empezando por la de Brown y Levinson (1978) sobre la cortesía universal.

2. El cumplido dentro del fenómeno de la cortesía lingüística

Para entender el concepto del cumplido en su totalidad, es necesario explicar su relación con la cortesía. Tras revisar los principales estudios sobre la cortesía, profundizaremos en las respuestas al cumplido, no sin antes presentar la idiosincrasia de este acto de habla dentro de la cortesía verbal china.

Los actos del habla relacionados con la cortesía constituyen uno de los aspectos más importantes a tener en cuenta por todo individuo que quiera comunicarse e interactuar con las personas que lo rodean. Sin embargo, su uso resulta complejo, incluso para el hablante nativo que interactúa con otros hablantes pertenecientes al mismo nivel sociocultural. Para el aprendiente de una lengua extranjera, la interpretación de los actos de habla y su correcto uso resultarán mucho más complejos, sobre todo cuando se encuentre en un entorno ajeno. Por lo tanto, el aprendizaje de las formas de cortesía es realmente importante para los aprendientes de una lengua, no solo desde el funcionalismo gramatical y adecuativo, sino también desde la pragmática. Como afirman D. Pinto y C. de Pablos (2014): “una de las razones por las cuales es importante que los aprendices de una lengua estudien la cortesía es porque las normas que rigen el comportamiento social difieren entre una cultura y otra.”

Según Goddard (1998), la importancia comunicativa del acto del habla deriva del hecho de que nos permite expresar sentimientos, intenciones y asunciones al mismo tiempo que decimos algo. Así, dar y recibir cumplidos puede resultar altamente satisfactorio si todo sale bien o, por el contrario, podría hacernos pasar verdaderos “malos tragos” cuando el proceso no se lleva a cabo según unas normas pragmáticas

que son inherentes a una determinada cultura y, por lo tanto, pueden variar según la lengua y el contexto sociocultural. Uno de los parámetros que sirve para calificar un acto como adecuado o inadecuado es la cortesía, entendida desde sus dos vertientes: como norma social y como estrategia conversacional (Escandell, 1996: 136). Cada cultura posee unas características particulares que se reflejan en los comportamientos derivados de los actos de habla. En el apartado 2.2. analizaremos cómo es el cumplimiento en la cultura china.

2.1. Revisión de los principales estudios sobre la cortesía

Como ya hemos señalado antes, Escandell (1996) planteó que la cortesía puede enfocarse desde dos perspectivas:

- como normal social: cada sociedad establece qué normas de conducta deben regir el comportamiento de sus miembros;
- como estrategia conversacional: el lenguaje dispone de una serie de mecanismos que los hablantes utilizan para evitar conflictos entre sus intereses y los de sus interlocutores.

Considerando que el presente estudio se inscribe en el marco de la pragmática y a su vez, ésta forma parte de la lingüística, de ahora en adelante nos centraremos en la segunda perspectiva, de carácter lingüístico.

La cortesía es una herramienta de relación social que varía en función de la cultura y de las normas que sigue una comunidad lingüística determinada. Este hecho ha impulsado diversos estudios en las últimas décadas sobre la cortesía, cuya conceptualización varía en función de la perspectiva de cada autor. Podemos destacar las siguientes corrientes: universal, intercultural, cognitiva y postmoderna.

En cuanto a la corriente universal, encontramos una serie de autores que abarcan el estudio de la cortesía como un fenómeno universal. Cabe destacar a Lakoff (1973; 1975; 1977), Leech (1983) y Brown y Levinson (1978). El modelo de la cortesía universal se basa en identificar principios y normas de comportamiento que afectarían a todos los seres humanos a la hora de interactuar con los demás. Además, plantea la existencia de universales lingüísticos relacionados con la cortesía que determinan la naturaleza de los actos comunicativos. En base a ello, plantea normas, máximas y estrategias, desde el punto de vista anglosajón.

Por su parte, en la corriente intercultural, la cortesía se analiza desde el punto de vista de la interculturalidad, alejándose del modelo anglosajón que elaboraron los autores mencionados anteriormente. Investigadores como Blum-Kulka (1989), Chen (1993; 2010), Mao (1994) y Kong (1998) sostienen que la cortesía es un fenómeno cultural que varía de una cultura a otra y al generalizar corremos el riesgo de perder de vista nuestro objeto de estudio y de asumir reglas que no pueden aplicarse por igual a todas las comunidades lingüísticas. Por lo tanto, debemos partir de una visión intercultural y tratar cada caso de forma independiente, partiendo de los valores propios de cada cultura para comprender cómo funciona la cortesía.

En tercer lugar, la corriente cognitiva concede gran importancia al contexto, noción derivada del modelo de Sperber y Wilson (1986) sobre la teoría de la relevancia. Tal y como plantea Escandell, existe una noción interna del mismo que permite analizar tanto los factores externos como los supuestos individuales que intervienen en la interpretación. Así, "para poder decidir si un enunciado resulta cortés o descortés, uno tiene que *saber* qué es lo que resulta cortés o descortés en su cultura; no basta con tratar de *inferirlo* a partir de principios racionales universales."

(1998:14). Por lo tanto, en esta corriente la cortesía está relacionada con la adecuación social.

Por último, en la corriente postmoderna, resulta esencial el análisis del discurso¹⁶ y la noción de cortesía planteada hasta el momento se cuestiona, surgiendo la "aproximación discursiva a la cortesía" (Watts 2003, 2005; Locher 2004, 2006; Locher y Watts 2005). Según Watts (2005: xiii), la cortesía es "una cualidad de la interacción resbaladiza y en el fondo indefinible"¹⁷. Sin embargo, dado que la extensión de nuestro estudio es limitada y la perspectiva que adoptamos para presentar las teorías sobre la cortesía verbal es la intercultural¹⁸, no nos detendremos en este punto.

A continuación, haremos una breve revisión de los autores precursores de los estudios sobre cortesía:

2.1.1. Lakoff

Basándose en las máximas de conversación, Lakoff desarrolló su teoría sobre la cortesía a partir de las siguientes reglas:

1. Sea claro (máxima de claridad de Grice).
2. Sea cortés.

Estas reglas sirven para minimizar el riesgo de conflicto al interactuar con los demás y es inherente a cualquier intercambio humano (1990: 34). Si el hablante quiere transmitir la información con eficacia, la regla de claridad tendrá más importancia. En cambio, si el hablante se centra en la relación social con el receptor, la claridad pasará a un segundo plano y el énfasis recaerá sobre la cortesía.

La segunda regla se subdivide a su vez en tres máximas:

- a) No se imponga (máxima de distancia).
- b) Dé opciones (máxima de deferencia).
- c) Haga que los demás se sientan bien (máxima de camadería).

La autora plantea que debemos buscar el equilibrio entre estas máximas para no resultar descorteses ni mostrar un comportamiento inadecuado, si bien no siempre se pueden aplicar al mismo nivel y dependen de la familiaridad, las relaciones de poder y la distancia social.

Podemos relacionar el cumplido con la segunda y la tercera máximas, ya que sirve para crear lazos basados en la confianza entre los interlocutores y en ciertas ocasiones, lo utilizamos para mitigar una amenaza, como queda expuesto en el punto 1.4.

¹⁶ Según el Diccionario de términos clave de ELE, el análisis del discurso es una disciplina cuyo objeto de estudio es el uso que hacen los hablantes de la lengua en unas situaciones determinadas. No obstante, puesto que es una disciplina que surge la convergencia de corrientes diversas, puede entenderse como una designación amplia para referirse al conjunto de disciplinas cuyo objeto de estudio es el uso lingüístico de modo contextualizado, destacando la etnografía de la comunicación, el análisis de la conversación o la pragmática. Algunos autores que cabe mencionar en relación a esta disciplina son Fairclough (1989), Blommaert (1998) y van Dijk (1999).

¹⁷ La traducción es nuestra. [a slippery, ultimately indefinable quality of interaction].

¹⁸ Dado que en nuestro estudio el modelo anglosajón sobre la cortesía no tiene demasiada relevancia y pretendemos contrastar el fenómeno de las respuestas al cumplido en las comunidades lingüísticas china y española, consideramos que la perspectiva que mejor se adapta a nuestros intereses es la intercultural.



Esquema 1. Teoría de Lakoff

2.1.2. Leech

En 1983, Leech propuso una teoría sobre la cortesía desde una perspectiva mucho más pragmática e introdujo el Principio de la Cortesía, cuyo objetivo principal es "mantener el equilibrio social y las relaciones de camaradería que nos permiten asumir que nuestro interlocutor está cooperando"¹⁹ (Leech 1983: 82). Dicho de otro modo, la cortesía estaría situada entre la distancia social y la intención del emisor.

El autor diferencia cuatro tipos de intenciones generales que varían según la situación en la que nos encontremos:

1. Social: el objetivo comunicativo se sitúa al mismo nivel que el equilibrio social; la cortesía se concibe de forma positiva.
2. Colaborativa: el objetivo comunicativo no guarda relación con el equilibrio social.
3. Conflictiva: el objetivo comunicativo entra en conflicto con el equilibrio social.
4. Competitiva: el objetivo comunicativo tiene más peso que el equilibrio social, por lo que se utiliza la cortesía negativa.

Por otra parte, además del Principio de Cortesía, Leech planteó otros dos principios: el Principio de Ironía y el Principio de Cooperación de Grice. Estos principios se sitúan dentro de la retórica interpersonal, ligada a la cortesía (Fraser, 1990).

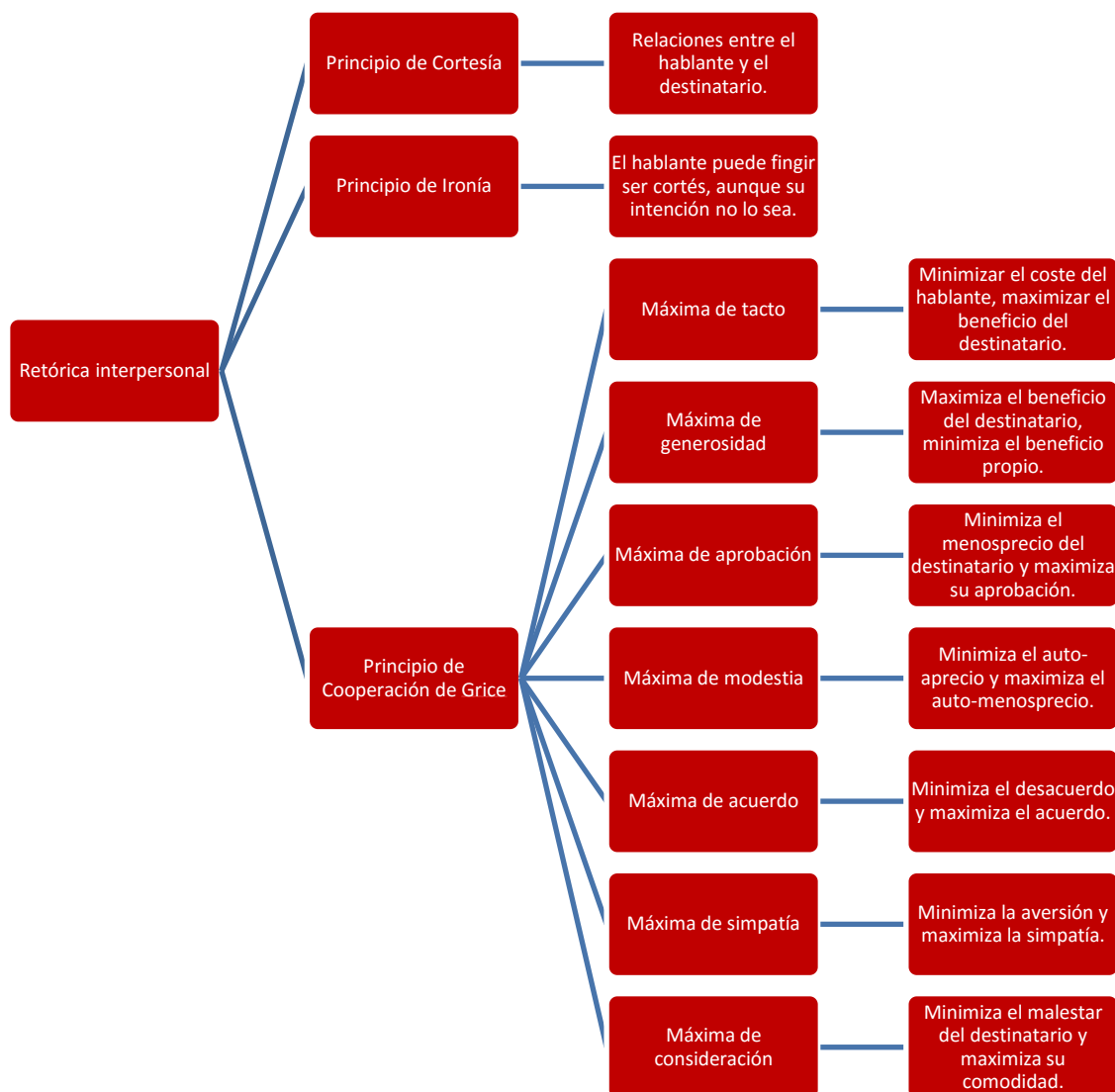
Dentro del Principio de Cooperación de Grice, encontramos siete máximas que valoran la cortesía según una relación de coste y beneficio:

- a) Máxima de tacto: el coste para el hablante se minimiza y el beneficio que obtiene el receptor se incrementa.
- b) Máxima de generosidad: el beneficio que obtienen los demás se incrementa y nuestro propio beneficio se reduce.
- c) Máxima de aprobación: la aprobación o alabanza del interlocutor se incrementa, minimizándose la desaprobación del mismo.
- d) Máxima de modestia: se minimiza el aprecio hacia nosotros mismos y se incrementa el auto-menosprecio.
- e) Máxima de acuerdo: el desacuerdo con el interlocutor se minimiza para incrementar el acuerdo.
- f) Máxima de simpatía: se reduce la aversión hacia nuestro interlocutor, aumentando la simpatía hacia el mismo.
- g) Máxima de consideración: el malestar de nuestro interlocutor se minimiza para maximizar su comodidad.

Las máximas de modestia y acuerdo son esenciales para analizar las respuestas al acto de habla del cumplido, como analizaremos más tarde en el punto 3.1.

Según la teoría de Leech (1983), ser cortés entraña un coste para el hablante y genera beneficios para el receptor. Cuanto mayor sea el coste para el receptor, el grado de cortesía será menor. Sabiendo esto, podemos relacionar el cumplido con la intención social, cuya naturaleza permite impulsar acciones que apoyan la cortesía.

¹⁹ La traducción es nuestra. [(...) to maintain the social equilibrium and the friendly relations which enable us to assume that our interlocutors are being cooperative]



Esquema 2. Teoría de Leech

2.1.3. Brown y Levinson

La teoría de estos autores tiene una importancia crucial a la hora de entender la cortesía, puesto que su enfoque abarca el fenómeno desde una amplia perspectiva y ha marcado un antes y un después en el desarrollo de la pragmática, como veremos a continuación.

Basándose en las ideas de Goffman (1956) sobre la imagen pública²⁰, Brown y Levinson (1987) diferenciaron dos tipos de imagen:

²⁰ Goffman, sociólogo y escritor, estudió las interacciones humanas en la vida cotidiana y llegó a la conclusión de que los seres humanos, por el hecho de vivir en sociedad, tienen siempre cierta preocupación por la percepción que tengan de ellos mismos los demás. Este hecho condiciona y limita la actuación de todo individuo, cuyo afán de mantener una identidad

1. Imagen negativa.
2. Imagen positiva.

Cada una refleja diferentes deseos, presentes en toda interacción: la imagen negativa refleja el deseo de expresar nuestras ideas sin encontrar resistencia; por su parte, la imagen positiva refleja el deseo de aprobación por parte de nuestro interlocutor.

Cuando nos relacionamos, tenemos que controlar constantemente nuestra imagen, ya que según Brown y Levinson es vulnerable y puede perderse, mantenerse o realizarse en el transcurso de una conversación. Lo ideal es cuidar nuestra imagen y la imagen de los demás, si bien, existen situaciones en las que el equilibrio se rompe. Cuando la imagen del interlocutor está en peligro, nos encontramos ante un acto amenazante (*face-threatening act* en inglés). Existen cuatro tipos:

1. Actos que amenazan la imagen negativa del interlocutor.
2. Actos que amenazan la imagen positiva del interlocutor.
3. Actos que amenazan la imagen negativa del hablante.
4. Actos que amenazan la imagen positiva del hablante.

La reacción más natural es protegerse para salvar la imagen²¹. Existen varias estrategias para lograr este objetivo:

1. Sin acción de rectificación: no se minimiza la vergüenza del interlocutor.
2. Rectificación positiva: se intenta preservar la imagen positiva del interlocutor.
3. Rectificación negativa: se enfatiza el auto-menosprecio para aliviar la vergüenza del interlocutor.
4. Cortesía indirecta: el hablante no se impone, por lo que la imagen del interlocutor no se ve amenazada de forma directa.
5. Evitar el acto amenazante: la imagen del hablante corre un gran riesgo.

Estas estrategias no dejan de ser manifestaciones de cortesía, es decir, selecciones libres para adecuar el acto a la posición social del interlocutor, al grado de familiaridad y al tipo de acto comunicativo que se pretenda realizar. (Carrasco, 1999: 3)

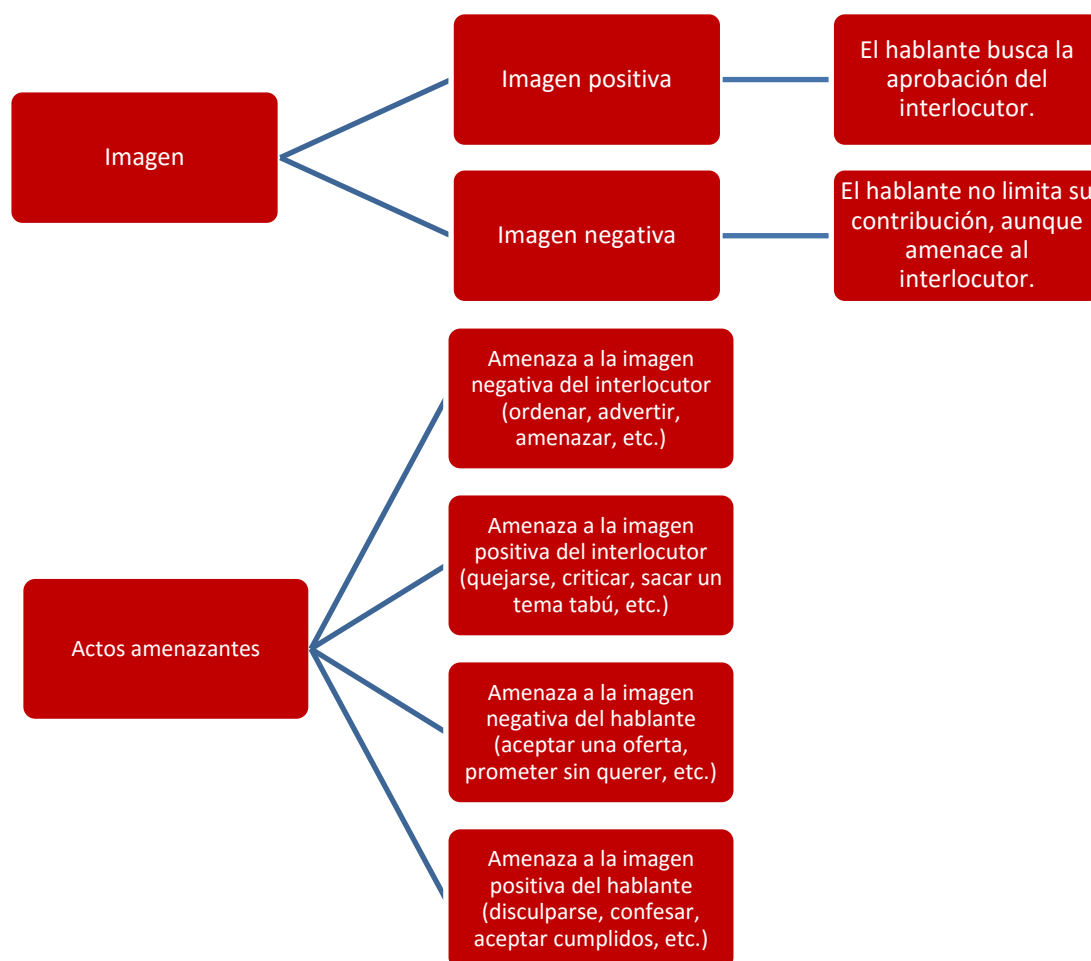
Pese a que Brown y Levinson reconocen que los elementos que participan en la construcción de la imagen pueden variar de una cultura a otra, consideran que es un concepto universal. Las variables de carácter social que afectan a toda interacción son la distancia y el poder. Así, cuanto mayor sean la distancia y el poder, mayor será el nivel de la cortesía.

Dentro de esta teoría, encontramos una referencia directa al acto de habla del cumplido que constituye un nuevo punto de vista: el cumplido no solamente es un mecanismo para realzar la imagen positiva del interlocutor, sino que también se

construida para satisfacer a los demás en el ámbito público caracteriza su vida. Perder dicha imagen significa perder la auto-imagen, por lo que al relacionarnos, debemos mantener cierto control para preservarla. En palabras de Goffman (1956): "We are all just actors trying to control and manage our public image, we act based on how others might see us."

²¹ En inglés, *save the face*. Esta idea adquiere connotaciones especiales fuera del mundo anglosajón, en sociedades como la china o la japonesa. Por ello, retomaremos este concepto en el punto 2.2.

relaciona con los actos que amenazan la imagen negativa del hablante puesto que, al aceptarlo, puede generarse cierto malestar entre los interlocutores (Brown y Levinson, 1987: 68).



Esquema 3. Teoría de Brown y Levinson

Si bien todas las teorías mencionadas hasta aquí sirven como punto de partida para comprender el fenómeno de la cortesía, compartimos la opinión de otros autores²² cuyas investigaciones demuestran que, fuera del mundo anglosajón, el enfoque universal no es el más adecuado para analizar la manifestación de la cortesía en otras comunidades lingüísticas. Para superar estas limitaciones, es conveniente prestar atención a la idiosincrasia de cada comunidad y cambiar nuestra perspectiva: no existe un único método ni una regla universal para explicar el comportamiento humano, puesto que la subjetividad y la individualidad son dos constantes presentes en mayor o menor medida en todas las culturas; por ello, si aceptamos la relación entre cultura y cortesía, analizar cómo influyen los valores culturales de una comunidad concreta sobre la expresión lingüística de su entorno será la opción más coherente.

²² Blum-Kulka (1989), Chen (1993; 2010), Mao (1994), Kong (1998).

2.2. La cortesía verbal china

Las investigaciones sobre la cortesía verbal en el contexto sinohablante²³ parten de una perspectiva intercultural, razón por la que también adoptamos esta perspectiva en nuestro estudio.

La cortesía es un fenómeno presente en todas las comunidades lingüísticas cuya función principal es evitar o minimizar conflictos entre los interlocutores para lograr nuestros objetivos y crear una atmósfera positiva que propicie el intercambio comunicativo. No obstante, en el contexto sociocultural chino la cortesía es ante todo una muestra de respeto hacia la imagen positiva de los demás, asociada a valores culturales como la modestia, la cordialidad, la franqueza o el refinamiento (Gu, 1992).

Pese a los cambios acelerados que han afectado al país en las últimas tres décadas²⁴, la sociedad china sigue siendo considerada altamente colectivista: los intereses de un grupo se entremezclan con los intereses de los individuos que lo componen y las relaciones sociales adquieren un significado especial en los entornos más cercanos, dándose un trato preferente a la familia o a los amigos. Fuera de estos grupos, las relaciones pueden volverse hostiles por el simple hecho de no haber ningún nexo. La necesidad de entablar relaciones personales con los grupos de interés para un individuo concreto constituye uno de los principales rasgos de la sociedad china.

Por otra parte, siguiendo la filosofía tradicional confuciana, se respeta la autoridad y se tiende a pensar que no es adecuado sobrepasar nuestro rango. Así, las relaciones entre los subordinados y su superior están bien delimitadas y la desigualdad es aceptable. En general, el éxito social tiene gran importancia para los chinos y está relacionado con conseguir beneficios económicos cuantiosos, razón por la que el pragmatismo predomina en la sociedad y los chinos se sienten cómodos con la ambigüedad. Estos elementos clave también influyen sobre la expresión de la cortesía.

En contraste a los modelos que predominan en el mundo occidental, incluyendo España, la cortesía en China hace más énfasis en la distinción social y muestra la relación entre diferentes rangos sociales. Mientras que en los países cercanos al mundo anglosajón, las relaciones intrapersonales se basan en relaciones de igualdad y la autorrealización personal y la privacidad tienen gran importancia, en la sociedad china contemporánea, cuyas características hemos esbozado antes, la cortesía sirve también para mantener la distinción entre clases y la modestia juega un rol fundamental en la vida cotidiana (Zhu, 2010: 850).

²³ La lengua que tomamos como referencia es el mandarín o 普通话 (*pǔtōnghuà*), que fue adoptado como lengua estándar por el Gobierno de la República Popular China en 1956. Como consecuencia, es el idioma oficial en todo el país y en Taiwán (donde recibe el nombre de 国语 *guóyǔ*). Originalmente, era el lenguaje propio de los burócratas y se basa en el dialecto de Pekín. Sin embargo, en China hay doscientos cincuenta dialectos que proceden de cinco familias de lenguas diferentes, entre los que cabe destacar el cantonés 粵語 (*yuèyǔ*), el wu 吳語 (*wúyǔ*) y el hakka 客家話 (*kè jiā huà*). Por ello, existen estudios que contrastan el mandarín con dialectos como el cantonés, el taiwanés o la variedad de Kunming.

²⁴ Nos referiremos únicamente a la creciente tendencia al individualismo a nivel social, relacionada con el auge del capitalismo en China tras las reformas económicas que inició Deng Xiaoping en 1979.

Según Gu (1990: 238), “modestia” 客气 (*kèqì*) y “modales” 礼貌 (*lǐmào*) son los dos términos chinos que más se aproximan al concepto de cortesía en el mundo anglosajón. En la mayoría de investigaciones, los dos conceptos más importantes para entender la cortesía china son: 面子 (*miànzi*) y 脸 (*liǎn*). A continuación, vamos a dar una serie de pautas para diferenciarlos.

En el contexto chino, cuando utilizamos la cortesía verbal, creamos una buena impresión en nuestro interlocutor, así como en las personas que lo rodean, incrementando nuestra buena reputación dentro de la sociedad. Esta impresión se refleja en su “cara”, es decir, en la parte externa que cualquier persona puede percibir. Este concepto en chino se traduce como 面子 (*miànzi*) o 脸 (*liǎn*) y posee connotaciones que lo diferencian del concepto acuñado por Goffman (1956)²⁵.

Hu explicó que el concepto de “cara” para los chinos tiene una parte relacionada con la moral, denominada 脸 (*liǎn*) y otra parte que refleja la reputación de un individuo, llamada 面子 (*miànzi*). Dependiendo de la situación, podemos perder o ganar la cara, adornarla, entregársela a alguien, prestarla o tomarla prestada, compartirla, prestarle atención o ignorarla, entre otras denominaciones. Si atendemos a las definiciones de esta autora, 脸 (*liǎn*) representa la relación entre las acciones y la naturaleza de un individuo y la confianza de la sociedad en la moral y la integridad de dicho individuo, mientras que 面子 (*miànzi*) se refiere al prestigio adicional o al estatus que un individuo puede adquirir mediante sus actos, redes de contactos, logros, etc. (Hu, 1944: 45).

En relación a perder la cara o recuperarla, Yang (1945: 167-172) señaló siete factores que influyen dicho proceso: igualdad de posición o estatus social; desigualdad de estatus social; presencia de un testigo; relaciones sociales entre los interlocutores; sanción social; autoconciencia del prestigio; edad. Según Yu (2003: 1700), en el contexto chino, ser educado en una interacción verbal, consiste en prestar atención a nuestra cara y a la de nuestro interlocutor, adecuando los actos de habla a las mismas²⁶.

Otro autor que señaló las limitaciones del modelo de Brown y Levinson al aplicarlo al ámbito chino fue Mao (1994: 457), quien definió el concepto de cara como la imagen que un individuo puede reclamar para sí mismo a la comunidad en la que interactúa o a la que pertenece. Mientras que Brown y Levinson sostienen que la necesidad de proteger nuestra imagen condiciona toda interacción verbal, Mao puntualiza que en la sociedad china es igual o más importante preservar la cara de los demás, puesto que lo principal no son los deseos ni los intereses personales de un individuo, sino cómo su conducta y sus opiniones pueden afectar al resto de la comunidad.

Aunque Mao relaciona *miànzi* con la noción de *respect behaviour* de Brown y Levinson (1987: 129) clasificada dentro de la cortesía negativa, añade que el primer concepto va más allá de la “integridad territorial” y alude al reconocimiento de la reputación personal en la sociedad. Por su parte, *liǎn* se relaciona con la cortesía positiva en cuanto que contemplan la preocupación por ser aceptados y respetados por el resto de participantes en cualquier interacción. No obstante, la imagen positiva en el modelo anglosajón no tiene tanto impacto social como *liǎn*: no solo alude a la “buena voluntad” de nuestro interlocutor, sino a la aprobación de la sociedad en

²⁵ En efecto, Goffman se inspiró en obras contemporáneas chinas para formular su concepto de imagen (*face*), destacando las investigaciones de Hu (1944) y Yang (1945).

²⁶ En el original: “Basically, to be polite in Chinese spoken interactions is to know how to pay attention to each other’s *miànzi* and *liǎn*, and ‘to enact speech acts appropriate to and worthy of such an image’”.

conjunto (Hu, 1944: 462). En definitiva, este autor sostiene que el binomio *miànzi/liǎn* funciona como “una fuerza centrípeta” que gravita alrededor del reconocimiento social y de la interdependencia jerárquica, a diferencia de la imagen de Brown y Levinson, la cual actúa como una “fuerza centrífuga”, puesto que la imagen en el mundo anglosajón se construye a partir de los deseos personales y el yo es el agente que inicia la acción (Mao, 1994: 471). Asimismo, propone un modelo intermedio entre las dos perspectivas basado en una “cara relativa” que define con las siguientes palabras:

Una cara subyacente que simula, pese a no conseguir nunca, una o dos ideas interactivas que podrían sobresalir en una comunidad lingüística concreta: la identidad social ideal o la autonomía individual ideal. El contenido específico de la cara en una comunidad lingüística está marcado por uno de estos dos ideales interactivos, sancionado por los miembros de la comunidad²⁷ (Mao, 1994: 472).

Este modelo permite valorar las diferencias culturales sin necesidad de prescindir del concepto de cara y evita los problemas de incompatibilidad de las teorías que hemos mencionado en el apartado 2.1²⁸. Mao afirma que los valores culturales dan forma a las expresiones relacionadas con la cara, los cuales se preservan mediante su uso continuado.

Respecto al Principio de Cortesía de Leech (1983), los intereses personales, la autonomía y la esfera privada son sagrados en el mundo anglosajón. Por esta razón, la máxima de tacto se aplica incluso a relaciones donde existe jerarquía, como puede ser la relación entre un jefe y sus empleados, para reducir la amenaza a la imagen negativa de los demás o suavizar las órdenes. Sin embargo, en el sistema sociocultural chino, el comportamiento de las personas está limitado por la expectación social, lo que significa que la desigualdad es una realidad justificada: un jefe tiene derecho a dar órdenes, avisos, amenazas, etc. y sus empleados deben aceptarlos y actuar en base a lo que espera la sociedad. Si este tipo de lenguaje se genera en el sentido contrario, es decir, desde un individuo situado en una posición inferior hacia un superior, nos encontramos ante un claro ejemplo de descortesía. Cabe introducir aquí el concepto de “jerarquía” 輩分 (*bèifēn*), referido en su origen a la unidad familiar tradicional²⁹. En la actualidad, se aplica también a otros ámbitos: académico y profesional. Abarca tres niveles: ancianos o superiores 長輩 (*zhǎngbèi*),

²⁷ La traducción es nuestra. [An underlying direction of face that emulates, though never completely attaining, one of two interactional ideals that may be salient in a given speech community: the ideal social identity, or the ideal individual autonomy. The specific content of face in a given speech community is determined by one of these two interactional ideals sanctioned by the members of the community.]

²⁸ Dentro de la pragmática intercultural, Wierzbicka (1991) y otros investigadores comparten un punto de vista similar al de Mao y recurren a conceptos semánticos neutros en términos culturales para explicar pautas culturales de comportamiento conversacional.

²⁹ La unidad familiar tradicional en China se denomina 家 (*jiā*). Cada núcleo familiar era una parte de la administración del estado. Tras la dinastía Song (960-1279), los fundamentos de la unidad familiar pasaron a ser los lazos de sangre y el matrimonio, con un sistema de parentesco patrilineal. Normalmente, convivían varias generaciones en la misma vivienda, liderada por un cabeza de familia, el varón más anciano, quien controlaba y decidía todo lo relacionado con la unidad familiar. Cada miembro de la unidad familiar ocupaba una posición concreta, lo que se traducía en una serie de responsabilidades que debía asumir a lo largo de su vida.

personas con la misma posición o edad 平輩 (*píngbèi*) y jóvenes o subordinados 晚輩 (*wǎnbèi*). Estos niveles se aprecian con claridad en el lenguaje epistolar chino (Hsu, 2011:50).

Por otra parte, la modestia es una práctica derivada de la cortesía. Aunque la máxima de modestia también forma parte de la teoría de Leech, existen diferencias respecto al modelo chino que afectan al acto de habla del cumplido. Podemos destacar que la tendencia a desvalorizar o degradar nuestras propias cualidades o pertenencias al hablar sobre ellas con los demás aumenta en el contexto sinohablante. Por ejemplo, a la hora de aceptar un cumplido, un angloparlante puede limitarse a decir "Gracias" como respuesta; en cambio, un chino dirá "No, no, no es para tanto" ante la misma situación (Jia, 1997: 287). En el apartado 4, analizaremos este tipo de diferencias a la hora de responder a los cumplidos.

Hasta este punto hemos planteado la relación entre la cortesía y los cumplidos, mencionando los principales estudios referidos a este acto de habla y las aportaciones más importantes de diversos autores. Además, hemos introducido los principales rasgos de la cortesía verbal china para profundizar en el análisis de las diferencias existentes respecto a los modelos occidentales.

2.3. La cortesía verbal española

La cultura española se considera una cultura de acercamiento, tal y como mencionamos en el punto 1.3. de este capítulo. Este hecho implica que la cortesía se utilice en gran medida como un medio para afianzar la relación entre los interlocutores o para crear un ambiente ameno y distendido. Por otra parte, Barros (2011: 164) plantea que la distancia social no es una frontera insuperable en la interacción comunicativa y el poder de los interlocutores no suele ser muy grande en el contexto sociocultural español. Así, la preocupación por la imagen no es tan imperiosa como en las culturas de distanciamiento, en las que la atenuación es un mecanismo empleado con frecuencia y las relaciones sociales se establecen de forma moderada y respetuosa. Al contrario, la cortesía en la cultura española sirve sobre todo para acortar la distancia y crear o reforzar la confianza, concepto de vital importancia en este contexto. Podemos definir la confianza como el saber a qué atenerse con respecto al otro y poder hablar y actuar sin temor a ofensas (Barros, 2011: 172).

Según Bravo (1999) y Hernández (2002), cuando la relación que tienen los interlocutores es cercana, hay confianza. No obstante, también en situaciones en las que la relación no es tan estrecha, los españoles tienden a comportarse como si existiera confianza, lo que puede llegar a generar incomodidad o malestar cuando no se respeta la privacidad del interlocutor o hay un exceso de confianza por parte de uno de los interlocutores. Como apunta Barros (2011: 166), esta situación puede generar malentendidos culturales, por lo que estamos de acuerdo en la necesidad de instruir a los aprendientes de ELE sobre estas características de la cortesía española.

Mientras que en la cultura china se respeta la autoridad y se valora la pertenencia a un colectivo sin sobresalir, esto es, sin intentar destacar sobre el resto de miembros que ocupen la misma posición, en la cultura española se aprecia la originalidad y la autonomía, esta última ligada al orgullo, que puede manifestarse de forma expresiva y clara, lo que da lugar a modos de acción e interacción directos y frontales (Bravo, 1999: 168-170).

Por otra parte, Briz (2003, 2005) añade que el honor también ocupa un lugar esencial en la cultura española. Cuando se pone en duda o se ataca el honor de

alguien, la reacción natural de dicha persona será defenderse haciendo uso de todos los medios que estén a su alcance.

Además, los españoles pueden expresarse con libertad y son bastante tolerantes hacia las opiniones divergentes (Bravo, 1999). No obstante, en algunas ocasiones, se enzarzarán en discusiones sin miramientos, lo que a menudo no supone riesgo para las relaciones interpersonales puesto que, al contrario, contribuyen a fortalecerlas (Bernal, 2007).

Hernández (2003) explica que la falta de confianza se contempla de forma muy negativa, sobre todo entre familiares, amigos o compañeros. Se entiende que cuando hay confianza, hay que mostrar afecto, confiar en los demás y ser generosos y sinceros. En palabras de Barros (2011: 168), la confianza es un regalo que se gana. Así, las relaciones sociales están regidas por una jerarquía que deriva del nivel de confianza. Cuanta más confianza, más fácil será expresarse con libertad y sentirse miembro de un grupo.

En relación a las cualidades que más valoran los españoles, Bravo (1999) destaca la amistad, el desinterés y la disponibilidad. En este contexto, la conversación es un espacio de encuentro interpersonal que forma parte de la vida cotidiana y se percibe con total normalidad.

Las características que hemos mencionado hasta este punto condicionan la naturaleza de los actos de cortesía, de modo que manifestar opiniones o valorar abiertamente, insistir en los ofrecimientos o mostrar afecto son algunos de los actos que más se repiten entre los hablantes de español peninsular.

En definitiva, es posible que los españoles no utilicen fórmulas como “gracias” o “perdón” de la misma forma que lo harían hablantes de culturas como la inglesa o la japonesa. Este hecho no significa que los españoles sean menos corteses, sino más bien que forman parte de una cultura de acercamiento y, por lo tanto, las formas más correctas para responder a determinados actos de habla variarán respecto a otras culturas, especialmente aquellas que se caracterizan por el distanciamiento.

En relación al cumplido, para Albelda (2005: 93), los españoles usan el cumplido como un acto intensificador que puede servir para reforzar la imagen del interlocutor y, como consecuencia, acortar la distancia y estrechar los vínculos de camaradería. En el punto 4.2. de este capítulo profundizaremos en las características del cumplido en español.

3. Condición de sinceridad en los cumplidos

Austin (1962) planteó una serie de condiciones de felicidad (*felicity conditions* en inglés) o presuposiciones que deben cumplirse para que un acto de habla tenga éxito. Más tarde, su discípulo, Searle (1969), amplió esta teoría. Entre ellas, vamos a destacar la condición de sinceridad en este punto, ya que está estrechamente relacionada con el acto de habla del cumplido.

La condición de sinceridad determina que el hablante debe ser sincero. En cierto sentido, es un estado mental. Solo si se cumple esta condición, el acto de habla será sincero. Si no se cumple, se producirá un “abuso” cuyas consecuencias serán negativas e interferirán en el objetivo del acto de habla, puesto que el hablante no asume su responsabilidad de transmitir su mensaje con sinceridad. Además, el destinatario puede plantearse si el hablante es sincero o no, aunque se espera que crea lo primero siempre que carezca de razones para ser desconfiado.

Por lo tanto, el cumplido puede formularse en dos sentidos: uno absolutamente sincero para conseguir que el destinatario se sienta bien u otro donde además de hacer que el destinatario se sienta bien, el hablante intenta lograr un objetivo. El

destinatario puede intentar averiguar la intención del hablante que puede surgir del deseo de entablar una relación basada en la solidaridad o bien, del interés por conseguir algo para su propio beneficio. Esta última opción constituye un ejemplo de “abuso”, pero también puede considerarse una macroestrategia.

A menudo no es sencillo discernir la verdadera intención del hablante, por lo que existen casos en los que los destinatarios no están seguros de la intención comunicativa que hay detrás de los cumplidos (Herbert, 1989: 26). Para averiguar si un cumplido es sincero hay que reflexionar sobre si es merecido o no (Austin, 1962: 188). Podemos apreciar entonces la complejidad que entraña este proceso, relacionado con factores como la familiaridad, el poder social y la distancia social, que analizaremos más tarde.

4. El acto ritual del cumplido

Como hemos planteado hasta aquí, el acto de habla del cumplido está presente tanto en España como en China con matices propios, resultado de la idiosincrasia de cada comunidad lingüística. A continuación, vamos a resumir las ideas fundamentales de los puntos anteriores para que resulte más sencillo orientarnos a la hora de comenzar el estudio empírico.

4.1. Características del cumplido en chino

La mayoría de autores que han investigado el acto de habla del cumplido en chino secundan la teoría de Chen (1993), por lo que se acepta que el cumplido en este contexto se caracteriza por su relación con la modestia. No obstante, las respuestas más utilizadas por los sinohablantes pueden variar, siendo las más frecuentes la aceptación con rectificación o el rechazo.

Esta tendencia a ser modesto es una de las características esenciales que la cultura china ha mantenido a lo largo de la historia.

Aunque existen varias fórmulas de cortesía específicas para aceptar un cumplido como “Gracias por su alabanza” 承蒙夸奖 (*chéngméng kuājiǎng*) y “Muchas gracias por su cumplido” 多谢恭维 (*duōxiè gōngwéi*), cuando el cumplido es sincero, la respuesta más frecuente es el rechazo, que permite quitarnos importancia frente a nuestro interlocutor para ser modestos. En cambio, si el cumplido no cumple con la condición de sinceridad, es frecuente encontrar la aceptación atenuada como respuesta, menos intensa que el rechazo, pero útil para evitar la autoalabanza y seguir siendo modestos. En la cultura china, el cumplido es un ritual cotidiano y en determinadas situaciones, es incluso esperable, si bien, depende de factores como el grado de familiaridad, el poder y la distancia sociales.

En cuanto al tema, los cumplidos de habilidad son más frecuentes que los de apariencia y se aceptan con mayor facilidad que los segundos. Este comportamiento podría ser una consecuencia del deseo de ser aceptados a nivel social (Chen J. *et al.*, 2012: 1864). Un ejemplo muy común para alabar la habilidad de alguien que forma parte del día a día es el siguiente: “Eres increíble” 你太棒了 (*nǐ tài bàng le*).

Pese a las diferencias que existen entre la cultura española y la cultura china, el cumplido en las dos comunidades presenta elementos en común. Por una parte, en ambos casos la condición de sinceridad determina la respuesta al cumplido, que variará en función de la percepción del destinatario y de otros elementos relacionados con el contexto. Por otra, la tipología de respuestas y estrategias al cumplido son similares, siendo frecuente el rechazo y la aceptación atenuada, es decir, quitando importancia.

4.2. Características del cumplido en español

El cumplido se caracteriza por su carácter ritual en el español peninsular. Según Miquel (2004), un cumplido genera expectativas sobre la reacción del interlocutor. Las dos direcciones que puede tomar son: participación en el “ritual del cumplido” o falta de participación.

Si el destinatario del cumplido decide participar, es frecuente rechazarlo en primer lugar, restándole importancia. Cuando esto ocurre, se espera que el hablante insista y reafirme el cumplido para demostrar que es sincero, de forma que habría un cuarto turno en el que el destinatario puede utilizar diversas estrategias, como se aprecia en el siguiente ejemplo:

- P1: ¡Qué bien te sientan estos pantalones!
P2: Pues son baratísimos, los compré en Zara.
P1: ¿En serio? Pues son súper bonitos, me encantan.
P2: Ah, pues gracias. Ya sabes, cuando quieras, te los presto.

El esquema que sigue este ritual es: restar importancia, insistir, aceptar y hacer una broma o un comentario gracioso. En cambio, en el segundo caso:

- P1: ¡Qué bien te sientan estos pantalones!
P2: Gracias.

P2 no sigue el ritual del cumplido porque piensa que P1 solo ha hecho un comentario y no le concede importancia, incluso puede que después de dar las gracias cambie de tema para no hablar más sobre ello. También encontramos esta respuesta en situaciones en las que el destinatario no tiene tiempo para entrar en el ritual, como podría ocurrirle, por ejemplo, a un actor en una entrevista.

En cuanto a los temas, si los cumplidos hacen referencia al aspecto físico, los españoles suelen seguir el ritual que hemos mencionado y las estrategias para restar importancia pueden ser muy variadas: reducirlo, devolverlo, bromear, etc. Generalmente, no está bien visto que el destinatario acepte un cumplido sobre su aspecto con un simple “Gracias” porque se pensaría que es un creído o un egocéntrico, si bien, todo depende del contexto.

En definitiva, limitarse a dar las gracias no es una respuesta común entre hablantes de español peninsular. En la cultura española, existe una gran valoración de la imagen social positiva (Siebold, 2006: 117); por esta razón, los cumplidos se utilizan con bastante frecuencia y a la hora de responder a un cumplido, una de las estrategias más habituales es quitarle importancia o justificarse. Además, según Choi (2008) y Lázaro (2012) se tiende a estrechar los lazos de solidaridad para crear un ambiente favorable y basado en la confianza entre los interlocutores. Por otra parte, la ironía es una estrategia frecuente en este contexto (Lorenzo-Dus, 2001: 118).

ESTADO DE LA CUESTIÓN

5. Respuestas a los cumplidos

Según Schegloff y Sacks (1973), un cumplido es un par adyacente formado por dos turnos conversacionales consecutivos donde la primera parte condiciona la aparición de la segunda y determina su forma. Dicho de otro modo, es la unidad mínima de una conversación. Dado que cada sociedad define la continuidad de la primera parte de una manera concreta, los mismos pares adyacentes varían según la comunidad lingüística que constituya nuestro objeto de estudio, por lo que cabe esperar respuestas dispares. En definitiva, un cumplido está ligado a su respuesta y aunque se estudien por separado, se necesitan mutuamente. Conocer cómo funciona este fenómeno puede llegar a ser muy útil para los aprendientes de lenguas extranjeras puesto que, en el nuevo contexto, las estrategias de respuesta a un cumplido no siempre se corresponden con las que están familiarizados en su lengua materna.

Este epígrafe se divide en dos partes: en la primera parte, presentaremos algunos trabajos pioneros que sentaron las bases de los criterios para analizar las respuestas al cumplido; en la segunda parte, haremos una breve revisión sobre las investigaciones dedicadas a estudiar las respuestas a los cumplidos en los contextos español y chino para determinar las diferencias y los puntos en común.

5.1. Principios operacionales en las respuestas a los cumplidos

Puesto que existen diversidad de modelos que condicionan el acto de habla del cumplido según la comunidad lingüística en la que nos encontremos, este fenómeno ha generado numerosas investigaciones en el ámbito de la lingüística. A continuación, vamos a mencionar los estudios más destacados sobre las respuestas a los cumplidos.

Pomerantz (1978) fue la primera autora en investigar las respuestas a los cumplidos en el contexto estadounidense y las clasificó según patrones que identificó en conversaciones cotidianas. Teniendo en cuenta el funcionamiento de la cortesía en la sociedad estadounidense, Pomerantz (1978: 81-82) apunta que la reacción más adecuada sería aceptar el cumplido y decir "Gracias". Sin embargo, existen otras posibilidades como negar el cumplido o incluso rechazarlo, cuyo origen radicaría en las siguientes máximas:

1. Mostrar acuerdo.
2. Evitar alabarse a sí mismo.

Cuando el interlocutor recibe un cumplido, debe seguir estas dos máximas contradictorias entre sí y hacer frente a un compromiso: corresponder al hablante sin vanagloriarse. Las dificultades para conseguir este objetivo contradictorio condicionan la respuesta.

Las respuestas que identificó tras analizar el comportamiento de hablantes estadounidenses son las siguientes:

1. Aceptar
 - Agradecer:
 - A. That's beautiful.
 - B. Thank you.
 - Mostrar acuerdo:
 - A. Oh it was just beautiful.

- | | | | |
|----|-----------------------------|------------------------|---|
| 2. | Rechazar | | B. Well thank you. I thought it was quite nice. |
| | • | Mostrar desacuerdo: | A. You did a great job cleaning the house.
B. Well, I guess you haven't seen the kid's room. |
| 3. | Evitar elogiarse a sí mismo | | |
| | • | Rebajarse | |
| | | -Acuerdo: | A. That's beautiful.
B. Isn't it pretty? |
| | | -Desacuerdo: | A. Good shot.
B. Not very solid though. |
| | • | Cambiar de referente | |
| | | -Reasignar: | A. You're a good rower, Honey.
B. These are very easy to row. Very light. |
| | | -Devolver el cumplido: | A. Ya' sound real nice.
B. Yeah, you soun' real good too. |

Según esta clasificación, las dos reacciones más habituales son aceptar o rechazar el cumplido mostrando acuerdo o desacuerdo. Además, otra opción consiste en utilizar mecanismos para evitar conflictos o aliviar la tensión entre los interlocutores.

En la década de 1980, numerosos investigadores analizaron las respuestas al cumplido en diferentes comunidades lingüísticas para subsanar las limitaciones del modelo de Pomerantz (1978), conscientes de la estrecha relación entre la lengua y la cultura y del impacto que tiene sobre los actos de habla en general y sobre el cumplido en particular.

En esta línea, Holmes (1988) realizó un estudio comparando las respuestas de hablantes de inglés americano con hablantes de inglés neozelandés. Su modelo amplía las categorías que propuso Pomerantz, respetando las tres dimensiones principales: aceptar, rechazar y cambiar de referente o evitar el cumplido. Asimismo, Holmes destacó la importancia del contexto a la hora de clasificar las respuestas a los cumplidos.

- | | | | |
|----|-----------------------------|-------------------------|--|
| 1. | Aceptar | | |
| | • | Apreciar o agradecer: | -Thanks./Yes./(Sonreír) |
| | • | Mostrar acuerdo: | -I think it's lovely too. |
| | • | Quitar importancia: | -It's not too bad, is it? |
| | • | Devolver el cumplido: | -You're looking good too. |
| 2. | Rechazar | | |
| | • | Mostrar desacuerdo: | -I'm afraid I don't like it much. |
| | • | Pedir precisión: | -Is beautiful the right word? |
| | • | Cuestionar el cumplido: | -You don't really mean that. |
| 3. | Evitar elogiarse a sí mismo | | |
| | • | Reasignar el mérito: | -My mother knitted it. |
| | • | Hacer un comentario: | -I bought it at Vibrant Knits place. |
| | • | Ignorar: | -It's time we were leaving, isn't it? |
| | • | Justificar la evasión: | A. Hey they're nice. Where'd you get them from?
B. You know, that shop in Cubacade. |
| | • | Pedir una confirmación: | -Do you really think so? |

Poco después, Herbert (1989: 12-17) planteó otro modelo tras comparar las respuestas de estudiantes universitarios estadounidenses y sudafricanos, destacando

la escasa tendencia a aceptar el cumplido del primer grupo de hablantes. A continuación, presentamos este modelo:

1. Mostrar acuerdo
 - Aceptar el cumplido: -Thanks./Thank you.
 - Hacer un comentario: A. I like your hair long.
B. Me too. I'm never getting it cut short again.
 - Reforzar el cumplido: A. I like that shirt you're wearing.
B. You're not the first and you're not the last.
 - Comentar historias: A. I love that outfit.
B. I got it for the trip to Arizona.
 - Reasignar: A. That's a beautiful sweater.
B. My brother gave it to me.
 - Devolver el cumplido: A. You're funny.
B. You're a good audience.
2. Mostrar desacuerdo
 - Rebajarse: A. That's a nice watch.
B. It's all scratched up. I'm getting a new one
 - Desacuerdo: A. Nice haircut. You look good.
B. I hate it
 - Calificar: A. Your portfolio turned out great.
B. It's alright, but I want to retake some pictures.
 - Preguntar/responder: A. Nice sweater.
B. You like it?
A. Yeah.
B. Why?
A. It's a nice color.
B. Yeah, it's a nice color.
 - Ignorar: A. That's a beautiful sweater.
B. Did you finish the assignment for today?
3. Interpretar el cumplido: A. I like your shirt.
B. You want to borrow this one too?

Estos estudios han servido como referencia para muchas investigaciones sobre las respuestas al cumplido. Todos toman como lengua de referencia el inglés. Como consecuencia, la mayoría de estudios contrastivos analizan las diferencias entre el inglés y otra lengua extranjera y se ha considerado que la respuesta más apropiada es aceptar el cumplido.

No obstante, conociendo el impacto de la cultura sobre la cortesía, cabe esperar que las respuestas al cumplido también varíen de una cultura a otra y la aceptación no resulta igual de adecuada fuera del mundo anglosajón. En las siguientes líneas vamos a analizar el fenómeno en relación a las comunidades lingüísticas que aquí nos interesan (la española y la china) desde una perspectiva intercultural, con el objetivo de determinar si existe un criterio concreto para clasificar las respuestas o no.

En primer lugar, nos centraremos en la comunidad sinohablante. Chen (1993) fue uno de los pioneros en realizar estudios contrastivos y tras proporcionar un test para completar el discurso, estudió las respuestas al cumplido de dos grupos: uno formado por hablantes nativos de inglés americano y otro formado por hablantes no nativos de inglés de origen chino. Tras comparar las respuestas de cada grupo, comprobó que la mayoría de los hablantes de inglés no nativos de origen chino rechazaban los cumplidos, a menudo rebajando el objeto de los anteriores. Para los hablantes nativos planteó cuatro estrategias principales:

1. Aceptar el cumplido (ej. Gracias. Me has alegrado el día.)
2. Devolver el cumplido (ej. Tu vestido también es bonito.)
3. Desviar el cumplido (ej. Gracias. Me lo compró mi padre.)
4. Rechazar el cumplido (ej. No me veo tan distinto.)

Sin embargo, tras analizar 292 respuestas de los hablantes de origen chino, el autor identificó tres estrategias principales, que no siempre coincidían con las de los hablantes nativos:

1. Rechazar el cumplido (ej. Soy mucho más viejo.)
2. Agradecer y rebajar (ej. Gracias. Pero en realidad no es tan bonito.)
3. Aceptar (ej. Gracias.)

Siguiendo el Principio de Cortesía de Leech (1983), Chen señaló que los hablantes de inglés americano tienden a aceptar el cumplido siguiendo la Máxima de Acuerdo, según la cual, el desacuerdo con el interlocutor se minimiza para incrementar el acuerdo, tal y como hemos visto en el punto 2.1.3. En cambio, los hablantes de chino se guiarían por la Máxima de Modestia, que sirve para minimizar el aprecio hacia nosotros mismos incrementando el auto-menosprecio.

Otra investigación destacada que sin duda alguna debemos mencionar es la de Ye (1995), quien trabajó solamente con hablantes de chino mandarín. Administró un DCT que agrupaba dieciséis situaciones diferentes y analizó las diferencias entre las respuestas de hombres y mujeres, así como los temas que se repetían con más frecuencia. En total, recopiló 768 cumplidos. En relación a la forma de plantear los cumplidos, diferenció cuatro estrategias: ausencia de respuesta (el sujeto de estudio no utilizó un cumplido en la situación dada), evitar el cumplido, cumplido implícito y cumplido explícito. Además, planteó cinco tipos de respuesta a los cumplidos, en orden de mayor a menor frecuencia:

1. Aceptación con rectificación (ej. 马马虎虎。[Más o menos.])
2. Aceptación (ej. 多谢夸奖。[Gracias por el cumplido.])
3. Rechazo (ej. 不敢当。[No lo merezco.])
4. Combinación (ej. 谢谢，我准备了挺长的时间。[Gracias, he tardado mucho en prepararlo.])
5. Ausencia de respuesta.

Mientras que en la investigación de Chen (1993) la mayoría de los participantes de origen chino rechazaban el cumplido, en el estudio de Ye (1995) la estrategia más frecuente es la aceptación con rectificación, que supone evitar la autoalabanza.

Por su parte, Spencer-Oatey y Ng. (2001) trabajaron con hablantes de chino mandarín en China y con nativos de Hong Kong. Distribuyeron un cuestionario formado por cinco situaciones a 168 nativos chinos de Guilin y de Shanghai y a 158 nativos de Hong Kong. Este trabajo se basa en las tres categorías de estrategias asociadas al cumplido de Pomerantz (1978) y Holmes (1995): aceptación, rechazo o desviación y evasión o evitar alabarse a uno mismo. En cada situación hay cinco respuestas posibles:

1. Aceptación (ej. 谢谢。[Gracias.])
2. Aceptación con justificación (ej. 谢谢，我今天状态不错。[Gracias, hoy estoy en buena forma.])
3. Negación (ej. 不，不，考得不好。[No, no, el examen está mal.])

4. Quitar importancia (ej. 我在大学念的就是英语。 [Mi especialidad en la universidad es el inglés.])
5. Otra respuesta para evitar autoalabarse (ej. 妈, 真的吗? [Mamá, ¿de verdad?])

Los resultados de este estudio indican que la aceptación con justificación es una de las respuestas preferidas por los informantes chinos de Guilin y de Shanghai.

Otros autores cuyas investigaciones también muestran resultados que se alejan de las premisas planteadas por Chen (1993) sobre el rechazo y plantean que los chinos prefieren en mayor medida las respuestas relacionadas con la aceptación son Yuan (2002), Yu (2005) y Cheng (2011).

En cuanto a los estudios sobre respuestas en el ámbito del español peninsular, algunos autores que cabe destacar son Lorenzo-Dus (2001), Siebold (2006), Choi (2008), Maíz-Arévalo (2010, 2012), Ramajo (2012) y Lázaro (2012, 2014).

Tal y como ya mencionamos en el punto 1.2, Lorenzo-Dus (2001) estudió las respuestas al cumplido entre estudiantes universitarios españoles y británicos. La tipología de respuestas se basa en la de Herbert (1989).

Los resultados de esta investigación revelan que los informantes españoles tienden a preguntar a su interlocutor sobre el contenido del cumplido, lo que prolonga la secuencia del mismo. Además, reasignan el cumplido para evitar la autoalabanza cuando el tema del cumplido está relacionado con un talento natural o con la inteligencia (Lorenzo-Dus, 2011: 114).

Por otra parte, como hemos mencionado en el punto 1.2., Siebold (2006) siguió el modelo de Chen que hemos detallado previamente para clasificar las respuestas de los dos corpus en los que se basa su trabajo: uno español y otro alemán. No obstante, añadió algunas estrategias:

1. Estrategia 1: Aceptar
 - a) Agradecer
 - b) Estar de acuerdo
 - c) Expresar alegría
 - d) Bromear
2. Estrategia 2: Devolver
 - a) Devolver el cumplido
 - b) Ofrecer el objeto del cumplido
 - c) Animar
3. Estrategia 3: Desviar
 - a) Explicar
 - b) Dudar
 - c) No reaccionar
4. Estrategia 4: Rechazar
 - a) Rechazar el cumplido
 - b) Expresar vergüenza

Según los resultados de esta investigación, la aceptación es la estrategia más utilizada por los informantes españoles, seguida por el desvío (Siebold, 2006: 333). Además, coincide con Lorenzo-Dus (2001) en destacar la fluidez y la naturalidad con la que el cumplido se integra en el discurso dentro del ámbito del español peninsular (Siebold, 2006: 340).

Choi (2008: 323-338) elaboró un modelo para estudiar la relación entre las respuestas al acto del cumplido de hablantes de español peninsular y de coreano

que recoge seis categorías principales basándose en los modelos de Holmes (1988) y de Chiang y Pochtrager (1993), que a su vez agrupan diversas estrategias o formas:

- | | |
|-------------------------|--|
| 1. Aceptación | -Dar las gracias
-Mostrar acuerdo – Tipo 1
-Mostrar acuerdo – Tipo 2 |
| 2. Rechazo | -Denegar o ponerse en desacuerdo |
| 3. Elaboración positiva | -Dar explicaciones
-Devolver el cumplido
-Ofrecer
-Recomendar o dar consejos
-Expresar esperanza
-Expresar alegría |
| 4. Elaboración negativa | -Quitar importancia o rebajarse
-Expresar incredulidad
-Reasignar
-Expresar sorpresa o vergüenza |
| 5. Desvío | -Hacer bromas
-Cambiar de tema
-Hacer preguntas
-Responder al reconocimiento
-Pedir consejo o ayuda
-Comprometerse |
| 6. Elaboración neutral | -Contestar |
| 7. Opción (2) | -No realizar el acto (no responder nada)
-Decir algo que no tiene nada que ver con lo que se ha dicho
-Expresarse con un gesto |

Como puede apreciarse a simple vista, este modelo es bastante detallado y aborda diversas posibilidades que van desde aceptar el cumplido hasta evitar el acto de habla en sí mismo, pudiendo generarse también la combinación de varias estrategias. Dentro de la aceptación, se distinguen dos tipos: el primero se caracteriza por aceptar el cumplido y hacer algún comentario adicional; el segundo está relacionado con “elevar el elogio” (*praise upgrade*). La elaboración positiva agrupa diversas microestrategias que manifiestan ciertas señales de aprobación sin llegar a aceptar del todo el cumplido. Por su parte, mediante las diversas subestrategias incluidas en la elaboración negativa el hablante pone en duda si merece el cumplido. Por último, la elaboración neutral reúne afirmaciones con las que el hablante demuestra que ha entendido el mensaje de su interlocutor. Según los resultados de la investigación, la mayoría de los hablantes españoles aceptaría los cumplidos o bien, tendría una reacción positiva, prevaleciendo la Máxima de Acuerdo de Leech (2008: 398).

Ramajo (2011) elaboró otra clasificación adaptada al dialecto libanés y al español peninsular a partir de los modelos de Holmes (1988), Herbert (1986, 1989), Chen (1993) y otros autores que han realizado investigaciones con comunidades arabófonas. Según la autora, hay cuatro macrofunciones que también constan en el modelo de Choi (2008) y una serie de funciones asociadas a recursos lingüísticos concretos, como exponemos a continuación:

- | | |
|------------|--|
| 1. Aceptar | -Agradecer
-Aceptar el cumplido con tono irónico
-Devolver el cumplido
-Ofrecer |
|------------|--|

- Recomendar o dar consejos
- Confirmar
- Dar explicaciones e información adicional
- Preguntar a alguno de los presentes que confirmen la explicación al cumplido
- Exponer la opinión positiva de otra persona sobre el cumplido o el objeto alabado
- 2. Mitigar
 - Expresar incredulidad
 - Expresar duda
 - Quitar valor a lo elogiado
 - Quitar valor a lo elogiado con ironía
 - Preguntar para que se reafirme el cumplido
 - Quitar importancia o rebajarse
 - Exponer la opinión negativa de otra persona sobre el cumplido o el objeto alabado
 - Emplear una estrategia de desvío
- 3. Rechazar

Si atendemos a los resultados, la aceptación es la categoría más usada por los informantes españoles, coincidiendo con Siebold (2006) y Choi (2008), quedando en segundo lugar la estrategia mitigar.

Maíz-Arévalo (2012) comparó las respuestas a los cumplidos entre informantes españoles y neozelandeses utilizando el método etnográfico. En este estudio, se clasificaron las diferentes estrategias siguiendo el modelo de Holmes (1995):

- 1. Aceptar
 - Muestra de apreciación/acuerdo
 - Expresión de acuerdo
 - Rebajarse
 - Devolver el cumplido
- 2. Rechazar/desviar
 - Muestra de desacuerdo
 - Refutar
 - Cuestionamiento de la sinceridad
- 3. Evasión
 - Reasignar a una tercera persona
 - Comentario informativo
 - Ignorar
 - Evasión legítima
 - Pregunta de reafirmación

Según los resultados obtenidos, la autora plantea que el sexo influye en la selección de una respuesta u otra entre los informantes y señala que cuando una mujer recibe el cumplido de un varón, tenderá a usar la estrategia evasión; sin embargo, cuando el cumplido se lo dedica una mujer, la respuesta más extendida es la aceptación.

Por último, Lázaro (2012), en su estudio contrastivo sobre las respuestas al cumplido entre estudiantes universitarios de español y de japonés, sigue el modelo de Choi (2008) y añade algunas estrategias como la pregunta de reafirmación a partir del trabajo de Ramajo (2011) y otras extraídas de su propio corpus (reprender, alentar y flirtear), como puede observarse a continuación:

- 1. Aceptación
 - Agradecimiento
 - Mostrar acuerdo – Tipo 1

- | | |
|-------------------------|---------------------------------|
| | -Mostrar acuerdo – Tipo 2 |
| 2. Rechazo | -Negación |
| 3. Elaboración positiva | -Dar explicaciones |
| | -Elevar el cumplido |
| | -Devolver el cumplido |
| | -Ofrecer |
| | -Recomendar o dar consejos |
| | -Expresar esperanza |
| | -Expresar alegría |
| 4. Elaboración negativa | -Quitar importancia o rebajarse |
| | -Expresar incredulidad |
| | -Reasignar |
| | -Expresar sorpresa o vergüenza |
| | -Pregunta de reafirmación |
| 5. Desvío | -Hacer bromas |
| | -Cambiar de tema |
| | -Hacer preguntas |
| | -Responder al reconocimiento |
| | -Pedir consejo o ayuda |
| | -Comprometerse |
| | -Reprender |
| | -Alentar |
| | -Flirtear |
| 6. Elaboración neutral | -Contestar |

Los resultados de esta investigación reflejan la preferencia de los informantes españoles por la estrategia aceptación y por la elaboración positiva, resultados que coinciden con los de Choi (2008). Cabe mencionar que las estrategias “praise upgrade”, hacer bromas y flirtear aparecen en el corpus español (Lázaro, 2012: 132).

En otra investigación posterior, Lázaro (2014) analizó la presencia del acto de habla del cumplido y la forma de responder al mismo en 15 manuales de ELE. Además de examinar 21 conversaciones extraídas de manuales, elaboró un corpus de 148 estrategias y 115 respuestas a partir de grabaciones secretas a 60 informantes españoles siguiendo el método etnográfico. Para ello, propuso una nueva clasificación de estrategias siguiendo a Ramajo (2012), Choi (2008) y Chiang y Pochtrager (1993):

- | | |
|---------------|---|
| 1. Aceptación | -Agradecer |
| | -Mostrar acuerdo |
| | -Dar explicaciones e información adicional |
| | -Devolver el cumplido |
| | -Exponer la opinión positiva de otra persona sobre el cumplido o el objeto elogiado |
| | -Bromear |
| | -Expresar alegría |
| 2. Rechazo | -Mostrar desacuerdo |
| | -Negar con tono irónico |
| 3. Mitigar | -Quitar importancia o valor a lo elogiado |
| | -Dudar |
| | -Cuestionar |
| | -Pregunta de reafirmación |

4. Desvío
- Comentario informativo
 - Ignorar
 - Comentario evasivo
 - Recriminar la actitud del interlocutor

Atendiendo a los resultados, Lázaro (2014: 196) determina que la estrategia más usada por los informantes es la aceptación (46,74%), pese a que en las conversaciones extraídas de los manuales de ELE la estrategia más relevante es la mitigación con un 65,22%. Estos resultados coinciden con los de Ramajo (2012).

Si comparamos los modelos hasta aquí expuestos de los autores que analizan la respuesta al cumplido en el ámbito del español peninsular, cabe destacar las coincidencias que apreciamos a la hora de clasificar las respuestas en el ámbito del español peninsular, exceptuando algunas diferencias en cuanto a la denominación de los elementos que componen cada categoría.

En resumen, tanto en el ámbito sinohablante como en el del español peninsular encontramos estrategias similares, si bien, su uso y la frecuencia con la que aparecen varían. Dichas estrategias se clasifican en cuatro grandes ejes o categorías: aceptación, rechazo, desviación y mitigación. A simple vista, parece que las investigaciones en español contemplan más variedad de estrategias y, por lo tanto, hay más variedad en los resultados, mientras que los estudios sobre el cumplido en chino siguen ligados en mayor o menor medida al modelo que propuso Chen (1993). Asimismo, las diferentes formas de denominar cada categoría o estrategia varían en función de los autores y todavía no existe una terminología unificada, sino que va ampliándose gradualmente a medida que se realizan nuevas investigaciones.

CAPÍTULO 2: METODOLOGÍA

El fenómeno de la cortesía tiene una estrecha relación con la sociedad. Por esta razón, creemos que nuestra investigación debe tener carácter empírico y basarse en datos de la misma naturaleza. Este capítulo está dedicado a la metodología que hemos seguido.

Los dos métodos de investigación principales en Lingüística Aplicada son: el método cualitativo y el cuantitativo. Pese a que tradicionalmente se ha considerado que estos métodos son opuestos y por lo tanto no habría relación entre ellos, recientemente, se ha introducido una metodología mixta que los combina. Aunque no vamos detallar las características de cada método, cabe señalar que la presente investigación utiliza herramientas cualitativas y cuantitativas: los cuestionarios que utilizamos son una herramienta de carácter cualitativo, mientras que el análisis de los datos obtenidos a partir de los cuestionarios sigue un enfoque cuantitativo.

La sociolingüística parte de un enfoque multidisciplinar en el que confluyen intereses de disciplinas como la lingüística, la antropología o la sociología. En base a esto, no existe uniformidad metodológica y cualquier estudio dentro de esta área combina varios métodos, como hemos mencionado antes.

Por otra parte, la interpretación de los datos supone varias etapas previas a la obtención de resultados que permitan escribir las conclusiones, a saber: definición, categorización, clasificación y análisis de los datos. Utilizaremos la estadística en esta última etapa de análisis.

A continuación, señalaremos algunas cuestiones metodológicas que afectan a las investigaciones en lingüística aplicada y, más tarde, detallaremos la metodología que seguimos en el presente estudio.

1. Cuestiones metodológicas

Cada investigador escogerá un método en función de sus objetivos de estudio, si bien, no hay un método perfecto. Esta capacidad de elección no se limita únicamente a dos métodos enfrentados, puesto que es posible combinar los métodos cualitativo y cuantitativo, tal y como se plantea en la obra de Kasper *et al.* (2005). Un estudio sobre el cumplido o sobre cualquier otro acto de habla necesariamente se basará en muestras de habla que pueden recogerse mediante varias herramientas como los cuestionarios, las entrevistas, ya sean libres, semi-dirigidas o dirigidas, los juegos de rol, la observación participante, la grabación secreta de conversaciones, la proyección de vídeos mudos, etc. Todas estas herramientas tienen ventajas y desventajas.

Las investigaciones que hemos ido mencionando a lo largo de este estudio revelan que las herramientas más utilizadas para recoger datos son los cuestionarios y los juegos de rol. Ambas tienen en común que no es necesaria la interacción directa entre el investigador y los informantes. Dentro de los cuestionarios, predomina el uso del DCT (*Discourse Completion Test* en inglés), que plantea una serie de situaciones cuidadosamente escogidas y preguntas relacionadas con las mismas que los informantes deben responder. Una de las ventajas de esta técnica es la velocidad con la que se distribuye y se obtienen los resultados.

Sin embargo, no todos los investigadores apoyan por igual el uso de estas herramientas, puesto que consideran que los datos obtenidos en condiciones controladas no son del todo naturales y podrían haber sufrido algún tipo de manipulación por parte del investigador. Por regla general, se acepta que las

muestras de habla producidas en condiciones no controladas, es decir, de forma espontánea, son las más fiables. Este dilema afecta sobre todo a las investigaciones sobre pragmática, en las que las muestras de lenguaje artificiales podrían tener un impacto negativo en los resultados (Bardovi-Harlig *et al.*, 1993). Una posible solución sería utilizar el método etnográfico³⁰.

El método etnográfico aplicado a la pragmática intercultural sigue un enfoque global. Para incrementar la validez de la investigación se utiliza la observación participante de interacciones sociales y de rutinas conversacionales³¹. La meta final es acumular suficientes pruebas empíricas y aplicar la triangulación³² a los datos obtenidos (Davis y Henze, 1998). Esta técnica permite aumentar la credibilidad de los datos y obtener conclusiones fiables. Una triangulación de métodos puede combinar la observación participante con entrevistas, cuestionarios, notas de campo o grabaciones.

Así, el método etnográfico se basa en la observación participante y en la entrevista dirigida, combinadas y llevadas a cabo sobre el terreno en el que se producen los acontecimientos que se desea estudiar (Hammersley y Atkinson, 1983).

La principal ventaja del método etnográfico es la posibilidad de recoger muestras de habla espontáneas en contextos naturales. No obstante, la “paradoja del observador” afecta a su alcance. Según Labov (1972: 209):

El objetivo de la investigación lingüística en una comunidad debe ser averiguar cómo las personas hablan cuando no están siendo observadas de forma sistemática; pese a ello, solo podemos obtener estos datos a partir de la observación sistemática³³.

Tras advertir de este problema, Labov propuso varias soluciones para el investigador: la primera solución consiste en utilizar herramientas como las grabaciones secretas para no condicionar la producción de muestras de habla; la segunda solución sería minimizar el impacto que tiene su intervención sobre los informantes y la tensión que se genera en estas situaciones, sobre todo si se alude a cuestiones personales o temas delicados durante una entrevista; la tercera solución consistiría en participar como un informante más y cambiar el rumbo de la interacción si lo considera conveniente.

Un estudio etnográfico requiere tiempo y dedicación constante, por lo que no es el método más indicado si existen ciertas limitaciones, como es el caso de este estudio. El investigador debe dedicar suficientes horas al trabajo de campo para llegar a entender cómo funciona su objeto de estudio dentro de una comunidad concreta. Solo tras superar esta etapa será capaz de interpretar correctamente el fenómeno que le interesa, como si también formara parte de dicha comunidad. Tras recopilar los datos y hacer frente a la paradoja del observador, hay una fase de

³⁰ Forma parte de la etnografía de la comunicación, disciplina que se desarrolló desde mediados del siglo XX con las obras de Hymes y de Gumperz. Se caracteriza por analizar la comunicación en relación al contexto social o a determinadas prácticas y creencias de los miembros de una comunidad lingüística concreta.

³¹ Esta observación participativa se caracteriza por ser prolongada y continua

³² Es una técnica que suele aplicarse en investigaciones mixtas. Existen varios tipos: triangulación de datos, de investigadores, de teorías y de métodos

³³ En el original: [the aim of linguistic research in the community must be to find out how people talk when they are not being systematically observed; yet we can only obtain these data by systematic observation.]

análisis en la que se elaboran categorías relacionadas con la realidad social de los informantes. Esta tarea también requiere un trabajo bastante arduo. Por último, otra crítica a este método es que se limita a una comunidad concreta, es decir, los resultados no pueden generalizarse ni son representativos fuera del ámbito de estudio³⁴.

Aunque compartimos la opinión de que las muestras obtenidas de forma natural son las más adecuadas para investigar las respuestas al cumplido, por limitaciones de tiempo y de recursos, las muestras de habla en las que se basa esta investigación se han obtenido en un contexto controlado. Queremos recordar que nuestra meta no es analizar el discurso, sino desarrollar un análisis heurístico y exploratorio.

2. Objetivos de investigación e instrumentos de recogida de datos

Ya hemos señalado que no existe un método perfecto y la elección de uno u otro dependerá de las necesidades del investigador y del contexto en el que desarrolle la investigación. Por ello, es conveniente plantear en este punto los objetivos de la investigación y, en segundo lugar, el instrumento de recogida de datos que hemos utilizado.

El objetivo principal de esta investigación es realizar un análisis exploratorio de tipo heurístico y contrastivo sobre las estrategias que emplean nuestros informantes universitarios españoles y chinos para responder a los cumplidos. Las preguntas de investigación que dan pie a nuestro estudio son las siguientes:

- a) ¿El acto de habla del cumplido es igual en la cultura española y en la china?
- b) ¿Qué estrategia utilizan los informantes con más frecuencia?
- c) ¿Hay estrategias únicas en cada corpus?
- d) ¿Los informantes españoles y los estudiantes chinos emplean estrategias parecidas para responder a los cumplidos sobre apariencia, posesión, habilidad y personalidad?
- e) ¿De qué forma influye el poder social, la distancia social y el sexo en las respuestas a los cumplidos entre los informantes españoles y los chinos?

Para lograr nuestro primer objetivo específico, investigaremos los puntos en común y las diferencias entre la comunidad española y la china al responder al acto de habla del cumplido en las mismas situaciones. Además, nuestro segundo objetivo específico es comprobar el impacto de las variables sociales sobre este fenómeno en los dos contextos. Por tanto, en esta investigación se consideran dos clases de variaciones: sociopragmática y transcultural.

El instrumento de recogida de datos que hemos seleccionado es el DCT, ya que permite manejar las variables y obtener numerosas muestras de habla para incrementar la fiabilidad del estudio, un requisito indispensable si queremos comparar dos comunidades lingüísticas tan alejadas.

A continuación, vamos a explicar las características del DCT que, como mencionamos en el epígrafe anterior, es la herramienta más utilizada en

³⁴ Existen dos tipos de validez: externa e interna. Para que una investigación tenga validez externa los resultados deben poder generalizarse a otros sujetos, comunidades, lugares, etc. En contraposición a la validez interna, que se limita a la relación entre las variables de la investigación, la validez externa tiene un carácter más amplio.

investigaciones sobre pragmática. Aunque existen varios tipos de DCT, la forma más extendida se administra por escrito y agrupa una serie de situaciones que sirven para analizar actos de habla. Cada situación contiene un diálogo que el informante debe completar tras leer la información sobre el contexto³⁵ e imaginar qué haría o qué diría si la situación fuera real.

Blum-Kulka (1982) fue una de las primeras investigadoras en utilizar estos cuestionarios en el ámbito de la pragmática intercultural³⁶, mientras realizaba una investigación que comparaba el uso de actos de habla en aprendientes de hebreo y en nativos. Poco después, Blum-Kulka y Olshtain (1984) hicieron un estudio intercultural sobre los patrones de realización de actos de habla utilizando el DCT. Pidieron a los informantes que completaran secuencias de un discurso incompleto con peticiones y disculpas.

En relación al estudio de las respuestas al cumplido en el ámbito sinohablante, vemos que, al igual que en muchas otras investigaciones sobre pragmática, numerosos investigadores eligieron esta herramienta para desarrollar sus trabajos. Chen (1993) utilizó un DCT con cuatro situaciones comunicativas en su estudio contrastivo sobre las respuestas al cumplido en hablantes de inglés americano y en sinohablantes. Asimismo, Ye (1995) también eligió esta herramienta para estudiar el cumplido con sinohablantes y diseñó un DCT con dieciséis situaciones. Otra autora que aprovechó el DCT fue Chen. S. (2003) que suministró un DCT con ocho situaciones diferentes. Por último, en la investigación de Chen Y. y Rau (2011) sobre las respuestas al cumplido en hablantes de inglés americano no nativos, los datos se recopilaron mediante dos DCT que las investigadoras distribuyeron en Estados Unidos y en Taiwán. En cuanto a los autores que utilizaron el DCT en el ámbito de los estudios sobre el español peninsular, cabe destacar a Lorenzo-Dus (2001) y a Lázaro (2012).

Ya hemos señalado que una de las ventajas del DCT es la rapidez con la que permite recopilar los datos. Sin embargo, Kasper y Roever (2005) señalaron que este hecho no significa que sea la herramienta más simple, puesto que, al diseñarla, el investigador debe tener muy presentes los objetivos de su estudio y el posterior análisis de los datos también debe ser minucioso.

Otros autores como Rose (1994) o Sasaki (1998) han criticado el DCT por su falta de naturalidad, ya que todas las situaciones que presenta son controladas por el investigador y no se desarrolla a partir de muestras reales. Además, señalan que pedir al informante que proporcione por escrito respuestas que fuera del test daría de forma oral puede influir negativamente en la investigación, ya que las respuestas escritas podrían variar respecto a las respuestas que encontraríamos en circunstancias reales (Golato, 2003).

No obstante, pese a estas limitaciones, Kasper (2000: 329) señala que el DCT es una herramienta de recogida de datos efectiva:

Cuando ha sido diseñado cuidadosamente, el DCT proporciona información valiosa sobre el conocimiento pragmalingüístico del hablante de las estrategias y las formas lingüísticas que pueden implementar los actos comunicativos y, por otra

³⁵ Antes de introducir el diálogo, se proporcionan detalles sobre el poder social, la distancia social y el sexo.

³⁶ Otros autores que utilizaron esta herramienta fueron Cohen y Olshtain (1981), si bien, el desarrollo de la misma se atribuye a Fraser (1980).

parte, sobre el conocimiento sociopragmático de los factores contextuales en los que son apropiados determinadas estrategias y formas lingüísticas”³⁷.

Teniendo en cuenta todo lo expuesto sobre el DCT, hemos decidido utilizarlo en nuestra investigación como instrumento de recogida de datos.

3. Selección de los informantes

Para llevar a cabo nuestra investigación hemos optado por seleccionar una muestra poblacional a pequeña escala, ya que no disponemos de tiempo ni de recursos suficientes para desarrollar una investigación a mayor escala. Por otra parte, para evitar generalizar y alcanzar nuestro objetivo, realizar un análisis exploratorio de tipo heurístico y contrastivo entre hablantes de dos comunidades lingüísticas diferentes, se realizará un muestreo de tipo no probabilístico.

La enseñanza del español en China ha experimentado un rápido crecimiento desde el año 2000 y sigue aumentando en la actualidad con la implantación de nuevos cursos de español en centros educativos, sobre todo a nivel universitario. Según un estudio realizado en el año 2014 por la doctora Huang (2014: 1) en 1999 tan solo 12 universidades ofrecían cursos de español, mientras que, en 2014, la cifra se incrementó a 67. Estos datos revelan que el español todavía no cuenta con una larga tradición de estudio en este país, de hecho, el primer convenio de cooperación educativa, cultural y científica entre China y España se firmó en 1981, por lo que cabe esperar que en los próximos años siga desarrollándose a buen ritmo. Sanz (2012: 4) comparte esta opinión:

Precisamente, uno de los mayores acontecimientos de estos 40 años en común se sitúa también en el entorno de la lengua, y es el sorprendente desarrollo de los estudios de español en China, llegando en pocos años a un centenar de departamentos universitarios que ofertan estudios de español. Así, el español crece con el objetivo de convertirse en lo que ya es en el resto del mundo, la segunda lengua más estudiada.

Otro dato que corrobora esta predicción es el número de estudiantes de Filología Hispánica en China: ha pasado de 500 en el año 2000 a más de 12.000 en la actualidad³⁸.

Fuera del ámbito universitario, todavía no hay muchos centros de primaria o de secundaria que impartan cursos de ELE en China, si bien, González (2006:134) señala que la Consejería de Educación de la Embajada de España en China pretende crear “aulas de lengua y cultura española en las escuelas de secundaria de lenguas extranjeras en las que la primera lengua extranjera no sea el inglés”, así como “secciones bilingües dentro de algunos centros de excelencia”. Por otra parte, cada vez hay más academias que imparten clases de español. Cabe destacar la labor del

³⁷ La traducción es nuestra. [When carefully designed, production questionnaires are useful to inform about speakers’ pragmalinguistic knowledge of the strategies and linguistic forms by which communicative acts can be implemented, and about their sociopragmatic knowledge of the context factors under which particular strategic and linguistic choices are appropriate.]

³⁸ Extraído de: La enseñanza española seduce a China (15 de junio de 2016). En línea en: < <http://marcaespana.es/actualidad/cultura/la-ensenanza-espanola-seduce-china> > [Fecha de consulta: 28 de junio de 2016]

Instituto Cervantes de Pekín³⁹, fundado en el año 2006, que da formación a unos 5000 estudiantes al año⁴⁰.

La mayoría de aprendientes de ELE sinohablantes son jóvenes con edades comprendidas entre 18 y 25 años que desean ampliar sus oportunidades para conseguir trabajo en un mercado laboral cada vez más competitivo. Muchos desean realizar una estancia en países hispanohablantes a largo plazo, en muchos casos, para cursar un máster o estudios de postgrado. En 2014, unos 7000 estudiantes chinos se formaron en España⁴¹.

Según González (2006), otros factores que influyen en el interés de los sinohablantes hacia el español son los siguientes:

Están los intereses económicos y comerciales, cada vez más pujantes, en España y en Latinoamérica; la proyección turística en las dos direcciones, impulsada con los nuevos vuelos directos entre España y China, así como la creciente sensibilidad por España entre una nueva clase media china que tiene medios para viajar fuera del país y que comienza a apreciar nuestro clima, nuestro patrimonio, nuestra gastronomía, nuestra moda, etc.

Dado que la mayoría de aprendientes de español como ELE en China pertenece al ámbito universitario, hemos decidido seleccionar nuestros informantes en este contexto, cuya edad oscila entre los 18 y los 25 años⁴². Además, hemos seleccionado informantes de universidades y de ciudades variadas para que el corpus de estudio sea heterogéneo.

En relación al tamaño de la muestra poblacional, existen dos tipologías relevantes en sociolingüística: porcentual y numérica⁴³. Considerando el objetivo de nuestro estudio exploratorio y las características de las comunidades lingüísticas que nos interesan, mediante un muestreo no probabilístico⁴⁴ hemos seleccionado un total de 50 informantes: 25 informantes chinos y 25 informantes españoles.

³⁹ El Instituto Cervantes tiene otras dos sedes en Shanghái y Hong Kong. Aunque la sede que ofrece más cursos y actividades es la de Pekín, en las otras sedes también se convocan los exámenes DELE varias veces al año.

⁴⁰ Datos extraídos del Anuario del Instituto Cervantes 2012. El Español en el Mundo (2012: 4).

⁴¹ Extraído de: La enseñanza española seduce a China (15 de junio de 2016). Véase la cita 38.

⁴² Tanto en España como en China, es cada vez más habitual encontrar estudiantes universitarios que desean cursar un máster tras finalizar un grado en España o 学士学位 (xuéshì xuéwèi) en China, con una duración de cuatro años en ambos casos.

⁴³ En relación a la tipología porcentual, según la proporción de Lavob (1966), por cada 100.000 hablantes de una comunidad lingüística deben escogerse 25 informantes (0,0025%) para que la muestra sea óptima. Por su parte, dentro de la tipología numérica, siguiendo a Sankoff (1980), el número ideal de informantes sería 150. No obstante, también se han criticado estas tipologías y existen otras que no nos detenemos a mencionar aquí.

⁴⁴ Existen dos categorías de muestreo: probabilístico y no probabilístico. En el no probabilístico, la selección de la muestra "no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características del investigador. [...] Aquí el procedimiento no es mecánico, [...] sino que depende del proceso de toma de decisiones de una persona o grupo de personas." (Hernández *et al.*, 1997) A su vez, el muestreo no probabilístico se subdivide en varios tipos: muestreo por cuotas, muestreo intencional, bola de nieve y muestreo discrecional. En cambio, con el muestreo probabilístico se elige una muestra de población al azar. Normalmente, los investigadores se decantan por este último muestreo, ya que consideran que es más preciso, permite conocer la representatividad de la muestra y no está sesgado.

4. Variables

En este apartado vamos a describir cuáles son la variable dependiente (VD) y las variables independientes (VI), que se eligen en función a las preguntas de investigación y a las hipótesis correspondientes.

a) Variable dependiente

Las estrategias y subestrategias utilizadas a la hora de responder un cumplido sobre apariencia, posesión, habilidad y personalidad, se muestran en la siguiente tabla:

Aceptación	-Agradecimiento -Mostrar acuerdo-Tipo 1 -Mostrar acuerdo-Tipo 2
Rechazo	-Negación
Elaboración positiva	-Dar explicaciones -Devolver el cumplido -Elevar el cumplido -Ofrecer -Recomendar o dar consejos -Expresar deseo -Expresar alegría -Pregunta de reafirmación
Elaboración negativa	-Rebajarse o quitarse importancia -Expresar incredulidad -Reasignar -Expresar sorpresa o vergüenza
Desvío	-Hacer bromas -Cambiar de tema -Hacer preguntas -Mostrar reconocimiento -Pedir consejo o ayuda -Comprometerse -Reprender -Alentar -Flirtear
Elaboración neutral	

Tabla 1. Configuración de la VD

Explicaremos sus características posteriormente, en el punto 1 del capítulo 3.

b) Variables independientes

Las VI de nuestro estudio son: sexo, edad, lugar de origen, distancia social y poder social.

VI	Variantes
Sexo	Hombre Mujer
Edad	18-25
Lugar de origen	España China
Distancia social	Más familiaridad

	Menos familiaridad
Poder social	Posición superior Posición igualitaria Posición inferior

Tabla 2. Configuración de las VI

5. Procedimiento

En la primera fase de la investigación, determinaremos qué variables estarán presentes en el cuestionario y en qué medida se incluyen en las situaciones de uso, cuyo diseño requiere un cuidado especial para que el DCT sea eficaz y se corresponda con el objetivo de nuestro estudio.

Más tarde, tomando como referencia los trabajos de Choi (2008) y de Lázaro (2012), cuyos cuestionarios tienen un alto grado de detalle y están adaptados al ámbito universitario, hemos planteado doce situaciones distintas, prestando atención al contexto, donde se presentan los elementos clave para generar una respuesta al cumplido lo más natural posible.

En la tercera fase, el cuestionario original se redactó en español y después se tradujo al chino. La traducción se ha adaptado para intentar que las situaciones sean familiares y los informantes sinohablantes puedan imaginarlas con facilidad como si fueran reales, procurando que haya correspondencia con el cuestionario que se ha proporcionado a los informantes españoles. Después de revisarlo y de corregir los errores, se hizo una prueba con dos informantes de cada comunidad para comprobar si las instrucciones y el formato elegido eran claros. A continuación, la versión final de los cuestionarios se distribuyó en línea desde finales del mes de junio hasta mediados de julio de 2016.

En la siguiente fase, recopilamos los datos a partir de los cuestionarios y los codificamos siguiendo el siguiente proceso: para mantener el anonimato de los informantes, les asignamos una etiqueta con un código alfanumérico que señala el lugar de origen ("E" para los españoles y "C" para los chinos), el sexo y un valor cardinal unificados (números pares para los hombres e impares para las mujeres, puesto que contamos con 12 hombres y 13 mujeres en cada grupo de informantes) y por último, el número de la situación (del 1 al 12).

C13S5		
C	13	S5
China	Mujer/valor cardinal	Situación

E2S12		
E	2	S12
España	Hombre/valor cardinal	Situación

Tabla 3. Codificación de los informantes

La quinta fase de la investigación consiste en organizar el corpus y analizar los datos con ayuda del programa informático de estadística descriptiva Excel de Microsoft Office.

6. Descripción del cuestionario

En este apartado vamos a presentar el cuestionario que hemos utilizado para elaborar el corpus en español. Al principio encontramos una pequeña introducción, como se observa en la siguiente imagen:



Imagen 1. Introducción del cuestionario

A continuación, se solicita la información personal: edad, sexo, centro universitario de estudios, lugar de origen (provincia), dirección de correo electrónico.

Edad *

Tu respuesta

Sexo *

☐ Hombre

☐ Mujer

¿En qué universidad estudias? *

☐ Universidad Autónoma de Madrid

☐ Universidad Complutense de Madrid

☐ Universidad Antonio de Nebrija

☐ Otro: _____

¿Qué carrera estudias? *

Tu respuesta

¿En qué provincia naciste? *

Tu respuesta

¿Cuál es tu dirección de correo electrónico? *

Tu respuesta

SIGUIENTE

Imagen 2. Información personal a rellenar en el cuestionario

Los campos más importantes de esta parte de la encuesta son la edad, el sexo (VI) y la dirección de correo electrónico, que tomaremos como referencia a lo largo del cuestionario. Aunque no consideramos el centro de estudios, la carrera y la provincia de nacimiento variables de nuestro estudio, esta información adicional nos permite asegurarnos de que hay cierta variedad entre nuestros informantes.

Más tarde se proporcionan las instrucciones para completar el cuestionario:

Instrucciones
A continuación detallamos doce situaciones. Por favor, lee con atención, imagina cada situación y escribe la respuesta que darías como si fueran reales. Las respuestas pueden ser cortas o repetirse. Sin embargo, intenta que sean naturales. -Escribe en el espacio en blanco lo que le dirías a tu interlocutor. -En caso de que prefirieras no decir nada o decir algo que no tiene que ver con el tema, indícalo. Puedes añadir cualquier comentario u observación que desees después de tu respuesta.

Imagen 3. Instrucciones

Las instrucciones sirven para orientar al informante sobre el modo de realizar la encuesta. Se pretende que den las respuestas de la forma más natural posible; para ello, hemos intentado facilitar el proceso de imaginación de la situación, como si tuviera lugar en la vida real y no en un contexto simulado. Además, los informantes pueden añadir comentarios después de la respuesta si lo consideran oportuno. En algunos casos, esta posibilidad ha sido muy útil y nos ha proporcionado información adicional sobre el acto del cumplido en las dos comunidades de habla que aquí nos atañen.

Hay un total de doce situaciones. Todas siguen la misma estructura: descripción del contexto en el que tiene lugar la situación y, por lo tanto, de las VI: edad (en algunos casos), sexo, distancia y poder social entre los interlocutores; contenido del cumplido que hace el interlocutor; pregunta de cierre. Presentamos la décima situación a modo de ejemplo:

10. Te estás preparando para ir a una boda. Sales de tu casa con calma y te encuentras con un vecino que tiene 60 años. No le conoces bien pero siempre te saluda en la escalera. Al verte, exclama: "Anda, mira tú. ¡Qué elegante estás hoy!" ¿Cómo responderías? Texto de respuesta larga	*
---	---

Imagen 4. Situación 10

Como puede observarse, la descripción del contexto no es exhaustiva para facilitar la lectura y el proceso de imaginación. Para diseñar las situaciones hemos procurado que resulten familiares y cercanas a nuestro grupo de informantes. Este punto es quizá el más complicado si elegimos el DCT como herramienta de recogida de datos, como hemos mencionado en el punto 2 de este capítulo. Los referentes se interrelacionan con las VI para conseguir más naturalidad. A continuación, detallamos cuáles son los referentes que aparecen en nuestro cuestionario:

a) Apariencia

La apariencia es un tema recurrente en las conversaciones cotidianas al que los interlocutores pueden referirse haciendo uso del acto de habla del cumplido y está asociada a valores culturales. Puede proporcionar información sobre el estatus y clasificarse según su grado de formalidad. Entendemos por apariencia cualquier elemento relacionado con el aspecto físico de una persona. En este cuestionario se hace mención directa a la vestimenta y al peinado. Otros elementos asociados a la apariencia que no hemos incluido son la cosmética (mucho o poco maquillaje, maquillaje especial, etc.) y las modificaciones corporales (*piercings*, tatuajes...).

b) Posesión

Hace referencia a los objetos que posee una persona como joyas, enseres, etc. Según Wolfson (1983), los cumplidos sobre posesión son muy frecuentes. Los elementos más importantes en este tipo de cumplidos son el objeto que recibe el cumplido (posesión), la persona a la que pertenece (destinatario) y una evaluación positiva (Taavitsainen y Jucker, 2008). No obstante, en algunas ocasiones puede no resultar educado hacer un cumplido sobre los objetos personales del destinatario, situación que puede variar dependiendo de la comunidad de habla que estudiemos. En cualquier caso, a no ser que se recurra a la ironía, cuando se hace un cumplido sobre posesión, el hablante intenta no ofender al destinatario.

En el cuestionario los temas que hemos seleccionado aparecen con frecuencia en el contexto en el que se desenvuelven nuestros informantes: un conocido hace un cumplido sobre nuestro teléfono móvil; un superior elogia un calendario que tenemos sobre la mesa; un desconocido se fija en nuestros zapatos en una fiesta. Los tres escenarios donde se desarrollan estas situaciones son una fiesta universitaria, una oficina y una cafetería.

c) Habilidad

Cuando alguien hace algo bien o tiene talento, nos referimos a su habilidad. Como hemos mencionado en el punto 1.2. del capítulo 1, los sinohablantes aceptan con mayor facilidad los cumplidos sobre habilidad o posesión que los cumplidos sobre apariencia. Por su parte, en el contexto del español peninsular, junto a la apariencia física, la habilidad es uno de los temas más frecuentes a la hora de realizar un cumplido entre hispanohablantes (Choi, 2008).

Los cumplidos sobre habilidad que aparecen en el cuestionario se refieren a la cocina, los idiomas y la capacidad para hablar en público.

d) Personalidad

Alude al conjunto de rasgos y características que diferencia a un individuo de otro. Por esta razón, junto a la habilidad, en ciertas ocasiones puede convertirse en un tema delicado, puesto que el cumplido se dirige directamente al destinatario, sin que haya posesiones u otros elementos intermedios. En el cuestionario hemos planteado situaciones en las que se elogia ser generoso, ser amable, ser atento y ser profesional.

En cuanto a las variables contextuales que determinan la relación entre los interlocutores y, por tanto, influyen en los resultados, destacan la edad, el sexo, la distancia social y el poder social.

La edad es un factor que tiene más peso en la cultura china que en la cultura española. A menudo la edad y la autoridad están relacionadas, de forma que consideramos conveniente estudiar el impacto de esta VI en relación al acto de habla

del cumplido, como se refleja en las situaciones 8 (recibes un cumplido de una compañera que tiene cincuenta años) y 10 (recibes un cumplido de tu vecino de 60 años).

Según diversos autores, como Holmes (1988: 445-465) y Herbert (1998: 53-75), las mujeres recurren al cumplido con mayor frecuencia para construir relaciones basadas en la solidaridad y los patrones léxicos que escogen se diferencian de los de los hombres. En nuestro estudio también se ha incluido el sexo como VI.

La distancia social determina el grado de familiaridad entre los interlocutores. Normalmente, a menor grado de familiaridad, menor nivel de solidaridad y cuanto más familiaridad, menos distancia. El camino para pasar de una dimensión a otra se construye gradualmente.

Por último, el poder social se relaciona con la jerarquía dentro de una sociedad concreta. Es posible que el rango de autoridad varíe de una sociedad a otra. Así, el interlocutor puede ejercer más o menos autoridad dependiendo de su estatus. Encontramos tres tipos de relaciones: superioridad, igualdad o inferioridad.

A continuación, presentamos una tabla en la que se expone la configuración de los factores sociales que hemos mencionado:

Distancia social	Posición social	Edad	Sexo	Situación
Distancia social menor (mayor grado de familiaridad)	Posición social superior	+	Hombre	S9
	Misma posición social	=	Mujer	S2
		=	Hombre	S4
		=	Mujer	S6
		+	Hombre	S10
	Posición social inferior	-	Mujer	S1
		-	Hombre	S7
Distancia social mayor (menor grado de familiaridad)	Misma posición social	=	Mujer	S5
		+	Mujer	S11
		-	Mujer	S8
	Posición social inferior	-	Hombre	S3
		-	Hombre	S12

Tabla 4. Configuración de los factores sociales

CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DE LOS DATOS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

El objetivo de este capítulo es presentar, analizar e interpretar los resultados del cuestionario que hemos utilizado como herramienta de recogida de datos. Primero, expondremos las categorías de las respuestas a partir de ejemplos concretos. Más tarde, detallaremos cada una de las situaciones que conforman el cuestionario, compararemos las variables contextuales y, en cuarto lugar, analizaremos las estrategias.

1. Estrategias para responder a los cumplidos

Existen diversas estrategias asociadas al acto de respuesta del cumplido. Para desarrollar este punto, nos basamos en las investigaciones de Choi (2008) y de Lázaro (2012), que parten de las categorías de Holmes (1988) y de Chiang y Pochtrager (1993). Según estos autores, existen seis categorías o macroestrategias: aceptación, rechazo, elaboración positiva, elaboración negativa, desvío y elaboración neutral, las cuales se subdividen a su vez en subcategorías o microestrategias. Aunque seguimos las propuestas de Choi (2008), hemos añadido las opciones pregunta de reafirmación (Ramajo: 2011), reprender, alentar y flirtear (Lázaro: 2012). A continuación, presentamos cada categoría y aportamos algunos ejemplos extraídos de nuestro corpus.

Microestrategia	ACEPTACIÓN	
	Definición	Ejemplos
Agradecimiento	El hablante muestra su gratitud o da las gracias	• (C25S2) 「谢谢。」 Xièxiè. (Gracias.) • (E12S9) "Gracias."
Mostrar acuerdo – Tipo 1	El hablante acepta el cumplido y hace algún comentario pertinente.	• (C4S1) 「谢谢，我也感觉不错。」 Xièxiè, wǒ yě gǎnjué bùcuò. (Gracias, yo también creo que me queda bien.) • (E1S1) "Gracias, ¡necesitaba un cambio de look!" • (E6S5) "Sí, es un modelo muy bonito que tiene buenas prestaciones."
Mostrar acuerdo – Tipo 2	El hablante acepta el cumplido y añade un comentario que puede resultar prepotente en ciertas situaciones con el objetivo de elevar el elogio.	• (E24S2) "Me ha costado trabajo." • (E9S5) "Tengo buen gusto."

Tabla 5. Clasificación de la categoría Aceptación y de sus microestrategias

RECHAZO		
Microestrategia	Definición	Ejemplos
Negación	El hablante niega el cumplido o se opone al mismo a través de negaciones breves y firmes.	• (E23S1) "Qué va, seguro que no." • (E22S6) "No creo." • (C11S4) 「哪里，哪里。」 Nǎlǐ, nǎlǐ. (No, no.) • (C2S5) 「一般般。」 Yībān bān. (Anda, anda.)

Tabla 6. Clasificación de la categoría *Rechazo*

ELABORACIÓN POSITIVA		
Microestrategia	Definición	Ejemplos
Dar explicaciones	El hablante puede hacer un comentario sobre una historia determinada, dar información extra, compartir su opinión sobre el objeto del cumplido. Además, es posible que se justifique o revele cómo se siente al escuchar el cumplido.	• (E20S8) "Bueno, yo solo estoy cumpliendo con mi deber." • (E14S10) "Es que me voy de boda." • (C17S3) 「您这么夸我，我会骄傲的哦。」 Nín zhème kuā wǒ, wǒ huì jiāo'ào de ó. (Ante tal elogio, me siento honrado.) • (C3S7) 「这是我新买的，很漂亮对吧。」 Zhè shì wǒ xīn mǎi de, hěn piàoliang duì ba. (Los compré hace poco, son bonitos, ¿verdad?) • (C9S7) 「这是我妈妈新买给我的生日礼物。」 Zhè shì wǒ māmā xīn mǎi gěi wǒ de shēng rì lǐ wù. (Es un regalo que me ha hecho mi madre por mi cumpleaños.)
Devolver el cumplido	El hablante dirige comentarios positivos a su interlocutor como muestra de agradecimiento tras recibir un cumplido.	• (E15S10) "Usted tampoco está nada mal hoy." • (E25S12) "Es un placer haber podido colaborar para cumplir el objetivo propuesto por nuestro departamento y haber podido plasmarlo en el informe." • (C18S6) 「你也比以前更美了。」 Nǐ yě bǐ yǐqián gèng měile. (Tú también estás más guapa que antes.) • (C15S9) 「你人也很好，跟你在一起也给了我很多帮助。」 Nǐ rén yě hěn hǎo, gēn nǐ zài yìqǐ yě gěile wǒ hěnduō bāngzhù. (Tú también eres muy buena persona, también me has ayudado mucho.)
Elevar el cumplido	También llamada <i>praise upgrade</i> , esta microestrategia aparece en el corpus español que hemos elaborado. Se caracteriza por devolver el cumplido elevando los méritos o el objeto elogiado	• (E9S2) "En realidad tú lo harías <u>muchísimo mejor</u> de lo que yo lo hago." • (E1S6) "¡Pero si tú estás <u>mucho más</u> guapa que yo!"

	sobre los del hablante.	
Ofrecer	Si el cumplido se refiere a un objeto, a veces el hablante se lo ofrece al interlocutor en señal de amabilidad o intenta ayudarle para hacer algo.	• (E13S2) "Venga, <u>te ayudo</u> a partir de ahora y así practicamos juntas." • (E4S5) "Podemos ir un día a la tienda donde lo compré y miramos si hay para ti." • (E5S7) "<u>Puedo traerte uno</u> si quieres." • (C11S3) 「您这么夸我，我会骄傲的哦。」 Rúguǒ yǒu jīhuì dehuà, wǒ kěyǐ zài gěi nǐmen fēnxiǎng yīxiē hào chī de. (Si hay oportunidad, <u>puedo compartir con vosotros algunos platos deliciosos</u>.) • (C5S7) 「如果你喜欢的话，我可以把这个送给你。」 Rúguǒ nǐ xǐhuān dehuà, wǒ kěyǐ bǎ zhège sòng gěi nǐ. (Si te gusta, <u>puedo dártelo</u>.)
Recomendar o dar consejos	El hablante recomienda el objeto del cumplido o aconseja a su interlocutor para animarlo en relación a alguna habilidad o cualidad personal.	• (E16S5) "La verdad es que es muy rápido, <u>te lo recomiendo</u>." • (E14S11) "<u>Te recomiendo</u> que vayas a la tienda mientras haya ofertas." • (C3S2) 「多做一些练习，相信你也可以的。」 Duō zuò yīxiē liànxí, xiāngxìn nǐ yě kěyǐ de. (Con un poco de práctica, creo que tú también puedes.)
Expresar deseo	El hablante manifiesta esperanza o deseos positivos hacia su interlocutor.	• (E1S9) "Disfruto del tiempo que pasamos juntos y <u>espero poder</u> seguir echándote una mano en lo que pueda." • (C15S4) 「希望你能遇到一个好心人。」 Xīwàng nǐ néng yù dào yīgè hǎoxīn rén. (<u>Espero que</u> puedas encontrar a personas de buen corazón.)
Expresar alegría	Mediante esta subestrategia el hablante manifiesta la alegría que siente al escuchar un cumplido.	• (E13S6) "¡Qué alegría escucharte decir eso sobre mí!" • (E2S9) "Me alegro de que te hayas divertido tanto conmigo." • (E5S12) "Me alegro de que le haya gustado la presentación que he realizado." • (C16S9) 「得到你的夸赞我很高兴。」 Dédào nǐ de kuāzàn wǒ hěn gāoxìng. (Recibir tu elogio me hace muy feliz.)
Pregunta de reafirmación	Para asegurarse del contenido del cumplido, el hablante hace una pregunta a su interlocutor.	• (E4S1) "¿En serio me ves tan diferente?" • (E8S7) "¿Verdad que es bonito?" • (E1S11) "<u>¿Te gustan?</u> A mí también me enamoraron cuando los vi por primera vez." • (C14S7) 「喜欢吗？」 Xǐhuān ma. (¿Te gustan [los zapatos]?)

Tabla 7. Clasificación de la categoría *Elaboración positiva* y de sus microestrategias

ELABORACIÓN NEGATIVA		
Microestrategia	Definición	Ejemplos
Rebajarse o quitarse importancia	Se resta importancia a las valoraciones positivas. A veces el hablante también incluye una opinión negativa para justificar que no tiene mérito alguno, sino que está cumpliendo con su responsabilidad.	• (E23S2) “<u>Tampoco es para tanto</u>. Me sé defender un poco.” • (E12S8) “<u>No es para tanto</u>, ya lo he hecho otras veces.” • (C1S2) 「一定会比我更好。」 Yídìng huì bǐ wǒ gèng hǎo. (Está claro que puedo mejorar mucho.) • (C5S8) 「这是我的责任，每个人都有责任把这个活动做好。」 Zhè shì wǒ de zérèn, měi gè rén dōu yǒu zérèn bǎ zhège huódòng zuò hǎo. (<u>Esta es mi responsabilidad</u>, todas las personas son responsables de hacer esta actividad bien.) • (C3S9) 「大家是要长期相处的，彼此关照很正常。」 Dàjiā shì yào chángqī xiāngchǔ de, bǐcǐ guānzhào hěn zhèngcháng. (Todo el mundo quiere llevarse bien con los demás a largo plazo, cuidar de otros es normal.)
Expresar incredulidad	El hablante manifiesta su duda sobre las valoraciones positivas que recibe y plantea si son merecidas en forma de pregunta. Esta estrategia también sirve para pedir al interlocutor que confirme el cumplido. Las fórmulas que se repiten en mayor medida son: “¿en serio?”, “¿de verdad?” y sus equivalentes chinos 「真的吗？」 (zhēn de ma?) y 「是吗？」 (shì ma?).	• (E2S1) “¿En serio piensas eso?” • (C4S12) 「是吗？我会更努力的。」 Shì ma? Wǒ huì gèng nǔlì de. (¿<u>De verdad</u>? Voy a esforzarme más.) • (C18S7) 「哦是吗？」 Ó shì ma? (Oh, ¿<u>de verdad</u>?)
Reasignar	Esta subestrategia se diferencia de la devolución (dentro de la elaboración positiva) en que el hablante atribuye el mérito o el valor positivo del cumplido a terceras personas y no a su interlocutor.	• (E7S1) “Mi peluquera de siempre es estupenda.” • (E10S8) “Ha sido posible gracias a todo el equipo y a su esfuerzo diario.” • (C24S2) 「我感谢我的老师对他的学生关心。」 Wǒ gǎnxiè wǒ de lǎoshī duì tā de xuéshēng guānxīn. (Estoy muy agradecido a mi profesor por cuidar de sus estudiantes.) • (C20S8) 「大家都在为了这个活动努力。」 Dàjiā dōu zài wèile zhège huódòng nǔlì. (Todo el mundo se está esforzando con este evento.)

Expresar sorpresa o vergüenza	Algunas veces, el hablante se siente sorprendido o avergonzado al recibir un cumplido.	• (E9S6) “¿Eh? Bueno...” • (E5S9) “Para, que me sonrojo.” • (C23S2) 「太害羞了。」 Tài hàixiūle. (Es muy vergonzoso.)
--------------------------------------	--	---

Tabla 8. Clasificación de la categoría *Elaboración negativa* y de sus microestrategias

DESVÍO		
Microestrategia	Definición	Ejemplos
Hacer bromas	El hablante responde bromeando sobre algún aspecto relacionado con el contenido del cumplido. Es una subestrategia que aparece tanto en nuestro corpus español como en el chino. Puesto que las muestras se han recogido por escrito, nos hemos guiado por los comentarios adicionales que los informantes han proporcionado, siendo el más frecuente la onomatopeya de la risa “jajaja” y su equivalente en chino “哈哈” (hāhāhā).	• (E6S1) “Me ha crecido la cabeza un poco.” • (E6S3) “¿Suficiente como para un aumento?” • (E9S3) “Gracias, ha sido suerte y las ocho tortillas que tiré ayer.” • (C10S6) 「但是这一切都要感谢于化妆。」 Dànshì zhè yīqiè dōu yào gǎnxiè yú huàzhuāng. (Pero todo esto es gracias al maquillaje.) • (C3S10) 「我天天都这样。」 Wǒ tiāntiān dū zhèyàng. (Como todos los días.)
Cambiar de tema	A veces, el hablante cambia de tema para evitar las valoraciones positivas intrínsecas al cumplido, es decir, su respuesta no es coherente ni relevante.	• (E25S1) “Necesito concentrarme más en el trabajo a partir de ahora.” • (E1S5) “Creo que tienes que conocer a mis amigos cuando tengas tiempo. Lo vamos a pasar bien juntos.” • (E23S10) “Hace ya algún tiempo que no le vemos por aquí ni a usted ni a su mujer.” • (C12S10) 「你上楼慢慢走，注意安全。」 Nǐ shàng lóu màn màn zǒu, zhùyì ānquán. (Suba las escaleras despacio, tenga cuidado.)
Hacer preguntas	Esta subestrategia persigue el mismo objetivo que cambiar de tema, si bien, puede funcionar de una forma más directa al instar al interlocutor a responder las preguntas.	• (E21S5) “Oye, ¿y qué era eso que me estabas comentando antes?” • (C9S10) 「您今天心情看起来不出错啊?是不是有什么开心的事情?愿意和我说说吗?」 Nín jīntiān xīnqíng kàn qǐlái bu chūcuò a? Shì bùshì yǒu shé me kāixīn de shìqíng? Yuànyì hé wǒ shuō shuō ma? (Hoy parece que está de muy buen humor, ¿no? ¿Tiene buenas noticias? ¿Por qué no me lo cuenta?)
Mostrar reconocimiento	Es posible que el hablante estime la valoración positiva	• (E17S1) “Vaya, ¿cómo te has dado cuenta? No se te pasa ni una.”

	que ha recibido en relación a algún aspecto del cumplido. A veces, esta microestrategia se acompaña de gestos de gratitud o señales de agradecimiento.	• (C22S5) 「你注意到了这一点。」 Nǐ zhùyì dào le zhè yīdiǎn. (Te has dado cuenta.)
Pedir consejo o ayuda	Esta subestrategia solo aparece en el corpus chino. Los hablantes chinos piden consejo o ayuda a su interlocutor tras recibir un cumplido. Aunque es una petición directa, su objetivo es desviar el cumplido, razón por la que se incluye en este apartado.	• (C5S12) 「如果以后还需要改进的地方麻烦你告诉我。」 Rúguǒ yǐhòu hái yǒu xūyào gǎijìn dì dìfāng máfan nǐ gàosù wǒ. (Si en el futuro necesito mejorar alguna cuestión, hágamelo saber.) • (C21S12) 「如有需要修改的地方,请随时告诉我。」 Rú yǒu xūyào xiūgǎi dì dìfāng, qǐng suíshí gàosù wǒ. (Si tengo que modificar algo, por favor, no dude en decírmelo.)
Comprometerse	El hablante se compromete a dar lo mejor de sí mismo en el futuro en relación a la valoración positiva intrínseca al cumplido.	• (E24S12) Seguiré trabajando duro. • (C7S12) 「我会更努力的。」 Wǒ huì gèng nǔlì de. (Voy a trabajar duro.) • (C12S12) 「我会继续努力的。」 Wǒ huì jìxù nǔlì de. (Voy a seguir esforzándome.)
Reprender	El hablante corrige o regaña a su interlocutor y contradice el cumplido.	• (E3S2) “Anda, <u>no digas tonterías</u>. Al próximo le puedes contestar tú.” • (E19S2) “Tampoco te pases. Cuando le pillas el truco es bastante fácil.” • (C8S6) 「哪有啊。不敢当!」 Nǎ yǒu a. Bù gǎndāng! (¿Qué dices? ¡No me hagas la pelota!)
Alentar	Mediante esta microestrategia, el hablante pretende infundir ánimo a su interlocutor para que logre un objetivo concreto.	• (E18S2) “En cuanto practiques un poco, ya verás. Es pan comido.” • (E14S4) “¡Mucho ánimo! Puedes conseguir lo que te propongas.” • (C19S9) 「其他的负责人估计也会这样对实习生的, 刚开始工作可能不熟悉业务, 慢慢就好了, 加油。」 Qítā de fùzé rén gūji à yě huì zhèyàng duì shíxí shēng de, gāng kāishǐ gōngzuò kěnéng bù shúxī yèwù, màn man jiù hǎole, jiāyóu. (Cualquier otro responsable también ayudaría a sus becarios y acabas de empezar a familiarizarte con el negocio, así que poco a poco, ¡ánimo!) • (C13S2) 「加油, 你也很棒呀。」 Jiāyóu, nǐ yě hěn bàng ya. (Ánimo, tú también eres una máquina.)
Flirtear	En algunas respuestas pueden apreciarse señales de coqueteo por parte del hablante hacia su interlocutor. Tanto en el corpus chino como en el corpus	• (E20S11) “Te puedo acompañar a que te pruebes un par, guapa.” • (E24S11) “Me encanta que te parezcan bonitos.”

	español, encontramos varios ejemplos que cumplen con esta característica.	• (C1S11) 「这双鞋子是我花好多钱新买的。然后，你的手机号码是多少呢？」 Zhè shuāng xiézi shì wǒ huā hǎoduō qián xīn mǎi de. Ránhòu, nǐ de shǒujī hàomǎ shì duōshǎo ne? (Son un par de zapatos nuevos que he comprado. Por cierto, ¿cuál es tu número de teléfono?) • (C19S11) 「谢谢美女。」 Xièxiè měinǚ. (Gracias, señorita.)
--	---	--

Tabla 9. Clasificación de la categoría *Desvío* y de sus microestrategias

ELABORACIÓN NEUTRAL	
Definición	Ejemplos
Puede que el hablante responda al cumplido con una afirmación simple para confirmar que ha entendido el mensaje desde una posición neutral.	• (E5S5) "Pues sí." • (E19S8) "Nada." • (C16S11) 「对。」 Duì. (Pues sí.)

Tabla 10. Clasificación de la categoría *Elaboración neutral*.

2. Criterios de análisis

En base a las estrategias que hemos presentado en el apartado anterior, hemos clasificado y analizado las respuestas al cumplido considerando dos aspectos: las diferencias entre respuestas simples y compuestas y entre macroestrategia y microestrategia, siguiendo la clasificación de Choi (2008), Ramajo (2010) y Lázaro (2012).

Las respuestas simples se clasifican en una única categoría. En cambio, algunas respuestas que hemos recogido en nuestro corpus se caracterizan por combinar varias estrategias al mismo tiempo, las cuales no siempre forman parte de la misma categoría, como se observa en el siguiente ejemplo: (E23S3) "Muchas gracias, es una receta de mi madre, así que el mérito es suyo." Tras agradecer el cumplido (aceptación), el hablante da una explicación (elaboración positiva) y, por último, reasigna el mérito a un tercero (elaboración negativa).

Por otra parte, si diferenciamos entre macroestrategias y microestrategias, es posible estudiar la frecuencia de uso de estas últimas y bajo qué macroestrategia se clasifican tanto en la comunidad lingüística china como en la española.

Según estos principios, en el siguiente punto presentaremos el análisis de las situaciones que componen nuestro cuestionario. A continuación, compararemos las respuestas obtenidas y las relacionaremos con las variables contextuales. Por último, haremos un análisis de la tipología de las respuestas y estrategias más frecuentes.

3. Distribución situacional

En los siguientes apartados analizaremos en detalle las doce situaciones del cuestionario.

3.1. Situación 1

- Contexto: el informante recibe un cumplido sobre su nuevo corte de pelo por parte de una de sus profesoras de la carrera con la que está terminando un trabajo importante.
- Variables: el grado de familiaridad entre los hablantes es alto, por lo que la distancia social no es grande. El poder social recae sobre el interlocutor, dado que la posición del informante es inferior a la posición de la profesora.
- Referente: apariencia física.

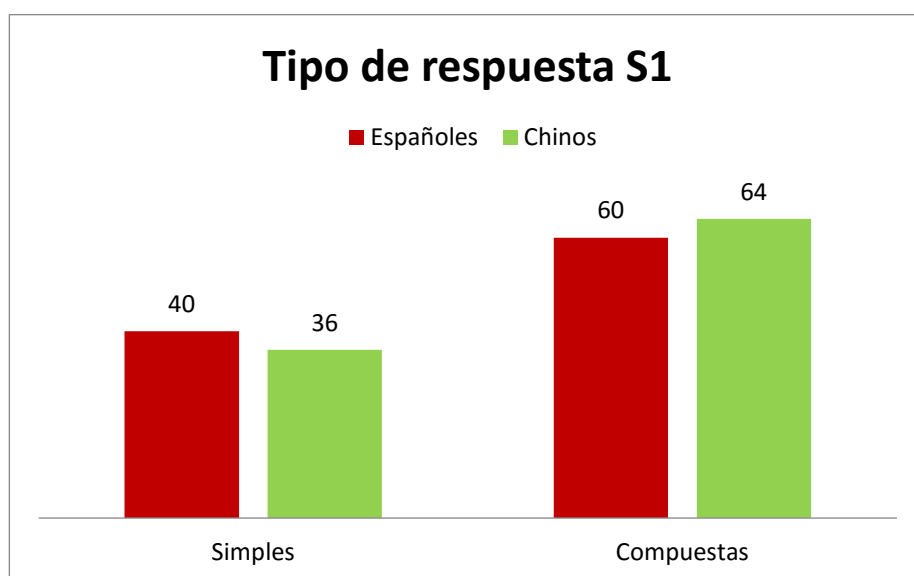


Gráfico 1. Comparación de la tipología de respuestas usada en ambos grupos en la situación 1

Los informantes que han participado en la elaboración de nuestro corpus utilizan en mayor medida respuestas compuestas: un 60% de los españoles y un 64% de los chinos. Se repite la fórmula de agradecimiento + explicación en el 40% de las respuestas compuestas de los chinos frente al 16% de las respuestas compuestas de los españoles, como se aprecia en los siguientes ejemplos:

(E18) "Muchas gracias. Quería llevar el pelo corto porque es muy cómodo."

(E21) "¡Muchas gracias! Lo tenía ya muy largo y quería un cambio radical."

(C1) 「谢谢，因为我要从头开始。」

Xièxiè, yīnwèi wǒ yào cóngtóu kāishǐ.

(Gracias, es que quiero un cambio.)

(C16) 「谢谢夸奖，天气太热了。」

Xièxiè kuājiǎng, tiānqì tài rèle.

(Gracias por el cumplido, hace demasiado calor.)

La segunda respuesta compuesta preferida por los informantes chinos es expresar incredulidad + agradecimiento (28%).

(C23) 「哦 是吗? 谢谢。」

Ó shì ma. Xièxiè.

(¿Ah, sí? Gracias.)

(C9) 「是吗? 谢谢, 我也这么觉得。」

Shì ma? Xièxiè, wǒ yě zhème juédé.

(¿Ah, sí? Gracias, yo también pienso eso.)

	ESPAÑÓLES		CHINOS	
	N	%	N	%
Agradecimiento	20	39	15	34
Mostrar acuerdo – Tipo 1	13	25	8	18
Dar explicaciones	2	4	10	23
Devolver el cumplido	0	0	1	2
Expresar alegría	4	8	1	2
Pregunta de reafirmación	4	8	1	2
Rebajarse	1	2	1	2
Expresar incredulidad	2	4	7	17
Reasignar	1	2	0	0
Hacer bromas	2	4	0	0
Cambiar de tema	1	2	0	0
Mostrar reconocimiento	1	2	0	0
TOTAL	51	100	44	100

Tabla 11. Distribución de las estrategias en la situación 1

Tal y como se observa en la tabla 11, la estrategia más utilizada es el agradecimiento entre los informantes de las dos comunidades lingüísticas, en porcentajes similares: 39% de los españoles y 34% de los chinos. La segunda estrategia preferida entre los informantes españoles es mostrar acuerdo – Tipo 1 con un 25%. En cambio, un 23% de los informantes chinos han optado por la estrategia dar explicaciones, seguida de mostrar acuerdo – Tipo 1 (18%). En el corpus chino, destaca la estrategia mostrar incredulidad en tercer lugar, con un 17% frente a un 4% en el corpus español. Algunas estrategias que aparecen solo en el corpus español son hacer bromas, cambiar de tema y reasignar, mientras que devolver el cumplido se ha registrado solo en el corpus chino.

En el corpus español se han registrado 51 estrategias y en el corpus chino 44. Si nos centramos en las macroestrategias, existen puntos en común entre los dos grupos. Las categorías más extendidas son la aceptación (45% en el corpus español y 51% en el corpus chino) y la elaboración positiva (30% en el corpus español y 31% en el chino). No obstante, también existen diferencias: la tercera categoría preferida por los chinos es la elaboración negativa en un 18% (frente a un 11% en el corpus español), mientras que los españoles optan por el desvío en un 11%. La elaboración neutral también aparece en el corpus español con un 3% de los datos porcentuales.

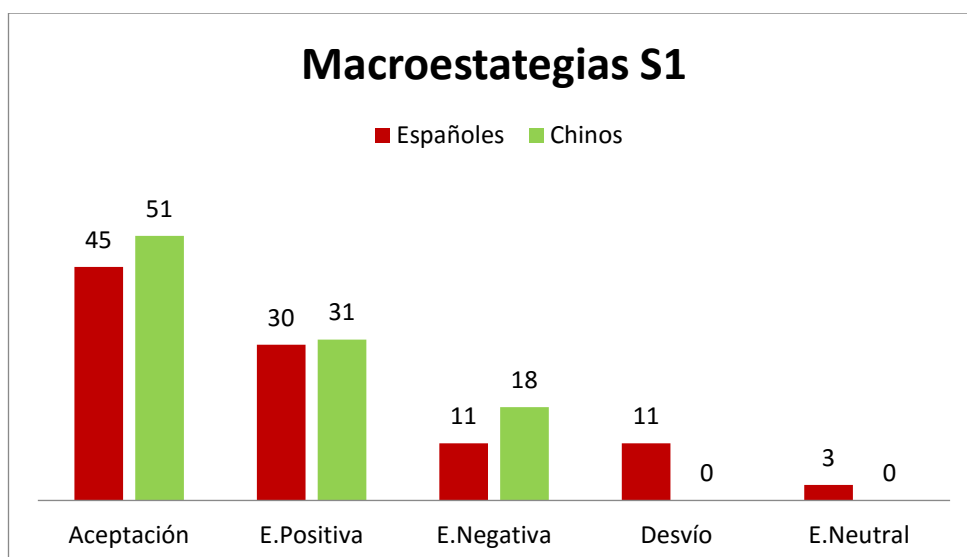


Gráfico 2. Distribución de las macroestrategias empleadas en la situación 1

3.2. Situación 2

- Contexto: el informante recibe un cumplido de su amiga sobre su capacidad para hablar inglés después de responder la pregunta de un turista.
- Variables: el grado de familiaridad es alto y la distancia social entre los interlocutores es reducida, ya que son amigos. Por esta misma razón, la posición social es la misma.
- Referente: habilidad.

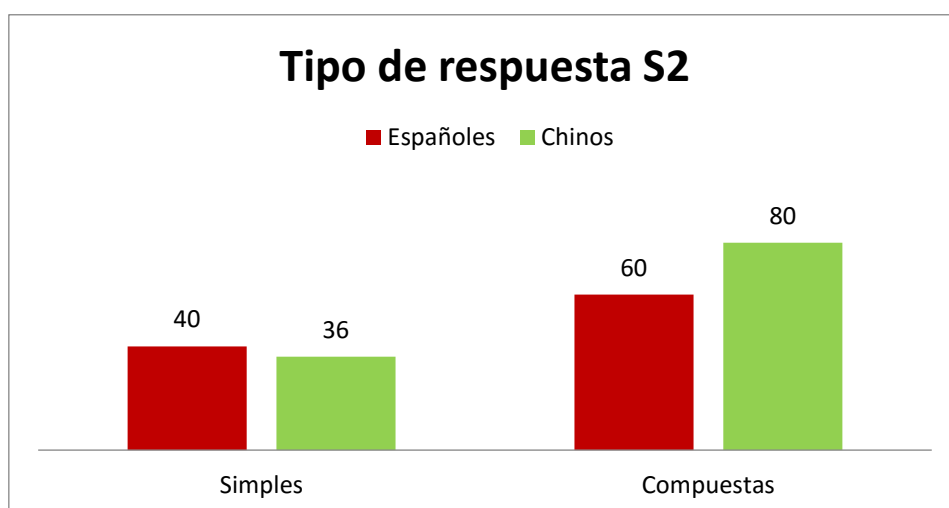


Gráfico 3. Comparación de la tipología de respuestas usada en ambos grupos en la situación 2.

Los informantes chinos utilizan más respuestas compuestas (80%) que los españoles (60%) en esta situación, si bien predomina la preferencia por este tipo de respuestas en ambos casos. Hemos recogido trece combinaciones de estrategias. Predomina la estrategia dar consejos + alentar en los dos corpus (34% en el español y 38% en el chino):

(E22) “Pues si quieres aprender la mejor forma es ver pelis y series en inglés, escuchar música en inglés... incluso cambiar el idioma del móvil ayuda. Tú puedes.”

(C15) 「只要在日常生活中多运用，多实践，你也可以这样对答如流。」

Zhǐyào zài rìcháng shēnghuó zhōng duō yùnyòng, duō shíjiàn, nǐ yě kěyǐ zhèyàng duìdárúliú.

(Solo tienes que utilizarlo en tu vida diaria y practicar más, así tú también podrás hablarlo con fluidez.)

En la tabla 12, se aprecian todas las estrategias que hemos encontrado en ambos corpus:

	ESPAÑOLES		CHINOS	
	N	%	N	%
Agradecimiento	0	0	4	12
Mostrar acuerdo – Tipo 1	2	5	6	19
Mostrar acuerdo – Tipo 2	2	5	0	0
Dar explicaciones	5	14	0	0
Devolver el cumplido	0	0	1	3
Elevar el cumplido	2	5	0	0
Ofrecer	3	9	1	3
Recomendar	7	19	1	3
Rebajarse	7	19	9	29
Reasignar	0	0	2	6
Expresar vergüenza	0	0	1	3
Reprender	2	5	0	0
Alentar	7	19	7	22
TOTAL	37	100	32	100

Tabla 12. Distribución de las estrategias en la situación 2.

Entre los informantes españoles, las estrategias más frecuentes son dar consejos, rebajarse y alentar en los mismos porcentajes (19%). En tercer lugar, la estrategia más empleada es dar explicaciones (14%). En cambio, los chinos optan por rebajarse en un 29% de los casos. A continuación, prefieren la estrategia alentar (22%), seguida de mostrar acuerdo - Tipo 1 (19%). Cabe destacar elevar el cumplido y reprender como estrategias que solo aparecen en el corpus español (5% y 5%, respectivamente) en esta situación. Algunas estrategias que solo se han registrado en el corpus chino son: devolver el cumplido, reasignar y expresar vergüenza.

En relación a las macroestrategias, existen diferencias y similitudes entre ambos grupos. Los informantes españoles optan por la elaboración positiva en un 40%, ocupando el cuarto puesto en el corpus chino (14%). Según los resultados obtenidos, los chinos prefieren la elaboración negativa en un 41% de los casos, que a su vez es la cuarta opción en el corpus español (21%). La segunda macroestrategia preferida tanto en el corpus español como en el chino es el desvío (27% y 24%, respectivamente). Por último, la aceptación ocupa la tercera posición en el corpus

chino (21%) y la cuarta en el corpus español (12%). No se han registrado estrategias que pertenezcan al rechazo ni a la elaboración neutral en este escenario.

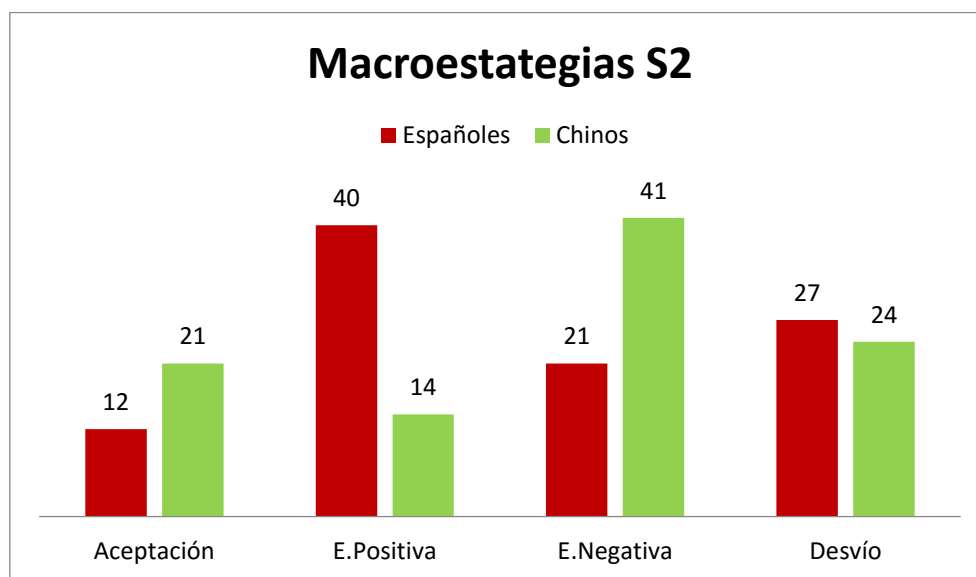


Gráfico 4. Distribución de las macroestrategias empleadas en la situación 2.

3.3. Situación 3

- Contexto: el informante recibe un cumplido de su jefe sobre un plato que ha llevado a una fiesta de la empresa.
- Variables: el grado de familiaridad entre los interlocutores es bajo y tampoco tratan con frecuencia, por lo que la distancia social es grande. El poder social recae sobre el interlocutor, dado que el informante es un empleado y se sitúa en una posición social inferior a la de su jefe.
- Referente: habilidad.

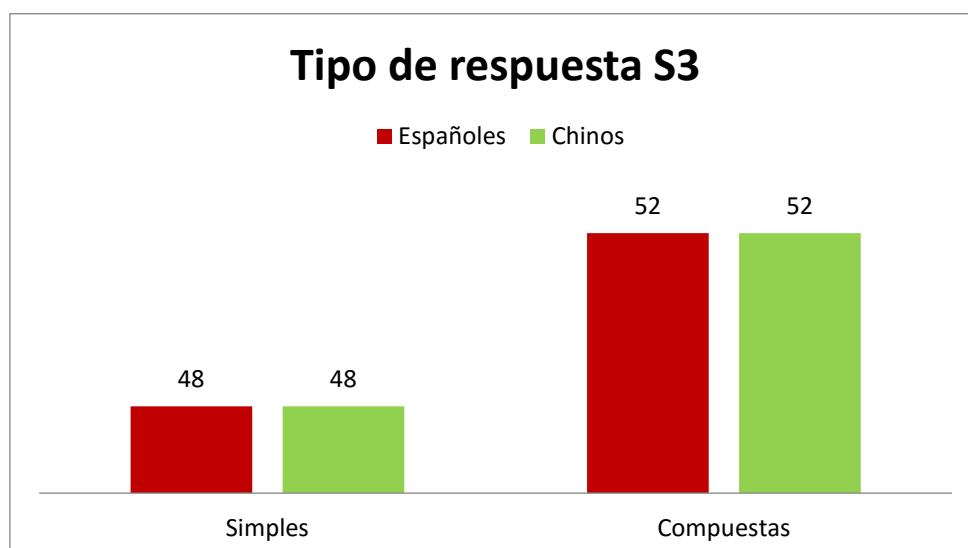


Gráfico 5. Comparación de la tipología de respuestas usada en ambos grupos en la situación 3.

En cuanto a la distribución de las respuestas simples y compuestas, en los dos corpus encontramos preferencia por el uso de las segundas en el mismo porcentaje (52%). Las respuestas compuestas reflejan el uso de diferentes estrategias. En el corpus español, los informantes prefieren la combinación agradecer + dar explicaciones (40%), mientras que, en el corpus chino, los informantes prefieren la combinación aceptar + ofrecer (38%), tal y como se observa en los siguientes ejemplos:

(E2) “¡Gracias! Siempre intento aprender cosas nuevas cuando tengo tiempo.”

(C22) 「谢谢，有机会再做给您吃。」

Xièxiè, yǒu jīhuì zài zuò gěi nǐ chī.

(Gracias, cuando la haga otra vez, le daré más.)

La combinación agradecer + dar explicaciones ocupa el segundo lugar en el corpus chino con un 31%. Por su parte, en el corpus español, destaca la combinación agradecer + expresar alegría (27%):

(C6) 「谢谢。我只是喜欢做饭，把做饭当成一种爱好。」

Xièxiè. Wǒ zhǐshì xǐhuān zuò fàn, bǎ zuò fàn dāngchéng yī zhǒng àihào.

(Gracias. Solo me gusta cocinar, es como un pasatiempo.)

(E1) “Muchas gracias. Me alegra que le guste.”

En relación a las respuestas simples, destacamos el agradecimiento en ambos grupos (60% en el español y 88% en el chino).

A continuación, detallamos la elección de diversas estrategias por parte de los informantes españoles y chinos en la siguiente tabla:

	ESPAÑOLES		CHINOS	
	N	%	N	%
Agradecimiento	15	35	17	45
Mostrar acuerdo – Tipo 1	4	10	1	3
Mostrar acuerdo – Tipo 2	2	5	0	0
Dar explicaciones	8	19	6	16
Negación	0	0	1	3
Ofrecer	1	2	7	18
Expresar alegría	4	10	2	5
Rebajarse	2	5	2	5
Expresar incredulidad	0	0	2	5
Reasignar	3	7	0	0
Hacer bromas	3	7	0	0
TOTAL	42	100	38	100

Tabla 13. Distribución de las estrategias en la situación 3.

Podemos apreciar que el agradecimiento es la estrategia preferida entre los informantes de las dos comunidades lingüísticas al recibir un cumplido de su jefe. Los chinos utilizan esta estrategia en un 45% de los casos, más que los españoles,

que la emplean en un 35%. La segunda estrategia preferida por los españoles es dar explicaciones (19%), que ocupa el tercer lugar en el corpus chino (16%). En tercer lugar, destacan mostrar acuerdo – Tipo 1 (10%) y expresar alegría (10%), seguida de otras estrategias que no aparecen en el corpus chino: reasignar (7%), hacer bromas (7%) y mostrar acuerdo – Tipo 2 (5%).

En cambio, la estrategia que ocupa el segundo lugar entre los informantes chinos es ofrecer (18%). El resto de estrategias se utilizan en porcentajes bajos, por lo que no podemos destacar ninguna en especial. Cabe mencionar que la negación (3%) y expresar incredulidad (5%) son estrategias propias del corpus chino en esta situación. Si comparamos el uso de la estrategia rebajarse, vemos que en los dos corpus aparece en el mismo porcentaje (5%).

En relación a las macroestrategias, encontramos bastantes similitudes. La macroestrategia preferida por ambos grupos es la aceptación en el mismo porcentaje (46%), la elaboración positiva ocupa el segundo lugar (24% en el corpus español y 38% en el corpus chino) y la elaboración negativa el tercero (22% y 11%, respectivamente). No obstante, entre los informantes españoles, el desvío también es una macroestrategia relevante (8%). En cambio, los chinos utilizan el rechazo en un 5%, ausente entre los españoles. No se ha registrado la elaboración neutral en ninguno de los dos corpus.

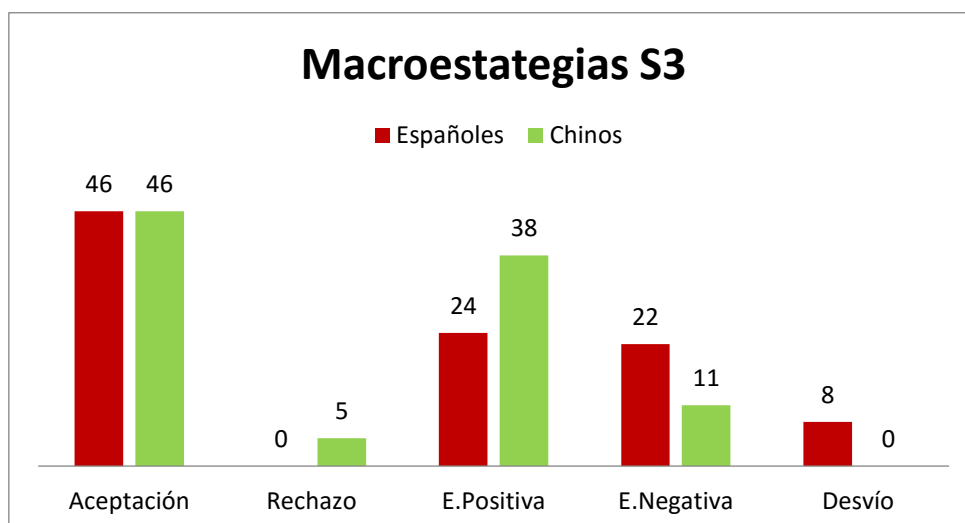


Gráfico 6. Distribución de las macroestrategias empleadas en la situación 3.

3.4. Situación 4

- Contexto: en una fiesta de despedida, recibes un cumplido de tu mejor amigo, que se va a estudiar con una beca al extranjero un año.
- Variables: el grado de familiaridad entre los interlocutores es alto y la distancia social es baja, puesto que el interlocutor es el mejor amigo del hablante. De este modo, la posición social es la misma.
- Referente: personalidad.

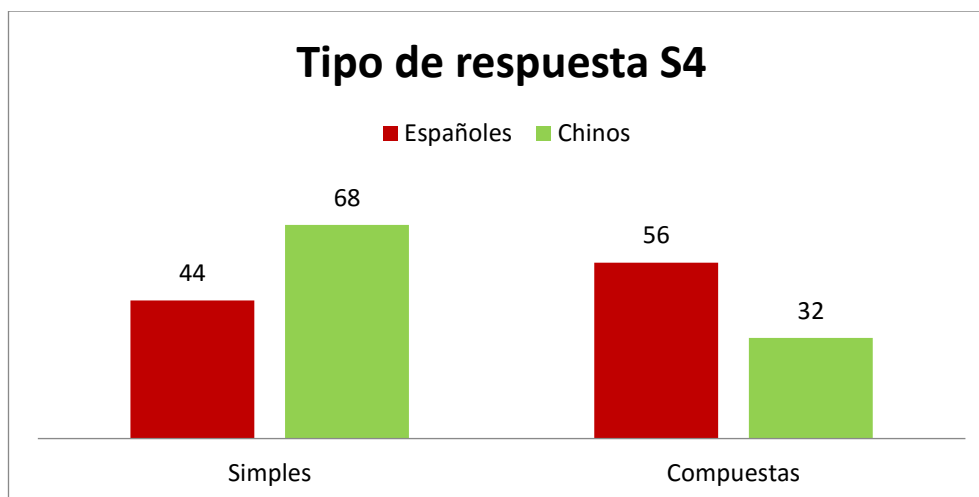


Gráfico 7. Comparación de la tipología de respuestas usada en ambos grupos en la situación 4.

La distribución de las respuestas simples y compuestas revela porcentajes similares en ambos corpus, si bien, los informantes españoles utilizan más las respuestas complejas (56%) que los chinos (32%), siendo la combinación preferida de ambos grupos devolver el cumplido + alentar (43% en el corpus español y 50% en el chino).

(E2) “Jo, no será igual de divertido si no estás tú porque eres un amigo estupendo. Pero en realidad un año no es nada, así que ánimo y a por todas.”

(C2) 「你人也不错。你一定能交到更多好朋友的。」

Nǐ rén yě bùcuò, nǐ yīdìng néng jiāo dào gèng duō hǎo péngyǒu de.

(Tú también eres una buena persona. Seguro que vas a encontrar muchos buenos amigos.)

En el corpus chino, en segundo lugar destaca la combinación agradecimiento + alentar (37%):

(C12) 「谢谢，我相信你还是会找一位更好的朋友的。」

Xièxiè, wǒ xiāngxìn nǐ hái shì huì zhǎo yī wèi gèng hǎo de péngyǒu de.

(Gracias, estoy seguro de que vas a poder encontrar un gran amigo.)

(C25) 「谢谢。加油！」

Xièxiè. Jiāyóu!

(Gracias. ¡Ánimo!)

En relación a las respuestas simples, destacamos el agradecimiento en el corpus chino con un 29% de los datos porcentuales.

En la siguiente tabla, presentamos los datos para analizar la elección de diversas estrategias en los dos corpus:

	ESPAÑÓLES		CHINOS	
	N	%	N	%
Agradecimiento	0	0	5	13
Mostrar acuerdo – Tipo 1	0	0	2	6
Negación	0	0	2	6

Dar explicaciones	2	7	0	0
Devolver el cumplido	7	25	8	22
Ofrecer	0	0	7	19
Recomendar	1	3	1	3
Expresar deseo	6	21	4	11
Expresar alegría	2	7	0	0
Pregunta de reafirmación	0	0	1	3
Hacer bromas	1	3	0	0
Reprender	1	3	0	0
Alentar	9	31	6	17
TOTAL	29	100	36	100

Tabla 14. Distribución de las estrategias en la situación 4.

La estrategia preferida por los informantes españoles es alentar (31%), que ocupa el tercer lugar en el corpus chino con un 17% al recibir un elogio de su mejor amigo. La segunda estrategia preferida por los españoles es devolver el cumplido (25%), que ocupa el primer lugar en el corpus chino (22%), seguida de ofrecer (19%). Expresar deseo aparece en tercer lugar (21%) entre los informantes españoles, ocupando el quinto lugar en el corpus chino (11%), detrás de la estrategia agradecimiento (13%). Algunas estrategias únicas del corpus español son expresar alegría (7%), hacer bromas (3%) y reprender (3%). En esta situación mostrar acuerdo-tipo 1 (6%), ofrecer (19%) y hacer preguntas de reafirmación (3%) son estrategias exclusivas del corpus chino en este escenario.

Si observamos el uso de macroestrategias, existe más variedad en el corpus chino, donde se han elegido hasta cuatro macroestrategias diferentes, frente a tan sólo dos macroestrategias en el corpus español. La macroestrategia preferida por ambos grupos es la elaboración positiva con un 64% de los datos porcentuales en el corpus español y un 57% en el corpus chino, seguida por el desvío (36% en el corpus español y 23% en el chino). La aceptación y el rechazo también figuran en el corpus chino con un 13% y un 7% de las respuestas, si bien, no se han registrado en el corpus español. La elaboración negativa y la elaboración neutral no aparecen ni entre las respuestas de los informantes españoles ni entre las de los informantes chinos.

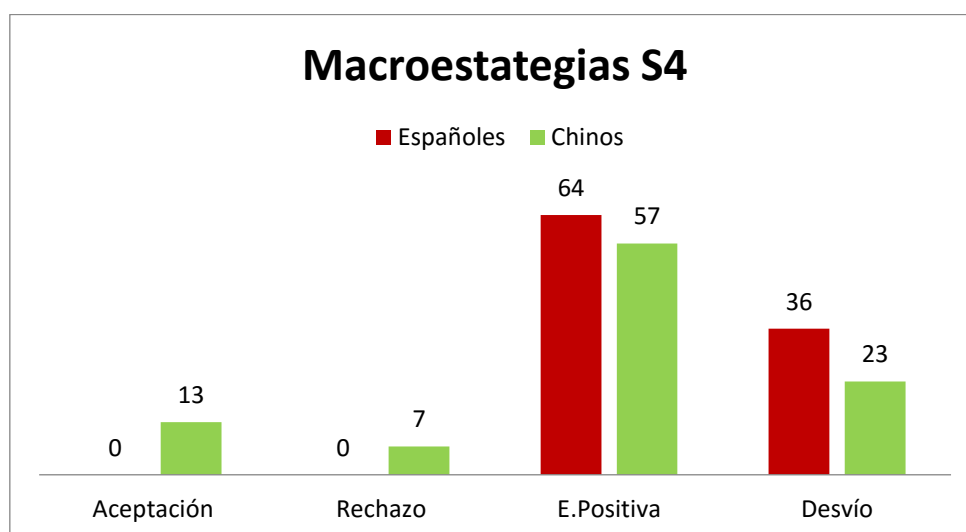


Gráfico 8. Distribución de las macroestrategias empleadas en la situación 4.

3.5. Situación 5

- Contexto: recibes un cumplido sobre tu teléfono móvil por parte de una estudiante de intercambio que te acaban de presentar en una fiesta universitaria.
- Variables: la distancia social es alta porque los interlocutores apenas se conocen y no hay familiaridad entre ellos. Aunque no se determina la edad de la interlocutora, cabe suponer que la posición social es la misma porque, al igual que el informante, es una estudiante de intercambio universitaria.
- Referente: posesión.

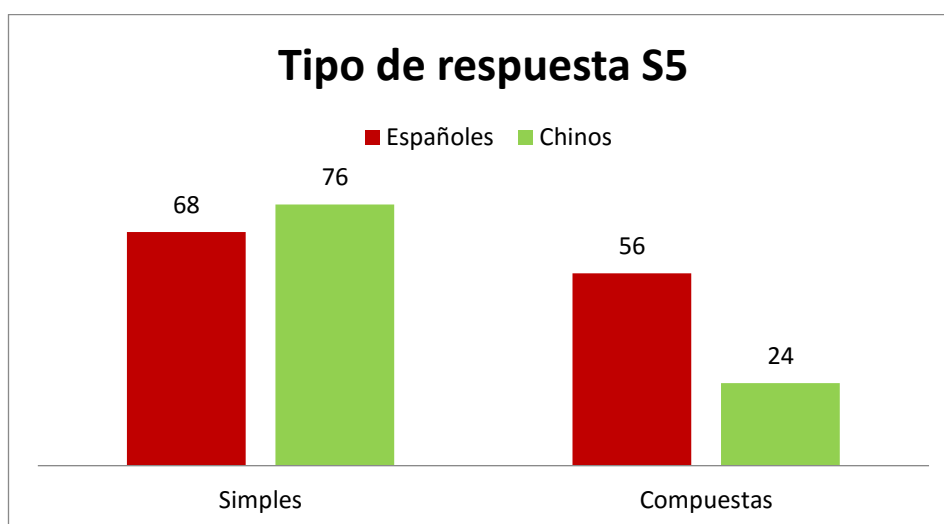


Gráfico 9. Comparación de la tipología de respuestas usada en ambos grupos en la situación 5.

Las respuestas simples son predominantes en ambos corpus. Los informantes chinos las utilizaron con más frecuencia que los españoles: 76% frente a un 68%, respectivamente. La estrategia simple más empleada por los informantes españoles es dar explicaciones con un 24% de las respuestas, destacando la combinación agradecimiento + dar explicaciones (37%) dentro de las respuestas compuestas. En cambio, los chinos prefieren la combinación agradecimiento + ofrecer (33%), también presente en un 13% entre los informantes españoles:

(E3) "Oh, ¡gracias! Pues me lo compré en Media Markt cuando estaba de oferta. La verdad es que me ha salido muy bueno y estoy muy contento con él."

(C1) 「谢谢。我好朋友是一家手机店的老板，如果你想购买，他可以算你便宜点。」

Xièxiè. Wǒ hǎo péngyǒu shì yíjiā shǒujī diàn de lǎobǎn, rúguǒ nǐ xiǎng gòumǎi, tā kěyǐ suàn nǐ piányí diǎn.

(Gracias. Un buen amigo mío es dueño de una tienda de teléfonos, así que si quieres comprarlo podría salirte un poco más barato.)

A continuación, pueden observarse los datos que servirán para analizar las estrategias de esta situación:

	ESPAÑÓLES		CHINOS	
	N	%	N	%
Agradecimiento	4	12	1	3
Mostrar acuerdo – Tipo 1	5	16	1	3
Mostrar acuerdo – Tipo 2	1	3	0	0
Negación	0	0	4	14
Dar explicaciones	7	22	4	14
Devolver el cumplido	0	0	1	3
Ofrecer	5	16	8	27
Recomendar	2	6	1	3
Rebajarse	4	13	3	10
Expresar incredulidad	0	0	1	3
Hacer bromas	1	3	0	0
Cambiar de tema	2	6	4	14
Mostrar reconocimiento	0	0	1	3
Alentar	0	0	1	3
Flirtear	1	3	0	0
TOTAL	32	100	30	100

Tabla 15. Distribución de las estrategias en la situación 5.

La microestrategia más utilizada por los informantes españoles es dar explicaciones (22%), seguida por mostrar acuerdo – Tipo 1 (16%) y ofrecer (16%). Por su parte, los chinos prefieren ofrecer en primer lugar (27%). En segundo lugar, encontramos las estrategias negación (14%) y cambiar de tema (14%) en el corpus chino. Rebajarse aparece en los dos corpus, con un 13% en el español y un 10% de los datos porcentuales en el chino. El resto de estrategias no ocupan un puesto destacado y los porcentajes oscilan entre el 3% y el 6%, por lo que los porcentajes son poco relevantes.

Algunas estrategias únicas del corpus español en este escenario son mostrar acuerdo – Tipo 2 (3%), hacer bromas (3%) y flirtear (3%). En cambio, devolver el cumplido (3%), expresar incredulidad (3%), mostrar reconocimiento (3%) y alentar (3%) son estrategias que se han registrado solo entre los informantes chinos.

En cuanto a las macroestrategias, encontramos ciertas similitudes: la elaboración positiva es la categoría preferida por los españoles y los chinos, con un 40% y un 48%, respectivamente. La segunda categoría preferida por los chinos es el desvío con un 23%, que a su vez ocupa el tercer puesto junto a la elaboración neutral en el corpus español con un 13%. En cambio, la aceptación aparece en segundo lugar entre los españoles (33%). En el corpus chino, el tercer puesto lo ocupan el rechazo y la elaboración negativa con el mismo porcentaje: 14%. Por último, cabe señalar que se ha registrado la elaboración neutral en el corpus español con un 3% de los datos porcentuales.

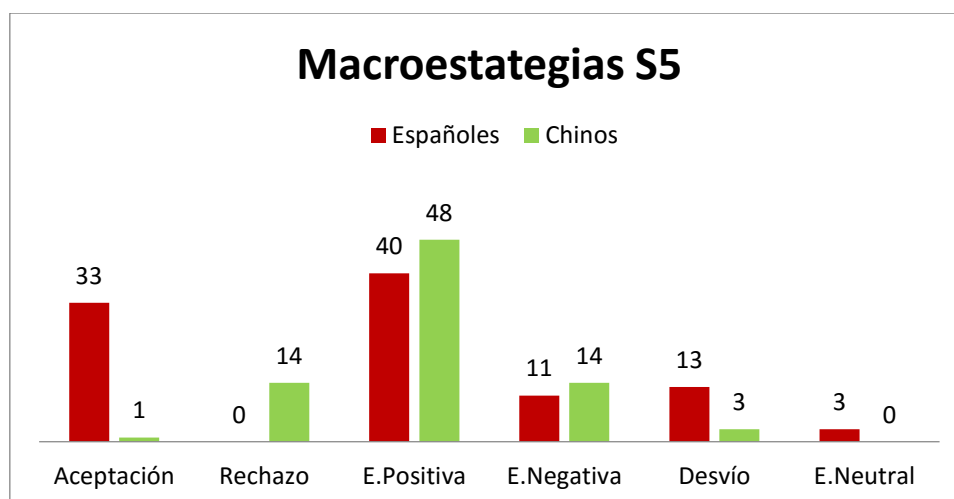


Gráfico 10. Distribución de las macroestrategias empleadas en la situación 5.

3.6. Situación 6

- Contexto: recibes un cumplido de tu mejor amiga.
- Variables: el nivel de familiaridad es muy alto y la distancia social reducida. Además, dado que no hay información contextual que demuestre lo contrario, la distancia social es la misma.
- Referente: apariencia física.

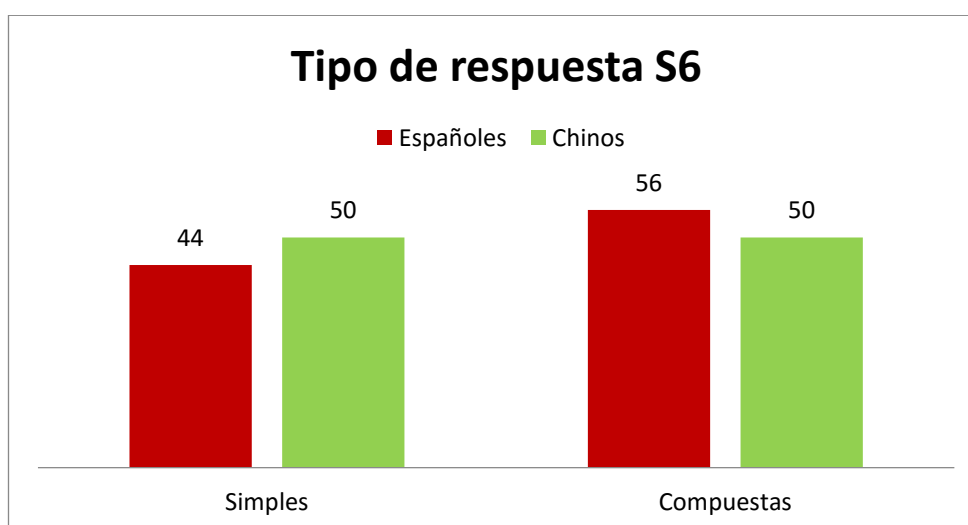


Gráfico 11. Comparación de la tipología de respuestas usada en ambos grupos en la situación 6.

Los hablantes chinos utilizaron en la misma medida respuestas simples y compuestas (50%), mientras que los españoles se decantaron por las respuestas compuestas en un 56%. En el corpus español hemos encontrado diversas combinaciones de estrategias, entre las que destacan agradecimiento + rebajarse (35%) y agradecimiento + dar explicaciones (21%):

(E5) "Gracias, pero yo me veo igual que antes."

(E6) "¡Gracias! Continué yendo al gimnasio y empecé una rutina nueva. Ahora me siento bastante mejor y la dieta que sigo es más sana."

En cuanto al corpus chino, la combinación preferida es aceptar + devolver el cumplido (40%):

(C14) 「谢谢，你也比以前更加漂亮了。」

Xièxiè, nǐ yě bǐ yǐqián gèngjiā piàolianglè.

(Gracias, tú también estás más guapa que antes.)

Pese a haber destacado las combinaciones anteriores, en el corpus español se han registrado respuestas que combinan tres o más estrategias en un porcentaje destacable. Sin embargo, dado que no hay relación entre las mismas, no podemos destacar una combinación concreta. Ofrecemos algunos ejemplos:

- Mostrar acuerdo-Tipo 1 + dar explicaciones + hacer bromas (14%)

(E2) "Pues sí, me cuido un poco. Y bueno, realmente, como siempre estoy a dieta, yo siempre he estado así, de buen ver, lo único que tú no sabías apreciarlo, jaja."

- Agradecimiento + pregunta de reafirmación + elevar el cumplido (7%)

(E3) "¡Gracias! ¿De verdad estoy más guapa? Tu sí que estas guapísima, más que yo."

La distribución de las microestrategias puede consultarse en la tabla 16, que presentamos a continuación.

	ESPAÑOLES		CHINOS	
	N	%	N	%
Agradecimiento	7	15	9	26
Mostrar acuerdo – Tipo 1	8	17	1	3
Mostrar acuerdo – Tipo 2	4	9	0	0
Negación	1	2	2	6
Dar explicaciones	5	10	3	9
Devolver el cumplido	4	9	10	29
Elevar el cumplido	2	4	0	0
Ofrecer	0	0	1	3
Expresar alegría	1	2	0	0
Pregunta de reafirmación	2	4	0	0
Rebajarse	6	13	3	9
Expresar sorpresa	1	2	0	0
Hacer bromas	3	6	2	6
Cambiar de tema	1	3	1	3
Reprender	2	4	2	6
TOTAL	47	100	34	100

Tabla 16. Distribución de las estrategias en la situación 6.

Los informantes españoles prefieren como primera opción la microestrategia mostrar acuerdo – Tipo 1 (17%), mientras que los chinos se inclinan más por devolver el cumplido (29%). En el corpus español, el agradecimiento ocupa el segundo puesto (15%), seguido de rebajarse (13%) y de dar explicaciones (10%). En cambio, en segundo lugar, los informantes chinos eligen el agradecimiento (26%) y en tercer lugar encontramos rebajarse (9%). En cierta medida, los informantes españoles también recurren a mostrar acuerdo – Tipo 2 (9%). El resto de estrategias en ambos corpus son poco significativas, aunque podemos mencionar hacer bromas, presente en un 6% en ambos corpus. Por otra parte, reprender también aparece en los dos corpus en porcentajes similares (4% en el corpus español y 6% en el chino).

Elevar el cumplido, expresar alegría, pregunta de reafirmación y expresar sorpresa son respuestas únicas del corpus español en esta situación, mientras que la única estrategia exclusiva del corpus chino es ofrecer.

En ambos corpus encontramos como macroestrategias más usadas por los informantes españoles y por los chinos la aceptación y la elaboración positiva (32% en el corpus español y 35% en el chino). Por su parte, los españoles prefieren la elaboración negativa en segundo lugar (18%), seguida por el desvío (16%), que ocupa el segundo puesto en el corpus chino con un 15%. La elaboración negativa aparece en el tercer puesto entre los chinos (9%). En cuanto al rechazo, en ambos casos resulta poco significativo con un 2% entre los españoles y un 6% entre los chinos.

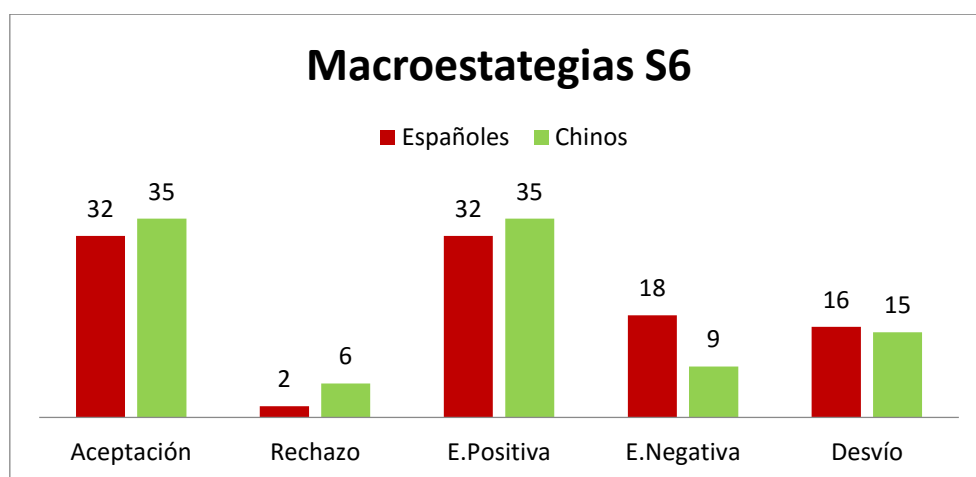


Gráfico 12. Distribución de las macroestrategias empleadas en la situación 6.

3.7. Situación 7

- Contexto: el jefe del equipo en el que haces prácticas se fija en tu calendario y lo elogia.
- Variables: puesto que hay una relación de amistad entre el informante y el interlocutor, el grado de familiaridad es alto y la distancia social es reducida. La autoridad recae sobre el interlocutor al ser el jefe del equipo.
- Referente: posesión.

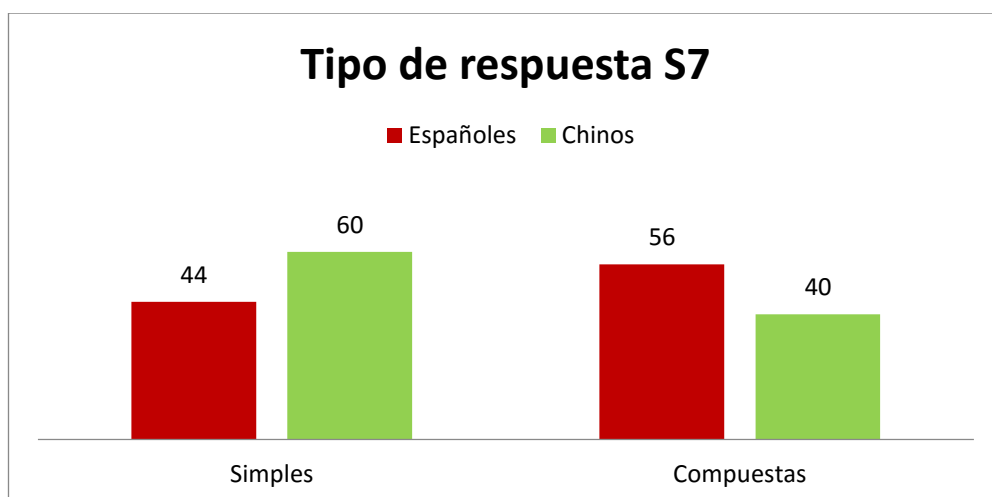


Gráfico 13. Comparación de la tipología de respuestas usada en ambos grupos en la situación 7.

Mientras que en el corpus español predominan las respuestas compuestas con un 56% de los datos, en el corpus chino predominan las simples (60%). Pese a esta diferencia, las combinaciones más frecuentes en los dos grupos coinciden, destacando agradecimiento + dar explicaciones (43% en el corpus español y 40% en el corpus chino) y, en segundo lugar, agradecimiento + ofrecer (21% en el corpus español y 30% en el chino):

(E12) "Sí, gracias. Es un regalo que me hicieron hace tiempo. Creo que es de una tienda del centro."

(C23) 「谢谢，我在超市里买的。」

Xièxiè, wǒ zài chāoshì lǐ mǎi de

(Gracias, lo compré en un mercado.)

(E6) "Muchas gracias. ¿Quieres uno?"

(C7) 「谢谢，我还有一个，你要不要？」

Xièxiè, wǒ hái yǒu yīgè, nǐ yào bù yào?

(Gracias, tengo uno más, ¿lo quieres?)

Otra combinación que se repite en ambos corpus (14% en el español y 20% en el chino) es pregunta de reafirmación + ofrecer:

(E19) "¿A que sí? Puedo decirte dónde lo he comprado."

(C17) 「喜欢吗？喜欢你就拿去。」

Xǐhuān ma? Xǐhuān nǐ jiù ná qù.

¿Te gusta? Quédatelo si quieres.

El resto de datos que hemos recopilado para el análisis de las estrategias pueden consultarse en la siguiente tabla:

	ESPAÑÓLES		CHINOS	
	N	%	N	%
Agradecimiento	9	21	8	23
Mostrar acuerdo – Tipo 1	6	14	1	3
Dar explicaciones	15	35	10	28

Ofrecer	7	16	9	25
Pregunta de reafirmación	3	7	3	9
Expresar incredulidad	0	0	2	6
Cambiar de tema	3	7	1	3
Flirtear	0	0	1	3
TOTAL	43	100	35	100

Tabla 17. Distribución de las estrategias en la situación 7.

La estrategia preferida por los informantes de ambos corpus es dar explicaciones (35% en el corpus español y 28% en el chino), seguida de la estrategia agradecimiento en el caso de los españoles (21%), que a su vez ocupa el tercer puesto entre los chinos (23%). Por su parte, los chinos eligen en segundo lugar ofrecer (25%), ocupando el tercer puesto entre los españoles con un 16% de los datos porcentuales. En cuarto lugar, los informantes españoles prefieren mostrar acuerdo – Tipo 1 (14%).

La estrategia menos utilizada que se repite en los dos corpus es cambiar de tema (7% en el corpus español y 3% en el chino). Algunas estrategias propias del corpus chino en esta situación son expresar incredulidad (6%) y flirtear (3%).

En relación a las macroestrategias, encontramos bastantes puntos en común. En primer lugar, la elaboración positiva ocupa la primera posición en ambos corpus con un 65% en el español y un 60% en el chino. En segundo lugar, la aceptación es la segunda categoría preferida por los españoles y por los chinos en el mismo porcentaje (26%). La tercera posición la ocupa el desvío en el corpus español con un 9% de los datos, mientras que en el corpus chino encontramos dos categorías en dicha posición: desvío (7%) y elaboración negativa (7%). No se han registrado la categoría rechazo ni elaboración neutral en este escenario.

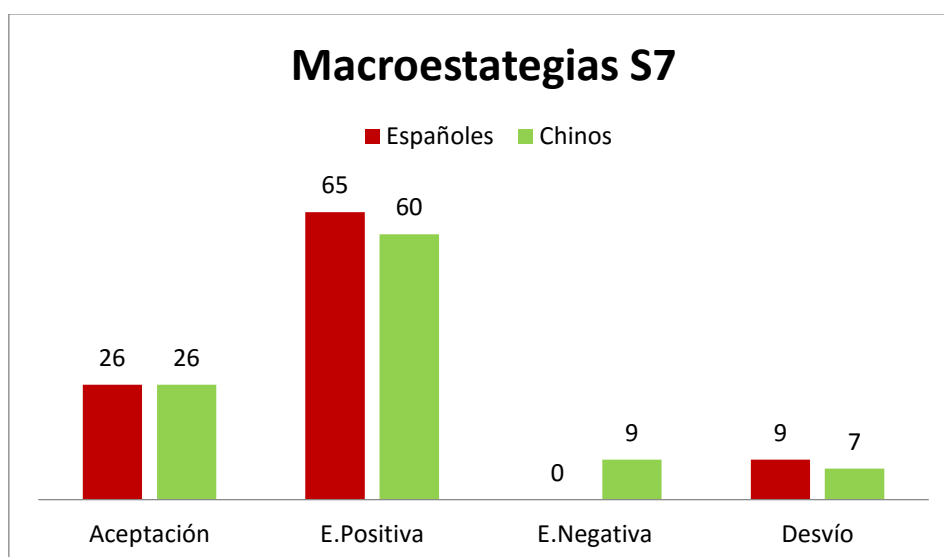


Gráfico 14. Distribución de las macroestrategias empleadas en la situación 7.

3.8. Situación 8

- Contexto: recibes un elogio de una compañera que tiene cincuenta años y acaba de incorporarse a la organización de un concierto en tu universidad de la que formas parte.

- Variables: los interlocutores se han conocido hace poco tiempo, así que casi no hay familiaridad entre ellos y la distancia social es considerable. En cuanto al poder social, no hay autoridad, por lo que cabe pensar que la interlocutora tiene la misma posición social (los interlocutores se sitúan en el ámbito universitario y son compañeros).
- Referente: personalidad.

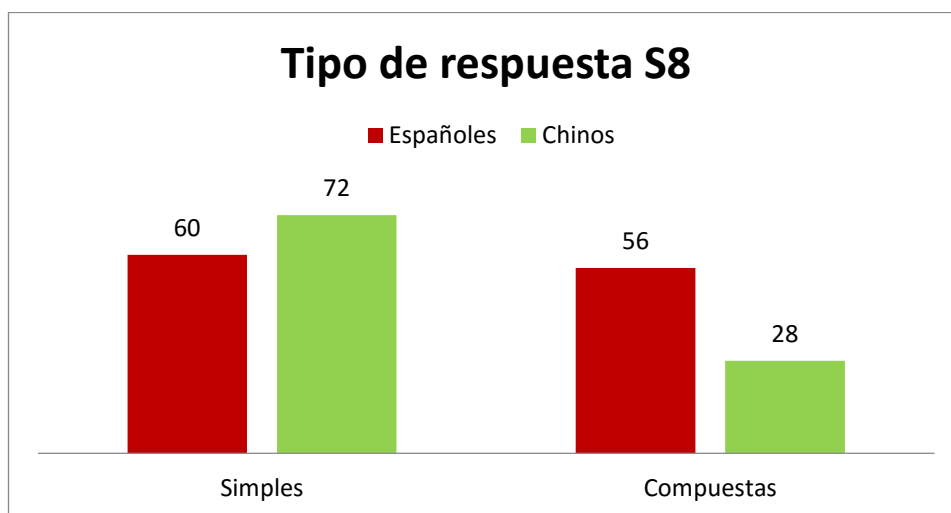


Gráfico 15. Comparación de la tipología de respuestas usada en ambos grupos en la situación 8.

En ambos corpus, predominan las respuestas simples con un 60% en el español y un 72% en el chino. En cuanto a las respuestas compuestas, una combinación presente en los dos corpus es agradecer + rebajarse o quitar importancia (40% en el corpus español y 43% en el chino):

(E14) "Gracias, pero no es para tanto, de verdad."

(C10) 「谢谢你的夸奖。如果其他人也了解的话，别人也会帮助你的。」

Xièxiè nǐ de kuājiǎng, rúguǒ qítā rén yě liǎojiě dehuà, biérén yě huì bāngzhù nǐ de.

(Gracias por tu cumplido. Si cualquier otra persona supiera la respuesta, también te ayudaría.)

La distribución de las estrategias puede consultarse en la tabla 18:

	ESPAÑÓLES		CHINOS	
	N	%	N	%
Agradecimiento	6	15	7	20
Mostrar acuerdo – Tipo 1	3	7	2	6
Negación	0	0	1	3
Dar explicaciones	7	17	4	12
Devolver el cumplido	0	0	2	6
Expresar alegría	4	10	0	0

Ofrecer	2	5	2	6
Rebajarse	9	22	9	26
Reasignar	4	10	5	15
Hacer bromas	1	2	0	0
Cambiar de tema	4	10	1	3
Reprender	1	2	1	3
TOTAL	41	100	34	100

Tabla 18. Distribución de las estrategias en la situación 8.

La microestrategia más frecuente en los dos corpus es rebajarse (22% en el corpus español y 26% en el chino), seguida de la estrategia aceptación en el corpus chino (20% en el chino). Los informantes españoles prefieren dar explicaciones (17%) en segundo lugar, que a su vez ocupa el cuarto lugar en el corpus chino (12%), seguida del agradecimiento (15%). Por su parte, en el corpus chino, el tercer lugar lo ocupa reasignar con un 16% de los datos porcentuales. En el corpus español, el cuarto lugar lo ocupan reasignar y cambiar de tema en el mismo porcentaje (10%).

Expresar alegría (10%) y hacer bromas (2%) son estrategias que solo se han registrado en el corpus español, mientras que devolver el cumplido (6%) es una estrategia única del corpus chino en el presente escenario.

Si atendemos a las macrofunciones, la categoría preferida por los españoles es la elaboración positiva (32%), que ocupa el tercer puesto en el corpus chino (21%). La elaboración negativa ocupa el primer puesto en el corpus chino (42%) y el segundo en el español (27%). En tercer lugar, los informantes españoles prefieren la aceptación (22%), categoría que ocupa el segundo lugar entre los chinos (27%). Por último, el desvío se sitúa en cuarto lugar en ambos corpus, siendo más relevante entre los informantes españoles (16% frente a un 6% en el corpus chino). Se ha registrado la elaboración neutral en el corpus español (3%), ausente entre los informantes chinos en este escenario. La categoría rechazo se ha registrado en el corpus chino en un 4% de los datos.

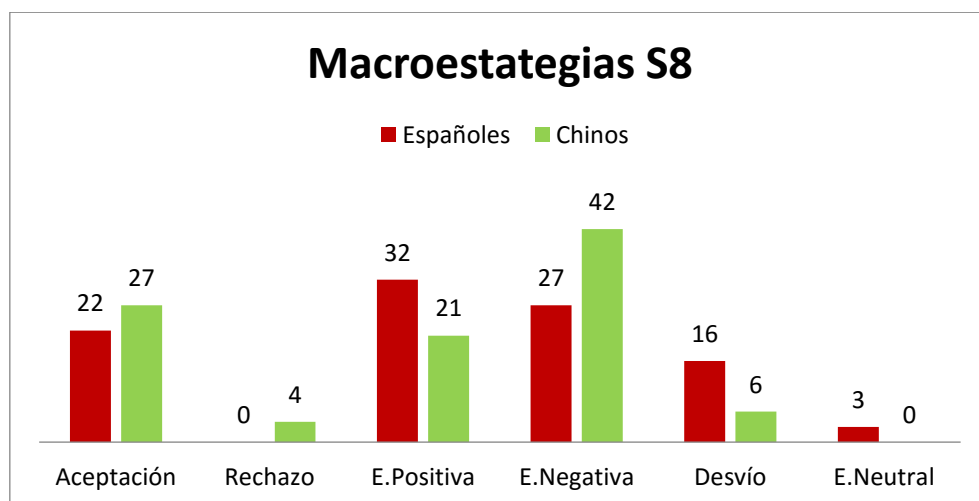


Gráfico 16. Distribución de las macroestrategias empleadas en la situación 8.

3.9. Situación 9

- Contexto: recibes un elogio de uno de tus subordinados de la empresa en la que haces práctica después de asistir a una cena.

- Variables: el grado de familiaridad entre los interlocutores es alto si consideramos que trabajan juntos todos los días, por lo que la distancia social es reducida. En esta situación, la autoridad recae sobre el informante, ya que es el responsable del interlocutor en el ámbito laboral.
- Referente: personalidad.

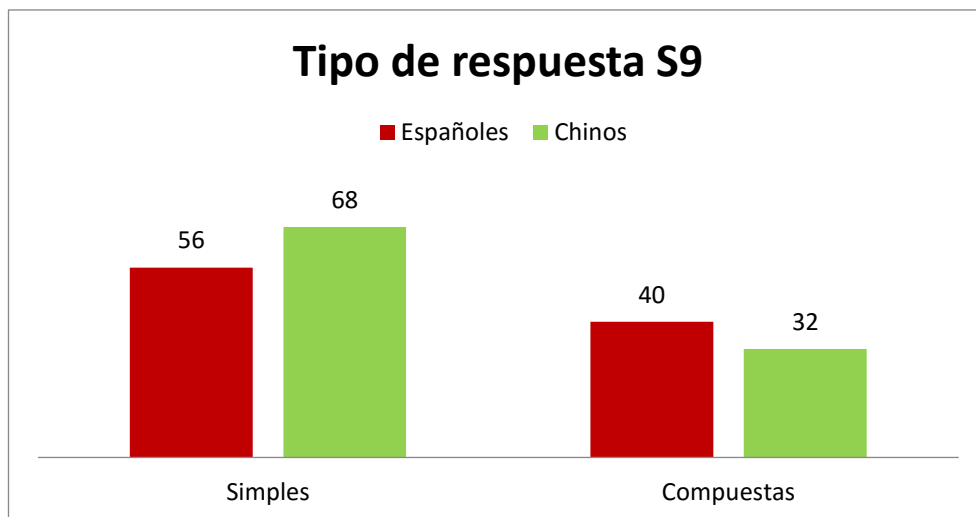


Gráfico 17. Comparación de la tipología de respuestas usada en ambos grupos en la situación 9.

En los dos corpus predominan las respuestas simples: 56% de los españoles y 68% de los chinos. Además, la selección de estrategias es similar en ambos casos, destacando agradecer y expresar alegría:

- Agradecimiento

(E12) "Gracias."

(C2) 「谢谢。」

Xièxiè.

(Gracias)

- Expresar alegría

(E2) "Me alegro de que te hayas divertido tanto conmigo."

(C10) 「得到你的夸赞我很高兴。」

Dédào nǐ de kuāzàn wǒ hěn gāoxìng.

(Me alegra mucho recibir tu elogio.)

Los datos para el análisis de las estrategias se distribuyen tal y como consta en la tabla que añadimos a continuación:

	ESPAÑÓLES		CHINOS	
	N	%	N	%
Agradecimiento	7	22	9	27
Mostrar acuerdo – Tipo 1	4	12	1	3
Negación	0	0	1	3
Dar explicaciones	3	9	2	6

Devolver el cumplido	4	12	7	22
Ofrecer	4	12	1	3
Expresar deseo	1	3	1	3
Expresar alegría	5	15	3	9
Rebajarse	2	6	6	18
Expresar incredulidad	1	3	0	0
Reasignar	1	3	0	0
Expresar sorpresa o vergüenza	1	3	0	0
Cambiar de tema	0	0	1	3
Reprender	1	3	0	0
Alentar	0	0	1	3
TOTAL	34	100	33	100

Tabla 19. Distribución de las estrategias en la situación 9.

La microestrategia más frecuente es el agradecimiento (22% en el corpus español y 27% en el chino). Los informantes españoles prefieren expresar alegría en segundo lugar con un 15% de los datos porcentuales, que a su vez ocupa el cuarto puesto entre los informantes chinos (9%). En cambio, los chinos se decantan por devolver el cumplido (22%), que ocupa el tercer lugar en el corpus español (12%) con ofrecer (12%) y con mostrar acuerdo – Tipo 1 (12%). La tercera posición en el corpus chino la ocupa rebajarse con un 18%. Dar explicaciones ocupa el cuarto lugar en el corpus español con un 9% de los datos. El resto de estrategias que se han registrado no se repiten con la frecuencia necesaria como para considerarlas significativas.

Las microestrategias propias del corpus español en esta situación son expresar incredulidad (3%), reasignar (3%), expresar sorpresa o vergüenza (3%) y reprender (3%), mientras que en el corpus chino destacan como estrategias únicas cambiar de tema (3%) y alentar (3%).

La distribución de las macroestrategias también presenta muchos puntos en común en los dos corpus. La categoría preferida por los informantes españoles y por los chinos es la elaboración positiva (48% y 42%, respectivamente), seguida de la aceptación con un 34% en el corpus español y un 31% en el chino. En tercer lugar, encontramos la elaboración negativa con un 15% en el corpus español y un 18% en el chino. Por último, el desvío ocupa el cuarto lugar con un 3% en el corpus español y un 6% en el chino.

Cabe mencionar que la categoría rechazo solo ha sido elegida por los informantes chinos (3%).

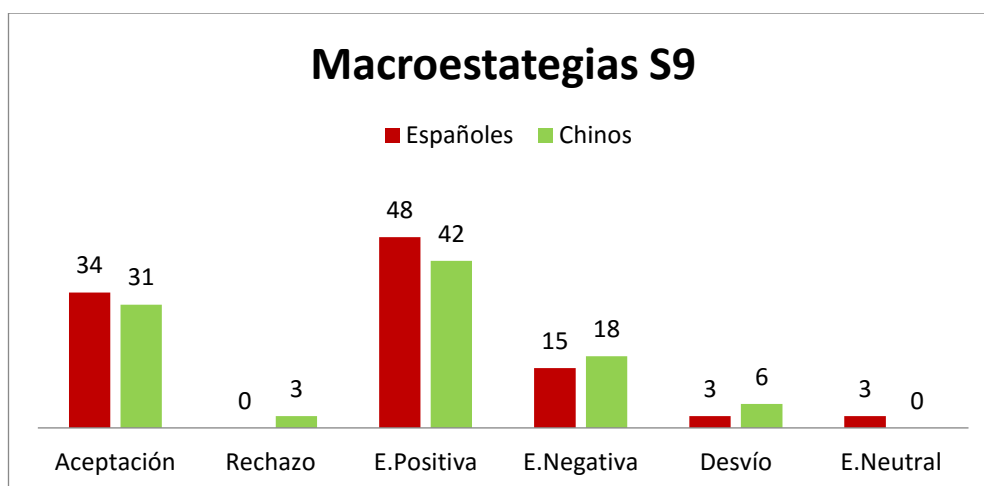


Gráfico 18. Distribución de las macroestrategias empleadas en la situación 9.

3.10. Situación 10

- Contexto: recibes un cumplido de tu vecino cuando sales de casa preparado para ir a una boda.
- Variables: el grado de familiaridad entre los interlocutores es alto, puesto que viven en el mismo lugar y se saludan cada vez que se encuentran, pero la relación que tienen no es íntima, por lo que la distancia social es reducida. No existe un dominio de poder explícito, si bien, se menciona la edad del vecino (60 años).
- Referente: apariencia.

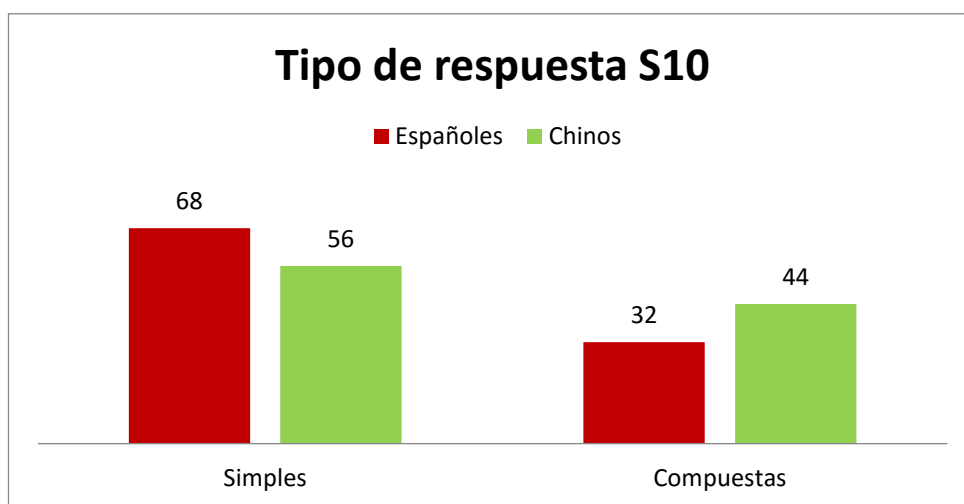


Gráfico 19. Comparación de la tipología de respuestas usada en ambos grupos en la situación 10.

Tanto los informantes españoles como los informantes chinos prefieren las respuestas compuestas en un 68% y en un 56%, respectivamente. En el corpus español, la combinación más frecuente es agradecer + dar explicaciones (82%), mientras que en el chino destaca mostrar agradecer + devolver el cumplido (50%):

(E17) "Muchas gracias. Es que voy a una boda."

(C5) 「谢谢，您身体也不错啊。」

Xièxiè, nín shēntǐ yě bùcuò a.

(Gracias, usted tampoco está nada mal.)

A continuación, pueden observarse los datos que nos sirven para analizar la distribución de las estrategias que han elegido los informantes en esta situación.

	ESPAÑÓLES		CHINOS	
	N	%	N	%
Agradecimiento	13	28	15	36
Mostrar acuerdo – Tipo 1	6	13	0	0
Mostrar acuerdo – Tipo 2	1	2	0	0
Negación	0	0	5	13

Dar explicaciones	19	41	3	7
Devolver el cumplido	3	6	15	36
Expresar deseo	1	2	0	0
Expresar incredulidad	0	0	1	2
Expresar sorpresa o vergüenza	1	2	0	0
Hacer bromas	0	0	1	2
Cambiar de tema	3	6	1	2
Hacer preguntas	0	0	1	2
TOTAL	47	100	42	100

Tabla 20. Distribución de las estrategias en la situación 10.

La estrategia más empleada por los informantes españoles es dar explicaciones (41%), seguida de la estrategia agradecimiento (28%) y de mostrar acuerdo – Tipo 1 (13%). En cuarto lugar, los españoles se inclinan por el uso de las estrategias devolver el cumplido (6%) y cambiar de tema (6%). En cambio, las categorías preferidas por los informantes chinos son agradecimiento y devolver el cumplido en el mismo porcentaje (36%), seguida de la negación (13%). Dar explicaciones ocupa el tercer lugar en el corpus chino (7%). El resto de estrategias no sigue un orden relevante y resultan poco significativas.

En esta situación, las estrategias propias del corpus español en esta situación son: mostrar acuerdo – Tipo 2 (2%), expresar deseo (2%) y expresar sorpresa o vergüenza (2%). Por su parte, las estrategias únicas del corpus chino en la situación 10 son: expresar incredulidad (2%), hacer bromas (2%) y hacer preguntas (2%).

Si atendemos a las macroestrategias, los resultados son similares en los dos corpus: la categoría preferida por los informantes de ambos grupos es la elaboración positiva (50% en el corpus español y 44% en el corpus chino), seguida de la aceptación (41% en el español y 37% en el chino) y del desvío (7% en ambos corpus), que ocupa junto al rechazo el tercer puesto en el corpus chino con un 7%. La categoría menos empleada es la elaboración negativa (2% en el corpus español y 5% en el chino)

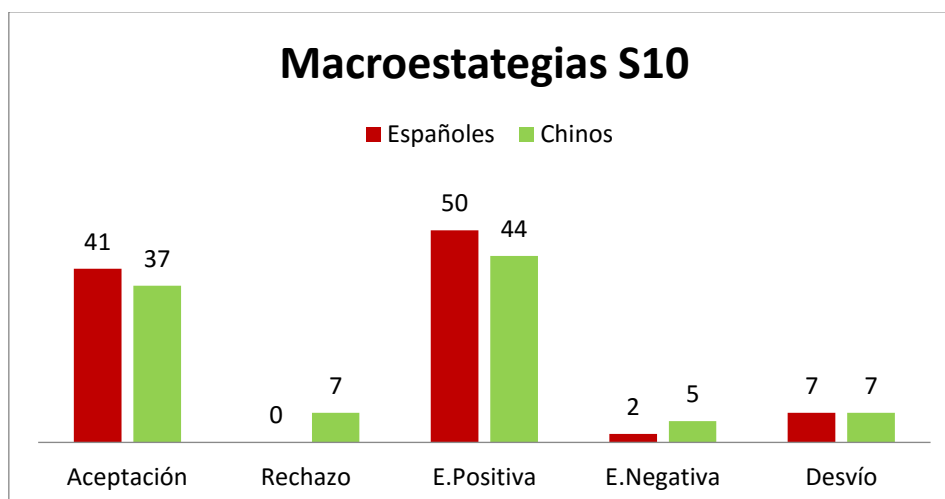


Gráfico 20. Distribución de las macroestrategias empleadas en la situación 10

3.11. Situación 11

- Contexto: recibes un elogio sobre tus zapatos por parte de una desconocida que hace cola delante de ti para entrar al servicio en una cafetería.
- Variables: el grado de familiaridad entre los interlocutores es nulo, por lo que la distancia social es considerable. No existe una relación de autoridad y la posición social es la misma sabiendo que la interlocutora tiene más o menos la misma edad que el informante.
- Referente: posesión.

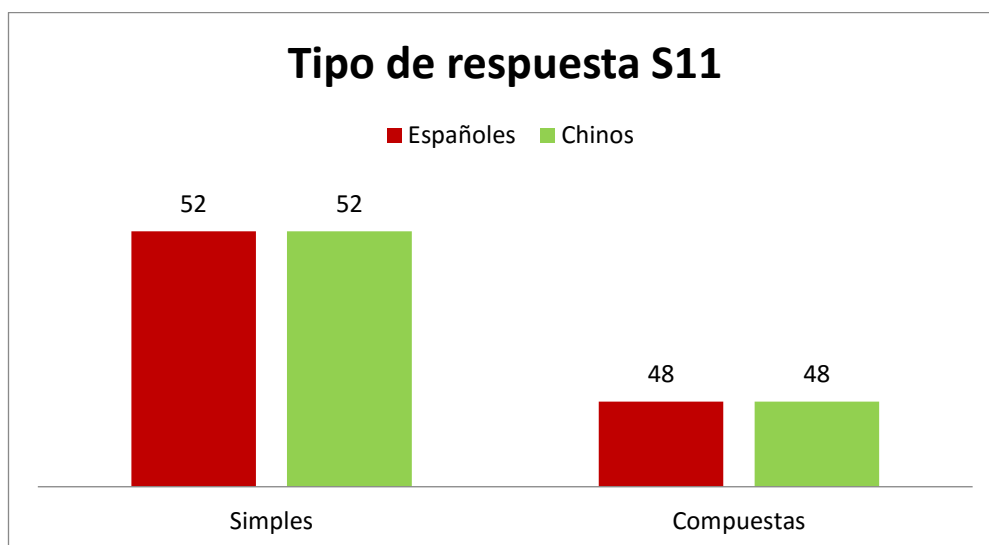


Gráfico 21. Comparación de la tipología de respuestas usada en ambos grupos en la situación 11

En ambos casos, los informantes prefieren las respuestas compuestas en un 52%, si bien, las combinaciones que hemos encontrado varían. En el corpus español, la combinación más utilizada es agradecimiento + dar explicaciones (54%). Sin embargo, en el corpus chino, destaca agradecer + ofrecer (39%).

(E7) "Gracias. Pues los compré en una zapatería del centro."

(C4) 「谢谢啦，你也要买的话，我告诉你去哪买。」
Xièxiè la, nǐ yě yāomǎi dehuà, wǒ gàosù nǐ qù nǎ mǎi.
(Gracias. Si quieres comprarlos, te digo dónde se venden.)

En la correspondiente que aparece a continuación pueden consultarse los datos para el análisis de las estrategias en esta situación:

	ESPAÑÓLES		CHINOS	
	N	%	N	%
Agradecimiento	14	34	16	42
Mostrar acuerdo – Tipo 1	1	3	1	3
Mostrar acuerdo – Tipo 2	1	3	0	0
Negación	0	0	2	5
Dar explicaciones	12	29	4	10

Devolver el cumplido	1	3	3	8
Ofrecer	2	5	6	16
Recomendar	1	3	0	0
Pregunta de reafirmación	2	5	0	0
Expresar incredulidad	2	5	2	5
Expresar sorpresa o vergüenza	2	5	1	3
Cambiar de tema	0	0	1	3
Flirtear	2	5	2	5
TOTAL	40	100	38	100

Tabla 21. Distribución de las estrategias en la situación 11.

La microestrategia más utilizada tanto por los informantes españoles como por los chinos es agradecer (34% y 42%, respectivamente). En el corpus español, encontramos en segundo lugar dar explicaciones (29%), mientras que en el corpus chino aparece ofrecer con un 16% de los datos porcentuales, seguida de dar explicaciones (10%). El resto de estrategias no siguen un orden especial, resultando poco relevantes para el análisis.

Las estrategias únicas del corpus español en la situación 11 son mostrar acuerdo – Tipo 2 (3%), recomendar (3%) y pregunta de reafirmación (5%). En el corpus chino, cambiar de tema (3%) es una estrategia que no aparece en el corpus español en esta situación.

En cuanto a las macroestrategias, también existen ciertas similitudes entre los dos corpus. La aceptación se sitúa en primer lugar en ambos corpus (43% en el español y 33% en el chino), junto a la elaboración positiva en el corpus chino (33%). En cambio, en el corpus español, la elaboración positiva ocupa el segundo lugar con un 41%. El tercer lugar lo ocupa la elaboración negativa (11%), mientras que los informantes chinos se decantan por el rechazo en tercera posición (20%). Por último, cabe señalar que el rechazo y la elaboración neutral solo están presentes en el corpus chino en esta situación.

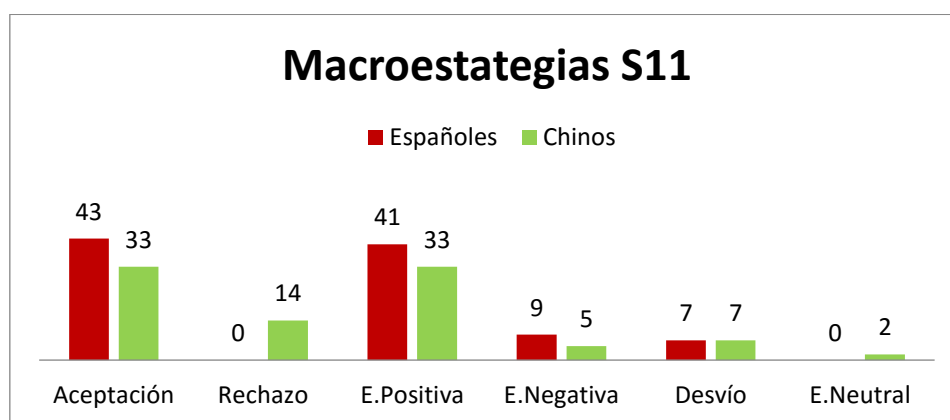


Gráfico 22. Distribución de las macroestrategias empleadas en la situación 11.

3.12. Situación 12

- Contexto: el director de tu departamento elogia tu presentación de un informe.

- Variables: el grado de familiaridad es reducido, pese a que tienen cierto trato y la distancia social grande. La autoridad recae sobre el interlocutor, al tratarse del director del departamento en el que trabaja el informante.
- Referente: habilidad.

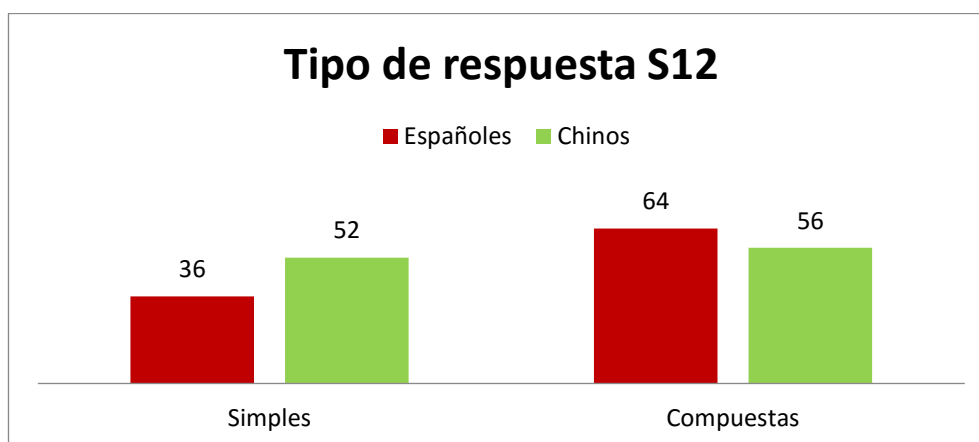


Gráfico 23. Comparación de la tipología de respuestas usada en ambos grupos en la situación 12.

En los dos corpus predominan las compuestas con un 64% en el corpus español y un 56% en el corpus chino. La combinación más frecuente entre los españoles es agradecer + expresar alegría (44%), mientras que los informantes chinos prefieren la combinación agradecer + comprometerse (36%):

(E12) “Muchísimas gracias. Me alegra mucho que le haya gustado.”

(C20) 「谢谢您的鼓励，我会更加努力的。」

Xièxiè nín de gǔlì, wǒ huì gèngjiā nǔlì de.

(Gracias por su apoyo, voy a trabajar más duro.)

Los datos empleados para el análisis de las estrategias pueden consultarse en la siguiente tabla:

	ESPAÑÓLES		CHINOS	
	N	%	N	%
Agradecimiento	19	44	12	29
Mostrar acuerdo – Tipo 1	1	2	2	5
Mostrar acuerdo – Tipo 2	4	9	0	0
Dar explicaciones	1	2	3	7
Devolver el cumplido	2	5	1	3
Expresar alegría	14	32	0	0
Expresar deseo	1	2	0	0
Rebajarse	0	0	2	5
Expresar incredulidad	0	0	2	5
Hacer preguntas	1	2	0	0
Pedir consejo	0	0	3	7
Comprometerse	1	2	16	39
TOTAL	44	100	41	100

Tabla 22. Distribución de las estrategias en la situación 12.

Tal y como podemos observar, la microestrategia preferida por los informantes españoles es el agradecimiento (44%), seguida de expresar alegría (32%). Por su parte, los informantes chinos emplean la estrategia comprometerse en mayor medida con un 39% de los datos porcentuales, ocupando la segunda posición agradecer (29%). El resto de estrategias no siguen un orden específico.

En esta situación, algunas estrategias exclusivas del corpus español son: mostrar acuerdo – Tipo 2 (9%), expresar alegría (32%), expresar deseo (2%) y hacer preguntas (2%). En cambio, las estrategias únicas del corpus chino en la situación 12 son: rebajarse (5%), expresar incredulidad (5%) y pedir consejo (7%).

La macroestrategia que ocupa el primer lugar entre los informantes españoles es la aceptación (50%), seguida de la elaboración positiva (45%). En el corpus chino, la categoría más repetida es el desvío (46%) y a continuación, la aceptación (34%). En el corpus español no se ha registrado la categoría elaboración negativa, presente en el corpus chino en un 10%. Ningún informante ha recurrido a las categorías rechazo o elaboración neutral en este escenario.

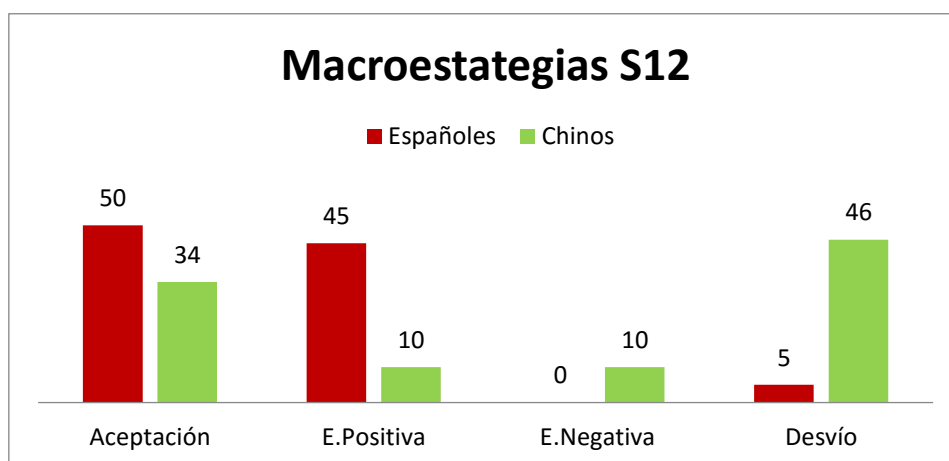


Gráfico 24. Distribución de las macroestrategias empleadas en la situación 12.

4. Comparación específica

En este apartado, continuaremos con el análisis de carácter contrastivo considerando las variables contextuales que intervienen en las doce situaciones que conforman nuestro cuestionario: distancia social, posición social, sexo y el referente de los cumplidos.

4.1. Distancia social

Con el objetivo de determinar el impacto de esta variable hemos ordenado las situaciones atendiendo al grado de familiaridad, como puede apreciarse en la siguiente tabla:

	Situaciones
El grado de familiaridad es alto y la distancia social es reducida.	S1/S2/S4/S6/S7/S9/S10
El grado de familiaridad es bajo y la distancia social es grande.	S3/S5/S8/S11/S12

Tabla 23. Clasificación de las situaciones según la distancia social.

	ESPAÑOLES				CHINOS			
	Distancia social reducida		Distancia social grande		Distancia social reducida		Distancia social grande	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Agradecimiento	43	17,92	71	28,4	46	22	68	30,06
Acuerdo-Tipo1	33	13,75	22	8,8	19	9,09	7	3,15
Acuerdo-Tipo2	6	2,5	11	4,4	0	0	0	0
Negación	1	0,42	0	0	5	2,39	13	5,86
Dar explicaciones	32	13,33	54	21,6	25	11,96	24	10,81
Devolver el cumplido	15	6,25	6	2,4	26	12,44	22	9,91
Elevar el cumplido	4	1,67	0	0	0	0	0	0
Ofrecer	14	5,83	10	4	19	9,09	23	10,36
Recomendar	8	3,33	3	1,2	2	0,96	1	0,45
Expresar deseo	7	2,92	2	0,8	5	2,39	0	0
Expresar alegría	12	5	22	8,8	4	1,91	2	0,9
Pregunta de reafirmación	9	3,75	2	0,8	5	2,39	0	0
Rebajarse	16	6,67	15	6	19	9,09	16	7,21
Incredulidad	3	1,25	2	0,8	9	4,31	8	3,6
Reasignar	2	0,83	7	2,8	2	0,96	5	1,44
Expresar sorpresa	2	0,83	3	1,2	1	0,48	1	0,45
Hacer bromas	6	2,5	5	2	2	0,96	1	0,45
Cambiar de tema	5	2,08	9	3,6	3	1,44	7	3,15
Hacer preguntas	0	0	1	0,4	0	0	1	0,45
Mostrar reconocimiento	1	0,42	0	0	0	0	0	0
Pedir consejo	0	0	0	0	0	0	3	1,35
Comprometerse	0	0	1	0,4	0	0	16	7,21
Reprender	5	2,08	1	0,4	2	0,96	1	0,45
Alentar	16	6,67	0	0	14	6,7	1	0,45
Flirtear	0	0	3	1,2	1	0,48	2	0,90
TOTAL	240	100	250	100	209	100	222	100

Tabla 24. Distribución de las estrategias de respuestas según la distancia social.

El análisis de las respuestas no nos permite afirmar que exista una relación evidente entre la selección de respuestas simples o compuestas y la variante

distancia social. No obstante, cabe señalar que, salvo en las situaciones S8 y S9⁴⁵, los informantes españoles prefieren las respuestas combinadas; en cambio, los informantes chinos, tienden a utilizar las respuestas simples en S4, S6 y S7⁴⁶.

En relación a las microestrategias, los informantes españoles y los chinos prefieren usar el agradecimiento tanto en situaciones donde el grado de familiaridad es alto y la distancia social es reducida, como en situaciones en las que es bajo y la distancia social es grande. En segunda posición, los españoles recurren a mostrar acuerdo – Tipo 1 cuando la distancia social es reducida y a dar explicaciones cuando la distancia social es considerable. Por su parte, los chinos tienden a usar en segundo lugar la estrategia devolver el cumplido cuando apenas hay distancia social y, al igual que los españoles, prefieren dar explicaciones si la distancia social es grande. En tercer lugar, cuando la distancia social es reducida los informantes españoles y los chinos prefieren dar explicaciones. Sin embargo, existen algunas diferencias cuando la distancia social es grande: los españoles se decantan por mostrar acuerdo – Tipo 1 y por expresar alegría, mientras que los chinos tienden a ofrecer.

Tal y como señaló Lázaro (2012), rebajarse o quitar importancia es una estrategia que está relacionada con la familiaridad existente entre el informante y su interlocutor. Así, cuando la distancia social es reducida y el nivel de familiaridad es alto, se tiende a usar más esta estrategia, de modo que se cumple con la condición de sinceridad que mencionamos en el punto 3.2. del primer capítulo, según la cual, cuando el cumplido no es sincero (o se interpreta como tal), se tiende a usar la aceptación con rectificación para no autoalabarnos y ser modestos. Además, hacer preguntas sirve para desviar el foco de atención del elogio si el grado de familiaridad es bajo, haciendo que el interlocutor vuelva a participar en la conversación para referirse a otro tema.

Algunas estrategias que varían a nivel intercultural son la negación, ofrecer, expresar incredulidad, hacer bromas, comprometerse y reprender. Los chinos utilizan en mayor medida la negación y ofrecer cuando la distancia social es considerable. En cambio, los españoles prefieren usarla cuando hay poca distancia social. Por otra parte, los chinos recurren a expresar incredulidad más que los españoles en general, mientras que los españoles bromea más que los chinos, sobre todo cuando la distancia social es reducida. Además, los chinos usan más la estrategia comprometerse cuando la distancia social es grande y los españoles emplean más reprender cuando la distancia social es pequeña.

En cuanto a las macroestrategias, en la misma línea que hemos seguido hasta ahora, las categorías que más emplean tanto los informantes españoles como los chinos son la aceptación (37,2% en el corpus español y 22,2% en el chino) y la elaboración positiva (40,7% en el corpus español y 28,1% en el chino), si bien, los porcentajes varían: los españoles tienden a utilizar en mayor medida estas dos macroestrategias.

Si nos fijamos en la categoría rechazo, los españoles casi no recurren a ella, mientras que los chinos la utilizan en quinto lugar. Otra diferencia a nivel intercultural que cabe mencionar es el hecho de que los informantes chinos utilizan más el desvío en situaciones en las que la distancia social es grande, mientras que los españoles la usan a la inversa, es decir, cuando la distancia social es pequeña.

⁴⁵ En S8, el informante recibe un cumplido de una compañera que tiene cincuenta años en el ámbito universitario, mientras que en S9, un subordinado del informante elogia su personalidad tras ir a una cena

⁴⁶ En S4, el informante recibe un cumplido de su mejor amigo y en S6, de su mejor amiga. Por su parte, en S7, recibe un cumplido del jefe del equipo en el que hace prácticas.

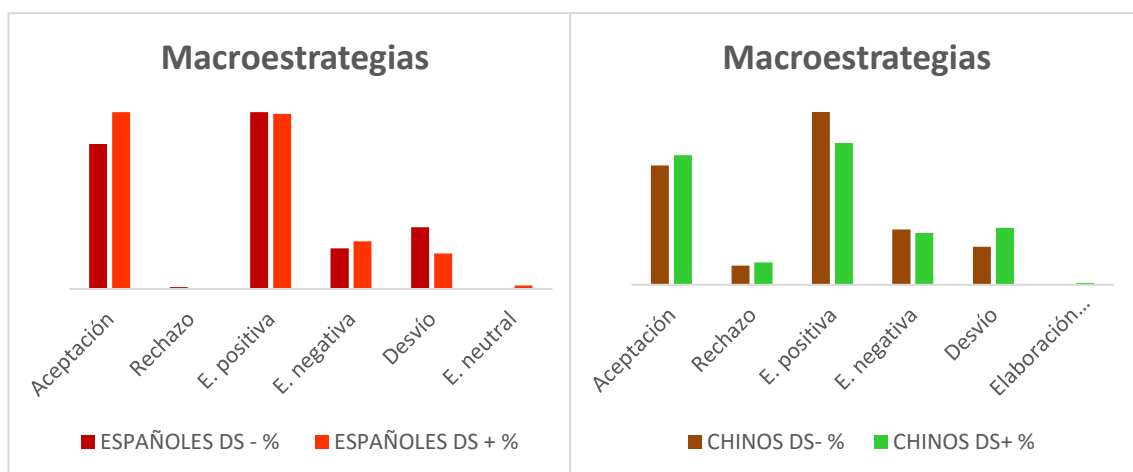


Gráfico 25. Distribución de las categorías principales de respuesta a los cumplidos según la distancia social.

Por último, aunque la diferencia porcentual es mínima, los informantes españoles utilizan la elaboración negativa en mayor medida cuando la distancia social es alta, mientras que los chinos siguen la tendencia opuesta.

4.2. Posición social

Otra variable que hemos considerado en nuestro estudio es la posición social. Para analizar su impacto, atenderemos a la existencia o a la ausencia de autoridad entre los interlocutores. Cuando la autoridad recae sobre el informante, la posición social que ocupe será superior; cuando no hay autoridad alguna que afecte a la relación entre el informante y el interlocutor, la posición social será la misma; finalmente, si el interlocutor ostenta la autoridad, la posición social será inferior.

	Situaciones
El informante ocupa una posición social superior	S9
Hay igualdad entre el interlocutor y el informante	S2/S4/S5/S6/S8/S10/S11
El informante ocupa una posición social inferior	S1/S3/S7/S12

Tabla 25. Clasificación de las situaciones según la posición social.

Tras analizar las respuestas y su tipología, no encontramos una tendencia concreta, si bien, cabe señalar que, pese a que en la mayoría de las situaciones los informantes prefieren usar respuestas compuestas, en S9⁴⁷, donde la posición del interlocutor es superior, los informantes de ambos grupos han usado en mayor medida respuestas simples. Por otra parte, cuando hay igualdad entre el interlocutor y el informante, la tendencia a elegir respuestas simples se incrementa en relación a aquellas situaciones en las que el interlocutor ocupa una posición social inferior (71,4% frente a un 12,5%, respectivamente).

⁴⁷ En esta situación, el informante recibe un elogio de un subordinado de la empresa donde hace prácticas después de asistir a una cena

	ESPAÑOLES						CHINOS					
	Posición social superior		Misma posición social		Posición social inferior		Posición social superior		Misma posición social		Posición social inferior	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Agradecimiento	7	21,8	44	16,3	63	35	9	27	57	23,5	52	32,9
Acuerdo – Tipo1	4	12,5	25	9,3	24	13,3	1	3	12	4,9	12	7,6
Acuerdo – Tipo2	0	0	9	3,3	6	3,3	0	0	0	0	0	0
Negación	0	0	1	0,4	0	0	1	3	16	6,6	1	0,6
Explicaciones	3	9,3	57	21,1	26	14,4	2	6	18	7,4	29	18,4
Devolver cumplido	4	12,5	15	5,6	2	1,1	7	21	40	16,5	2	1,3
Elevar cumplido	0	0	4	1,5	0	0	0	0	0	0	0	0
Ofrecer	4	12,5	12	4,4	8	4,4	1	3	25	10,3	16	10,1
Recomendar	0	0	10	3,7	0	0	0	0	3	1,2	0	0
Expresar deseo	1	3,1	7	2,6	1	0,6	1	3	4	1,6	0	0
Expresar alegría	5	15,9	7	2,6	22	12,2	3	9	0	0	3	1,9
Reafirmación	0	0	2	0,7	7	3,9	0	0	1	0,4	4	2,5
Rebajarse	2	6,2	26	9,6	3	1,7	6	19	24	9,9	5	3,2
Incredulidad	1	3,1	2	0,7	2	1,1	0	0	4	1,6	13	8,2
Reasignar	0	0	4	1,5	4	2,2	0	0	7	2,9	0	0
Sorpresa/ Vergüenza	0	0	4	1,5	0	0	0	0	1	0,4	0	0
Hacer bromas	0	0	6	2,2	5	2,8	0	0	3	1,2	0	0
Cambiar de tema	0	0	10	3,7	4	2,2	1	3	8	3,3	1	0,6
Hacer preguntas	0	0	0	0	1	0,6	0	0	1	0,4	0	0
Reconocimiento	0	0	0	0	1	0,6	0	0	1	0,4	0	0
Pedir consejo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	1,9
Comprometerse	0	0	0	0	1	0,6	0	0	0	0	16	10,1
Reprender	1	3,1	6	2,2	0	0	0	0	3	1,2	0	0
Alentar	0	0	16	5,9	0	0	1	3	13	5,3	0	0
Flirtear	0	0	3	1,1	0	0	0	0	2	0,8	1	0,6
TOTAL	32	100	270	100	180	100	33	100	243	100	158	100

Tabla 26. Distribución de las estrategias de respuestas según la posición social.

Como puede observarse en la tabla anterior, existen puntos en común entre las estrategias que han usado los informantes españoles y los informantes chinos para responder a los cumplidos en cada una de las situaciones que forman nuestro DCT. En primer lugar, la estrategia más usada en ambos corpus es el agradecimiento, sobre todo cuando la posición social inferior; no obstante, cuando la posición social entre el informante y el interlocutor es la misma, los informantes españoles se decantan por la estrategia dar explicaciones (21,1% frente al 16,3% de agradecimiento). En ambos corpus, devolver el cumplido se ha registrado sobre todo en situaciones en las que la posición social es superior, al igual que expresar deseo y expresar alegría. Sin embargo, mostrar acuerdo – Tipo 1, hacer una pregunta de reafirmación y comprometerse aparece como una estrategia que tanto los

informantes españoles como los chinos prefieren emplear en situaciones en las que la posición social es inferior.

Algunas estrategias que nuestros informantes españoles y chinos utilizaron sobre todo en situaciones en las que el interlocutor tiene la misma posición social son: negación, expresar sorpresa, cambiar de tema, alentar y flirtear.

Los informantes españoles tienden a utilizar la estrategia reasignar cuando la posición social es inferior, mientras que los informantes chinos la usan más en situaciones en las que la posición social es la misma. Mostrar acuerdo – Tipo 2, una estrategia propia del corpus español, se ha registrado en mayor medida en situaciones en las que la posición social es la misma.

Por su parte, los informantes chinos tienden a emplear la estrategia expresar incredulidad para desviar la atención del cumplido cuando la posición social es inferior. Del mismo modo, la estrategia pedir consejo, exclusiva del corpus chino, aparece únicamente en situaciones en las que la posición social es inferior.

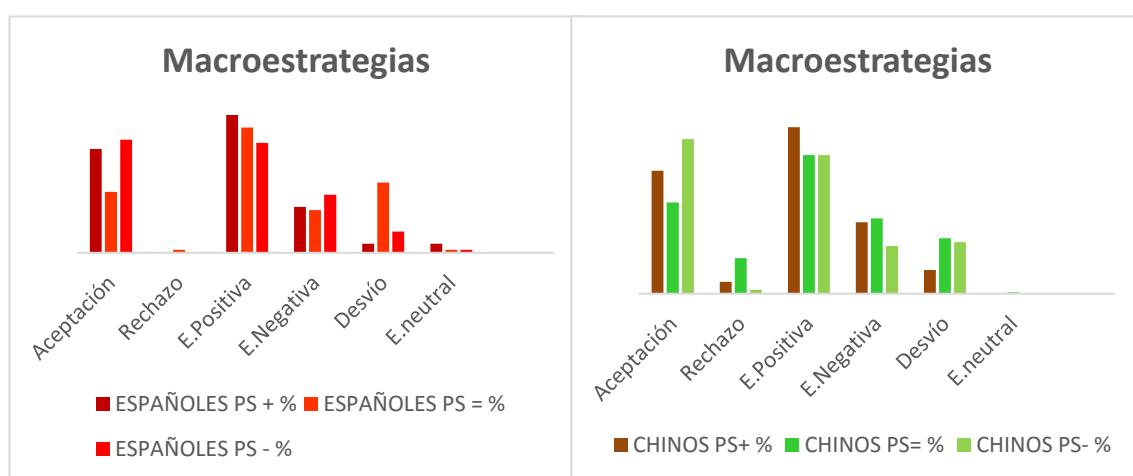


Gráfico 26. Distribución de las categorías principales de respuesta a los cumplidos según la posición social.

En cuanto a las macroestrategias, según los datos obtenidos, cuando la posición social es superior o la misma, ambos grupos de informantes prefieren la categoría elaboración positiva (48% en el corpus español y 42% en el chino en el primer caso y 20% y 23% en el segundo). En cambio, cuando la posición social es inferior, la aceptación ocupa el primer lugar en los dos corpus (37% en el español y 39% en el chino). El desvío se ha registrado en porcentajes similares en ambos corpus; los informantes prefieren esta categoría en situaciones donde la posición social es la misma. Si nos fijamos en las otras categorías, advertimos las siguientes diferencias: la elaboración neutral se ha registrado en mayor medida en el corpus español, mientras que la categoría rechazo aparece más en el corpus chino. Por último, los informantes españoles tienden a usar la elaboración negativa en situaciones en las que la posición social es inferior; sin embargo, los informantes chinos prefieren usarla cuando la posición social es la misma.

4.3. Sexo

La tercera variable que hemos tenido en cuenta en nuestro estudio es el sexo. En la siguiente tabla puede consultarse la distribución de las situaciones según el sexo del interlocutor:

	Situaciones
Reciben el cumplido de una mujer	S1/S2/S5/S6/S8/S11
Reciben el cumplido de un hombre	S3/S4/S7/S9/S10/S12

Tabla 27. Clasificación de las situaciones según el sexo.

Tras analizar la tipología de las respuestas, no hemos encontrado grandes diferencias a la hora de usar respuestas simples o complejas referidas al sexo.

Las microestrategias que más se repiten en ambos corpus son agradecimiento y dar explicaciones. Si bien los informantes españoles prefieren la combinación agradecimiento + dar explicaciones tanto si reciben el cumplido de una mujer como de un hombre, en el corpus chino, vemos algunas diferencias: si el informante recibe el cumplido de una mujer, se repite la tendencia agradecer + dar explicaciones, pero si el informante recibe el cumplido de un hombre, la microestrategia que se sitúa por detrás de agradecimiento es ofrecer, quedando dar explicaciones en tercer lugar.

La tercera estrategia preferida por los informantes españoles y por los chinos cuando reciben el cumplido de una mujer es mostrar acuerdo – Tipo 1. En cambio, cuando los españoles reciben el cumplido de un hombre tienden a expresar alegría. Reasignar, expresar sorpresa y reprender son estrategias que los informantes chinos utilizan para responder a los cumplidos hechos por mujeres. En cambio, si el interlocutor es un hombre, prefieren estrategias como pregunta de reafirmación y hacer preguntas. En cuanto a la microestrategia rebajarse, que tiene una estrecha relación con las teorías de Holmes (1988), Herbert (1990) y Wolfson (1984), tanto los informantes españoles como los chinos la usan sobre todo para responder a mujeres, lo que podría explicarse si consideramos que según estos autores, los cumplidos realizados por los hombres normalmente se conciben como un acto de habla positivo que revela la honestidad del emisor, por lo que frecuentemente se responde dando las gracias o expresando alegría. En cambio, cuando una mujer hace un cumplido, la interpretación del mismo puede variar más, ya que según Holmes (1995: 138) “las mujeres hacen cumplidos con el fin de establecer, confirmar o mantener solidaridad en la interacción”, hecho que entraña diversas motivaciones que quizá impulsen al receptor del cumplido a plantearse la intención del emisor. Para establecer otro tipo de relaciones, consideramos necesario analizar las estrategias de respuesta según el sexo de los informantes.

	ESPAÑÓLES				CHINOS			
	Mujer		Hombre		Mujer		Hombre	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Agradecimiento	51	20,56	63	26,58	52	24,88	66	28,75
Acuerdo – Tipo1	32	12,9	21	8,86	19	9,09	7	3,03
Acuerdo – Tipo2	8	3,23	2	0,84	0	0	0	0
Negación	1	0,4	0	0	9	4,31	9	3,90
Dar explicaciones	38	15,32	48	20,25	25	11,96	24	10,39
Devolver el cumplido	5	2,02	16	6,75	18	8,61	22	9,52
Elevar el cumplido	4	1,1	0	0	0	0	0	0
Ofrecer	12	4,84	15	6,33	16	7,66	39	16,88
Recomendar	10	4,03	1	0,42	2	0,96	1	0,43
Expresar deseo	0	0	9	3,63	0	0	5	2,16
Expresar alegría	9	3,63	25	10,55	1	0,48	5	2,16

Pregunta de reafirmación	8	3,23	3	1,27	0	0	4	1,73
Rebajarse	27	10,89	4	1,69	25	11,96	10	4,33
Incredulidad	4	1,61	1	0,42	10	4,78	7	3,03
Reasignar	5	2,02	4	1,69	7	3,35	0	0
Expresar sorpresa	3	1,21	2	0,84	2	0,96	0	0
Hacer bromas	7	2,82	4	1,69	2	0,96	1	0,43
Cambiar de tema	8	3,23	6	2,53	7	3,35	3	1,30
Hacer preguntas	0	0	1	0,42	0	0	1	0,43
Mostrar reconocimiento	1	0,4	0	0	1	0,48	0	0
Pedir consejo	0	0	0	0	0	0	3	1,30
Comprometerse	0	0	1	0,42	0	0	16	6,93
Reprender	5	2,02	2	0,84	3	1,44	0	0
Alentar	7	2,82	9	3,63	8	3,83	7	3,03
Flirtear	3	1,21	0	0	2	0,96	1	0,43
TOTAL	248	100	237	100	209	100	231	100

Tabla 28. Distribución de las estrategias de respuestas según el sexo de los informantes.

A continuación presentamos una tabla donde puede consultarse la relación entre las macroestrategias y el sexo de nuestros informantes.

	ESPAÑOLES-CHINOS							
	Mujer-Mujer		Mujer-Hombre		Hombre-Hombre		Hombre-Mujer	
	(E) %	(C)%	(E) %	(C)%	(E) %	(C)%	(E) %	(C)%
Aceptación	25,47	27,77	36,70	33,10	31,78	27,71	43,96	30,85
Rechazo	0,94	3,7	0	3,80	0	5,93	0	4,26
Elaboración positiva	36,79	37,96	46,79	36,89	50,47	41,12	30,17	22,34
Elaboración negativa	18,86	21,29	3,67	11,65	9,35	5,61	11,22	22,34
Desvío	16,06	9,28	12,84	14,56	8,41	19,63	13,79	19,15
Elaboración neutral	1,88	0	0	0	0	0	0,86	1,06
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100	100

Tabla 29. Distribución de las macroestrategias en relación con el sexo del informante y del interlocutor.

Según los resultados de esta segunda distribución, la elaboración positiva es la categoría preferida por los informantes, salvo en dos casos: cuando los informantes reciben el cumplido de un hombre, tanto las mujeres españolas como las chinas, se decantan por usar en primer lugar la macroestrategia aceptación (43,96% y 30,85% de aceptación frente a 30,17% y 22,34% de elaboración positiva). Por lo tanto, las mujeres españolas que han participado en la elaboración del corpus tienden a aprobar en mayor medida los cumplidos realizados por hombres y, del mismo modo, los hombres españoles también aprueban con más frecuencia que los informantes chinos los elogios de las mujeres (36,70% de los españoles frente al 30,10% de los chinos). En cuanto a la categoría rechazo, en el corpus chino, los hombres rechazan

de forma más directa los cumplidos de otros hombres. Por último, en los dos grupos de informantes, las mujeres usan más la elaboración negativa cuando reciben el cumplido de un hombre o el de una mujer.

4.4. Referentes

La siguiente tabla muestra las situaciones clasificadas según los referentes de los cumplidos, es decir, según el tema:

	Situaciones
Habilidad	S2/S3/S12
Posesión	S5/S7/S11
Apariencia	S1/S6/S10
Personalidad	S4/S8/S9

Tabla 30. Clasificación de las situaciones según los referentes.

Tal y como queda reflejado en los puntos anteriores, existen numerosas similitudes entre las estrategias que usan para responder a los cumplidos los informantes españoles y los informantes chinos, como la preferencia por el agradecimiento o por dar explicaciones. En las siguientes tablas, presentamos los datos según los referentes: habilidad, posesión, apariencia y personalidad.

	ESPAÑOLES							
	Habilidad		Posesión		Apariencia		Personalidad	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Agradecimiento	34	27,6	27	25,2	40	27,6	13	12,6
Acuerdo – Tipo1	7	5,7	12	11,2	27	18,6	7	6,8
Acuerdo – Tipo2	8	6,5	2	1,9	5	3,4	0	0
Negación	0	0	0	0	1	0,7	0	0
Dar explicaciones	14	11,4	26	24,3	26	17,9	12	11,7
Devolver cumplido	2	1,6	1	0,9	7	4,8	11	10,7
Elevar cumplido	2	1,6	0	0	2	1,4	0	0
Ofrecer	4	3,3	14	13,1	0	0	6	5,8
Recomendar	7	5,7	3	2,8	0	0	1	1
Expresar deseo	1	0,8	0	0	1	0,7	7	6,8
Expresar alegría	18	14,6	0	0	5	3,4	11	10,7
Reafirmación	0	0	5	4,7	6	4,1	0	0
Rebajarse	9	7,3	4	3,7	7	4,8	11	10,7
Incredulidad	0	0	2	1,9	2	1,4	1	1
Reasignar	3	2,4	0	0	1	0,7	5	4,9
Sorpresa/vergüenza	0	0	2	1,9	2	1,4	1	1
Hacer bromas	3	2,4	1	0,9	5	3,4	1	1
Cambiar de tema	0	0	5	4,7	5	3,4	4	3,9
Hacer preguntas	1	0,8	0	0	0	0	0	0
Reconocimiento	0	0	0	0	1	0,7	0	0
Pedir consejo	0	0	0	0	0	0	0	0
Comprometerse	1	0	0	0	0	0	0	0
Reprender	2	1,6	0	0	2	1,4	3	2,9
Alentar	7	5,7	0	0	0	0	9	8,7

Flirtear	0	0	3	2,8	0	0	0	0
TOTAL	123	100	107	100	145	100	103	100

Tabla 31. Distribución de las microestrategias del corpus español según los referentes.

	CHINOS							
	Habilidad		Posesión		Apariencia		Personalidad	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Agradecimiento	33	29,5	25	23,8	39	32,5	21	20,4
Acuerdo – Tipo1	9	8	3	2,9	9	7,5	5	4,9
Acuerdo – Tipo2	0	0	0	0	0	0	0	0
Negación	1	0,9	6	5,7	7	5,8	4	3,9
Dar explicaciones	9	8	18	17,1	16	13,3	6	5,8
Devolver cumplido	3	2,7	6	5,7	26	21,7	17	16,5
Elevar cumplido	0	0	0	0	0	0	0	0
Ofrecer	8	7,1	23	21,9	1	0,8	10	9,7
Recomendar	1	0,9	1	1	0	0	1	1
Expresar deseo	0	0	0	0	0	0	5	4,9
Expresar alegría	2	1,8	0	0	1	0,8	3	2,9
Reafirmación	0	0	3	2,9	1	0,8	1	1
Rebajarse	13	11,6	3	2,9	4	3,3	15	14,6
Incredulidad	4	3,6	5	4,8	8	6,7	0	0
Reasignar	2	1,8	0	0	0	0	5	4,9
Sorpresa/vergüenza	1	0,9	1	1	0	0	0	0
Hacer bromas	0	0	0	0	3	2,5	0	0
Cambiar de tema	0	0	6	5,7	2	1,7	2	1,9
Hacer preguntas	0	0	0	0	1	0,8	0	0
Reconocimiento	0	0	1	1	0	0	0	0
Pedir consejo	3	2,7	0	0	0	0	0	0
Comprometerse	16	14,3	0	0	0	0	0	0
Reprender	0	0	0	0	2	1,7	1	1
Alentar	7	6,3	1	1	0	0	7	6,8
Flirtear	0	0	3	2,9	0	0	0	0
TOTAL	112	100	105	100	120	100	103	100

Tabla 32. Distribución de las microestrategias del corpus chino según los referentes.

Respecto al referente habilidad, tanto los informantes españoles como los chinos utilizan en primer lugar la estrategia agradecimiento (27,6% y 29,5% respectivamente). No obstante, encontramos algunas diferencias: en el corpus español en segundo lugar encontramos la estrategia expresar alegría; en el corpus chino, comprometerse. Asimismo, en el corpus español dar explicaciones se sitúa en tercer lugar, mientras que en el chino aparece rebajarse. La cuarta posición en el corpus español la ocupa rebajarse y en el corpus chino, mostrar acuerdo – Tipo 1 y dar explicaciones con los mismos porcentajes (8%).

En cuanto al referente posesión, en ambos grupos encontramos el agradecimiento como la estrategia más empleada para responder a este tipo de cumplidos (25,2% en el corpus español y 23,8% en el corpus chino). En segundo lugar, los informantes españoles prefieren dar explicaciones, estrategia que ocupa el tercer

lugar entre los informantes chinos. En el corpus chino, en segundo lugar encontramos la estrategia ofrecer, que a su vez se sitúa en tercera posición en el corpus español. Los informantes españoles tienden a usar mostrar acuerdo – Tipo 1 en cuarto lugar, mientras que los informantes chinos se decantan por dos estrategias en esta posición: devolver el cumplido y cambiar de tema (5,7%).

Para responder a un cumplido sobre apariencia, el agradecimiento vuelve a ser la estrategia preferida por los informantes españoles y por los chinos (27,6% y 32,5%, respectivamente), seguida de mostrar acuerdo – Tipo 1 en el corpus español y de devolver el cumplido en el corpus chino. En tercera posición, en ambos corpus destaca la estrategia dar explicaciones (17,9% en el español y 13,3% en el chino). Por último, en cuarto lugar, los informantes chinos utilizan la estrategia mostrar acuerdo – Tipo 1, mientras que los informantes españoles tienden a elegir devolver el cumplido y rebajarse (4,8%).

En las situaciones en las que el referente es la personalidad, tanto los informantes españoles como los chinos coinciden en utilizar el agradecimiento en gran medida (12,6% y 20,4% respectivamente). A continuación, en el corpus español destaca la estrategia dar explicaciones, mientras que en el chino lo hace devolver el cumplido, estrategia que a su vez ocupa la tercera posición entre los informantes españoles junto a otras dos estrategias: expresar alegría y rebajarse (10,7%). Rebajarse también ocupa el tercer puesto en el corpus chino con un 14,6% de los datos porcentuales. Alentar aparece en cuarta posición entre los informantes españoles; en cambio, ofrecer es la estrategia preferida en cuarto lugar por los informantes chinos.

En la siguiente tabla puede observarse la distribución de las macroestrategias según los referentes de los cumplidos:

	MACROESTRATEGIAS							
	Habilidad		Posesión		Apariencia		Personalidad	
	E%	Ch%	E%	Ch%	E%	Ch%	E%	Ch%
Aceptación	108	101	102	60	118	123	56	71
E. Positiva	109	62	146	141	93	97	144	120
E. Negativa	43	62	20	28	20	14	42	60
Rechazo	0	5	0	28	2	13	0	14
Desvío	40	70	29	17	34	22	55	35
E. Neutral	0	0	3	2	3	0	6	0
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100	100

Tabla 33. Distribución de las macroestrategias según los referentes.

La aceptación y la elaboración positiva vuelven a ser las categorías preferidas tanto por los informantes españoles como por los chinos. Dejando de lado los puntos en común, según los datos, podemos destacar que el rechazo es una categoría que figura sobre todo en el corpus chino, especialmente cuando el referente es posesión, apariencia o personalidad. En nuestro estudio, cuando los informantes reciben un cumplido sobre habilidad, tienden a utilizar menos la macroestrategia rechazo.

Salvo cuando el tema del cumplido es la apariencia, los informantes chinos utilizan más que los informantes españoles la categoría elaboración negativa, mientras que el desvío es una estrategia que se repite con más frecuencia en el corpus español, sobre todo cuando los referentes son posesión, apariencia o personalidad.

La categoría menos empleada por los dos grupos de informantes es la elaboración neutral, que solo figura en aquellas situaciones en las que el referente es posesión, apariencia o personalidad, si bien, en el corpus chino solo se ha registrado referida a posesión.

En conclusión, según los datos que hemos ido exponiendo y analizando a lo largo de este capítulo, parece que en ambos corpus los informantes optan por aceptar o expresar señales de aprobación sin llegar a aceptar del todo el cumplido, si bien, existen diversas estrategias o combinaciones de las mismas para responder a un cumplido según la situación contextual.

5. Distribución general

En este punto analizaremos la tipología de las respuestas y las estrategias utilizadas con más frecuencia en el corpus español y en el corpus chino desde una perspectiva holística.

5.1. Respuestas simples y compuestas

En los dos corpus encontramos similitudes a la hora de usar respuestas simples o compuestas. Tal y como se indica en el gráfico, los informantes españoles tienden a utilizar respuestas compuestas en mayor medida (51,2%), mientras que los chinos prefieren las respuestas simples (55,3%).

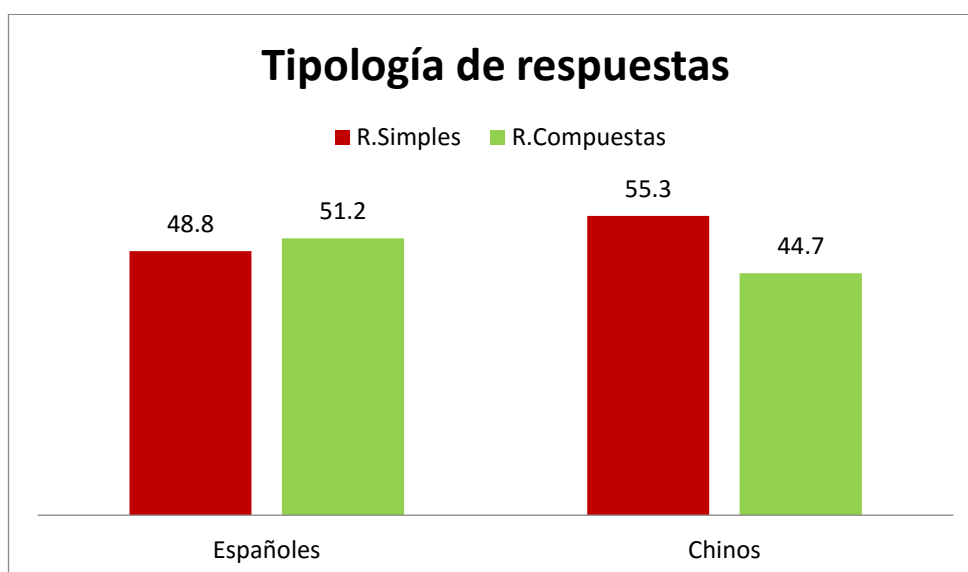


Gráfico 27. Distribución general de las respuestas simples y compuestas.

En las situaciones 3 y 11⁴⁸, ambos grupos de informantes reflejan la misma inclinación a usar respuestas compuestas en los mismos porcentajes (52% frente al 48% de las respuestas simples en los dos escenarios). Por otra parte, en las

⁴⁸ En la situación 3, el informante recibe un cumplido de su jefe sobre un plato que ha llevado a una fiesta de la empresa. En la situación 11, recibe un elogio sobre tus zapatos por parte de una desconocida en una cafetería

situaciones 5, 8, 9 y 10⁴⁹, tanto los informantes españoles como los chinos prefieren usar respuestas simples para responder a los cumplidos.

5.2. Macroestrategias y microestrategias

Uno de los criterios que seguimos en nuestro análisis, como ya explicamos en el punto 2 de este capítulo, es el uso de macroestrategias y de microestrategias, es decir, abarcamos tanto las categorías como las subcategorías para comparar mejor las tendencias de los dos grupos de informantes que participan en nuestro estudio.

En la siguiente tabla puede observarse la distribución general de las macroestrategias:

	ESPAÑOLES		CHINOS	
	N	%	N	%
Aceptación	182	37,8	144	32,7
Rechazo	1	0,3	18	4
Elaboración positiva	192	39,9	162	36,8
Elaboración negativa	50	10,4	61	13,8
Desvío	53	11	55	12,5
Elaboración neutral	3	0,6	1	0,2
TOTAL	481	100	441	100

Tabla 34. Distribución general de las macroestrategias.

La elaboración positiva es la macroestrategia más empleada en los dos corpus (39,9% en el español y 36,8% en el chino), seguida de la aceptación (37,8% en el corpus español y 32,7% en el chino). Cabe advertir que en el corpus chino se han registrado menos estrategias (441) que en el corpus español (481). La categoría menos usada en el corpus español es el rechazo (0,3%), mientras que en el corpus chino encontramos la elaboración neutral en última posición (0,2%).

Encontramos una diferencia notable entre los dos grupos a la hora de usar el rechazo: los informantes chinos lo emplean más que los informantes españoles, si bien, esta categoría ocupa la penúltima posición en el corpus chino con tan solo un 4% de los datos porcentuales. Este hecho podría relacionarse con la importancia que ocupa la modestia y evitar la autoalabanza para preservar la “cara”⁵⁰ en la cultura china.

En cuanto a las microestrategias, el primer lugar lo ocupa el agradecimiento en los dos corpus (23,8% en el español y 26,8% en el chino). Los informantes españoles prefieren utilizar la microestrategia dar explicaciones en segundo lugar, por lo que

⁴⁹ En la situación 5, el informante recibe un cumplido sobre su teléfono móvil por parte de una estudiante de intercambio que ha conocido en una fiesta universitaria. En la situación 8, una compañera de una organización universitaria que tiene cincuenta años elogia al informante. En la situación 9, recibe un elogio de un subordinado después de asistir a una cena. Por último, en la situación 10, el informante recibe un cumplido de su vecino cuando sale de casa para ir a una boda.

⁵⁰ Para obtener más información sobre estos conceptos, puede consultarse el punto 2.2. del capítulo 1.

podemos destacar que la tendencia general a la hora de responder a un cumplido es mostrar gratitud y hacer algún comentario oportuno. En cambio, los informantes chinos tienden a devolver el cumplido, quedando la estrategia dar explicaciones en tercer lugar dentro del corpus chino. En el corpus español, la tercera posición la ocupa mostrar acuerdo – Tipo 1.

Como ya hemos señalado, existen algunas microestrategias propias del corpus español y otras que solo se han registrado en el corpus chino, lo que revela algunas características propias de cada comunidad lingüística.

Las microestrategias exclusivas del corpus español son mostrar acuerdo – Tipo 2 y elevar el cumplido. Por su parte, en el corpus chino encontramos una estrategia que no consta en el español: pedir consejo. A continuación, presentamos algunos ejemplos:

- Mostrar acuerdo – Tipo 2
(E14S2) “Claro, se me da muy bien aprender idiomas.”
(E9S5) “Sí, tengo buen gusto.”
- Elevar el cumplido
(E1S6) “¡Pero si tú estás mucho más guapa que yo!”
(E7S2) “Tú puedes hablar muchísimo mejor que yo.”
- Pedir consejo
(C5S12) 「如果以后还需要改进的地方麻烦你告诉我。」
Rúguǒ yǐhòu hái yǒu xūyào gǎijìn dì dìfāng máfan nǐ gàosù wǒ.
(Si en el futuro necesito mejorar alguna cuestión, hágamelo saber.)
(C1S12) 「如有需要修改的地方,请随时告诉我。」
Rú yǒu xūyào xiūgǎi dì dìfāng, qǐng suíshí gàosù wǒ.
(Si tengo que modificar algo, por favor, no dude en decírmelo.)

En la siguiente tabla, puede consultarse la distribución general de las microestrategias:

	ESPAÑOLES		CHINOS	
	N	%	N	%
Agradecimiento	114	23,8	118	26,8
Acuerdo – Tipo1	53	11,1	26	5,9
Acuerdo – Tipo2	15	3,1	0	0
Negación	1	0,2	18	4,1
Dar explicaciones	78	16,3	49	11,1
Devolver el cumplido	21	4,4	52	11,8
Elevar el cumplido	4	0,8	0	0
Ofrecer	24	5	42	9,5
Recomendar	11	2,3	3	0,7
Expresar deseo	9	1,9	5	1,1
Expresar alegría	34	7,1	6	1,4

Reafirmación	11	2,3	5	1,1
Rebajarse	31	6,5	35	8
Incredulidad	5	1	17	3,9
Reasignar	9	1,9	7	1,6
Sorpresa/vergüenza	5	1	2	0,5
Hacer bromas	10	2,1	3	0,7
Cambiar de tema	14	2,9	10	2,3
Hacer preguntas	1	0,2	1	0,2
Reconocimiento	1	0,2	1	0,2
Pedir consejo	0	0	3	0,7
Comprometerse	1	0,2	16	3,6
Reprender	7	1,5	3	0,7
Alentar	16	3,3	15	3,4
Flirtear	3	0,6	3	0,7
TOTAL	478	100	440	100

Tabla 35. Distribución general de las microestrategias.

CAPÍTULO 4: DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Este capítulo consta de dos apartados. En el primer apartado pretendemos responder las preguntas de investigación que planteamos en el apartado 2 del capítulo 2 y que han impulsado nuestro estudio. En el segundo, comparamos los resultados que hemos obtenido con otras investigaciones relevantes sobre el cumplido para averiguar la posible existencia de puntos en común o discrepancias con nuestro trabajo.

1. Preguntas de investigación

En este apartado proporcionaremos una respuesta a cada una de las preguntas de investigación que planteamos al iniciar el presente estudio:

- a. ¿El acto de habla del cumplido es igual en la cultura española y en la china?

Es posible encontrar distintos tipos de respuestas, ya sean verbales o no. Pese a que nos hemos centrado en las primeras, hemos encontrado algunas respuestas entre los informantes de los dos grupos que pertenecen a la categoría de respuestas no verbales, como la risa⁵¹. Por lo tanto, este principio opera tanto en la cultura española como en la china.

Por otra parte, aunque existen diversas teorías sobre el cumplido, como explicamos en el punto 1.4. del capítulo 1, suele aceptarse que el cumplido sirve para establecer una relación estrecha entre los interlocutores basada en la solidaridad y en la empatía. Algunos efectos asociados a este objetivo son facilitar la conversación y disminuir la distancia social. Así, Holmes (1988) clasificó el acto de habla del cumplido como una estrategia de la cortesía positiva. En cualquier caso, no deberíamos olvidar que autores como Brown y Levinson (1978) o Mills (2003), destacan que también podría percibirse como una amenaza o ser interpretado como un acto interesado que generaría interpretaciones negativas⁵². Los ejemplos que incluimos a continuación constituyen una muestra de este aspecto:

(E13S1) “¿Insinúas que antes me quedaba mal o qué?”

(E25S5) “Te lo regalaría, pero creo que lo voy a necesitar.”

(C10S5) 「你可以从现在开始攒钱来买这个手机。你喜欢的话就应该努力去争取它。」

Nǐ kěyǐ cóng xiànzài kāishǐ zǎn qián lái mǎi zhège shǒujī. Nǐ xǐhuān dehuà jiù yīnggāi nǔlì qù zhēngqǔ tā.

(Ya puedes empezar a ahorrar dinero para comprar este móvil. Si te gusta, vas a tener que esforzarte.)

(C17S11) 「你也可以去买一双。」

Nǐ yě kěyǐ qù mǎi yīshuāng.

⁵¹ Puesto que al usar un DCT estábamos limitados por las características de este instrumento de recogida de datos, solo hemos podido asegurarnos de que el informante utilizaba una respuesta no verbal cuando hacía una indicación explícita, como por ejemplo en las siguientes situaciones: (E12S1) [Sonreír]; (E16S1) [Me reír]; (C1S9) [微笑] wéixiào (Sonreír).

⁵² Sobre el concepto de amenaza para Mills, véase la página 5. En cuanto a la teoría de Brown y Levinson, véase la página 18.

(Tú también puedes comprarte un par.)

Si nos fijamos en estos ejemplos, es posible que algunas respuestas de los informantes chinos resulten inadecuadas en el ámbito del español peninsular. Esta diferencia no solo se aprecia a la hora de comparar las respuestas al cumplido en español y en chino, sino también en relación al japonés (Lázaro, 2012) y al coreano (Choi, 2008). En todos los casos, este tipo de respuestas no se perciben de la misma forma o, dicho de otro modo, no resultan tan directas como la traducción al español.

En las situaciones 5 y 11, encontramos respuestas en los dos corpus que revelan que el informante percibe los cumplidos como un acto interesado o como una amenaza. La estrategia más utilizada en S5 es dar explicaciones por parte de los informantes españoles y ofrecer por parte de los chinos, mientras que en S11, agradecer es la estrategia preferida en ambos corpus. Tras revisar las situaciones cuyo referente es posesión, en las que ofrecer es una estrategia relevante, a saber, S5, S7 y S11, parece que los informantes chinos tienden a ofrecer el objeto más que los informantes españoles, quienes en algunos casos se limitan a aceptar el cumplido y a dar explicaciones para no resultar demasiado escuetos ni parecer engreídos o antipáticos. Esta preferencia no se limita a las tres situaciones anteriores, sino que se observa a lo largo del cuestionario, como revelan los datos que se exponen en el capítulo 3. Consideramos que los informantes podrían actuar de este modo influidos por los valores socioculturales de su comunidad. Así, para los chinos al ofrecer un objeto no solo se demuestra generosidad, sino también modestia, pues se pone un bien preciado a disposición del interlocutor, gesto que revela el deseo de agradar y de ser aceptado. Este hecho se relaciona con el binomio *miànzǐ/liǎn*. En cambio, parece que los españoles no se preocupan tanto por la imagen y aspiran a mantener la confianza y una atmósfera agradable para favorecer la comunicación con su interlocutor y acortar distancias.

Cabe añadir que las situaciones que conforman el cuestionario no han suscitado dudas ni incompreensión entre los informantes. Por ello, nos parece que son significativas para los dos grupos de informantes y han sido adaptadas de forma adecuada al sistema sociocultural español y al chino en sus respectivas versiones.

b. ¿Qué estrategia utilizan los informantes con más frecuencia?

Tal y como consta en el punto 5.2. del capítulo 3, tanto los informantes españoles como los chinos prefieren el agradecimiento (23,8% y 26,8%, respectivamente) en primer lugar. Los españoles optan por dar explicaciones en segundo lugar (16,3%), mientras que los chinos se decantan por devolver el cumplido (11,8%). Pese a ello, encontramos bastantes puntos en común entre los dos grupos.

c. ¿Hay estrategias únicas en cada corpus?

Antes de presentar las estrategias únicas en cada corpus, cabe remarcar que no podemos extrapolar los resultados de esta investigación a otros contextos o situaciones y haría falta profundizar más en el estudio de esta cuestión. Es posible que en otros estudios se registren variaciones y los resultados no coincidan con los nuestros. Por ello, no queremos dejar de señalar que las afirmaciones que hacemos en este apartado se limitan únicamente a nuestro estudio.

Centrándonos en las estrategias únicas, tal y como mencionamos en el punto 1 del capítulo 3, en primer lugar, en el corpus español, destacan mostrar acuerdo – Tipo 2 dentro de la categoría aceptación y elevar el cumplido dentro de la categoría

elaboración positiva. La primera estrategia sirve para elevar el elogio desde el punto de vista del hablante, que además de aceptar el cumplido, hace un comentario para reforzar el contenido de dicho cumplido, por lo que puede llegar a resultar prepotente o falto de modestia para el interlocutor. En cambio, en el segundo caso, el interlocutor recibe el cumplido reforzado por parte del hablante, con el objetivo de acortar la distancia y crear un ambiente ameno y agradable.

Si nos fijamos en las situaciones en las que se registra la estrategia mostrar acuerdo – Tipo 2, vemos que no se ha registrado cuando el referente es la personalidad y, sobre todo, aparece en situaciones donde la posición social entre los interlocutores es la misma. Esto podría significar que el informante conoce el riesgo que entraña usar esta estrategia, puesto que la usa en menor medida cuando la posición social es desigual o cuando el tema le atañe de una forma directa e íntima, lo que podría generar algún tipo de conflicto personal o malestar. Los informantes que utilizaron esta estrategia explicaron posteriormente que la utilizaron porque se sentían cómodos y seguros de no ofender a su interlocutor⁵³. Ya mencionamos en el punto 4.2. del capítulo 1 que entre los hablantes de español peninsular es frecuente construir relaciones basadas en la solidaridad. La estrategia elevar el cumplido constituye un ejemplo de esta tendencia. En nuestro corpus, aparece en S2 y S6, situaciones en las que también hay igualdad entre el interlocutor y el informante.

Por su parte, en el corpus chino, se ha registrado una estrategia dentro de la categoría desvío que no consta en el corpus español: pedir consejo o ayuda. La situación en la que aparece, S12, se caracteriza por ser una de las situaciones de nuestro cuestionario en las que el informante se sitúa en una posición social inferior. Este hecho revela que, para los informantes chinos, la autoridad es un factor clave, sobre todo, cuando nos encontramos en el contexto laboral. Como nos han aclarado informantes que eligieron esta estrategia, en el contexto sociocultural chino pedir consejo a una persona que se sitúa en una posición superior es un gesto de modestia y demuestra respeto y admiración hacia la persona que ostenta la autoridad (en el caso de la situación 12, un director de departamento).

Al mismo tiempo, dado que es una estrategia propia del desvío, los informantes evitan autoalabarse, lo que refuerza el deseo de ser humilde. Nos gustaría señalar que esta estrategia también se ha registrado en investigaciones referidas a los cumplidos en coreano Choi (2008) y en japonés (Lázaro, 2012), por lo que resultaría interesante analizar la posible relación entre dicha estrategia y las comunidades de habla china, coreana y japonesa.

d. ¿Los informantes españoles y los chinos emplean estrategias parecidas para responder a los cumplidos sobre apariencia, posesión, habilidad y personalidad?

Respecto a las estrategias más utilizadas, encontramos bastantes puntos y común entre los informantes de ambos corpus, como la preferencia por agradecer el cumplido. No obstante, como queda expuesto en el punto 4.4. del capítulo 3, la distribución de las estrategias según el referente varía.

e. ¿De qué forma influye el poder social, la distancia social y el sexo en las respuestas a los cumplidos entre los informantes españoles y los chinos?

⁵³ Consultamos a los informantes que habían utilizado estrategias únicas en cada corpus vía email para averiguar por qué habían recurrido a dichas estrategias y analizar el impacto de las variables con más profundidad.

Dado que la extensión de nuestro estudio y las muestras que hemos recogido son limitadas, no nos es posible desarrollar un análisis estadístico de tipo correlacional; por ello, no podemos valorar el alcance de las variables con el grado de detalle óptimo. Pese a todo, las distribuciones que pueden consultarse en el capítulo 3 revelan algunas diferencias entre los informantes españoles y los chinos.

Ambos grupos de informantes muestran una clara preferencia por agradecer el cumplido en casi todas las situaciones. Asimismo, tanto en el corpus español como en el chino, los informantes tienden a utilizar esta estrategia en mayor medida cuando la posición social es inferior, ya sea la distancia social reducida o grande. Este hecho podría significar que tanto los informantes españoles como los chinos están familiarizados con el cumplido como acto rutinario, puesto que demostrar aprecio por los demás es un comportamiento bastante habitual en las dos culturas. Por otra parte, el agradecimiento suele combinarse con dar explicaciones. Mientras que en el corpus español esta estrategia predomina cuando los interlocutores tienen la misma posición social y el cumplido lo reciben de un hombre, en el corpus chino aparece sobre todo cuando la posición social es inferior y el cumplido lo reciben de una mujer. En cambio, cuando reciben el cumplido de un hombre, los informantes chinos tienden a utilizar la estrategia ofrecer sobre dar explicaciones, especialmente cuando la distancia social es grande. Estas diferencias muestran que pese a encontrar puntos en común en cuanto a la preferencia por unas estrategias u otras entre los dos grupos de informantes, el poder social, la distancia social y el sexo influyen de forma diferente en cada corpus.

En relación a la estrategia devolver el cumplido, que se ha registrado sobre todo en el corpus chino, donde ocupa la segunda posición tras agradecimiento, comprobamos que se utiliza más cuando la distancia social es reducida y la posición social es la misma o superior. Quizá la razón por la que esta estrategia no es tan relevante para los informantes españoles sea su tendencia a aceptar el cumplido sin necesidad de “retribuir” a su interlocutor.

Algunas estrategias que se utilizan más cuando la posición social es inferior y la distancia social es grande en el corpus español son reasignar y mostrar reconocimiento, mientras que en el corpus chino tienden a usarse cuando la posición social es la misma. Estas dos estrategias sirven principalmente para ser considerados, ya sea con el interlocutor en el caso de mostrar reconocimiento, o con un tercero cuando se recurre a la reasignación. Es probable que para los españoles este tipo de respuestas, dentro de las categorías elaboración negativa y desvío, respectivamente, se consideren una formalidad social, razón por la que se utilizaría más en situaciones donde no hay igualdad social. En cambio, los informantes chinos estarían más familiarizados con el uso de estas respuestas entre iguales, en parte debido al deseo de expresar un elogio sincero, sin dejar de ser humildes.

Una de las estrategias que estaría más influida por el grado de familiaridad es rebajarse. Los informantes tienden a utilizarla cuando la distancia social es reducida y por lo tanto la cercanía es mayor. Lo mismo ocurre con alentar y con hacer bromas, dentro de la categoría desvío. En cambio, hacer preguntas es una estrategia que predomina en situaciones en las que la distancia social es grande.

En cuanto a flirtear, en el corpus español solo se ha registrado en situaciones en la distancia social es grande, la posición social es la misma, el informante es un hombre y recibe el cumplido de una mujer. En cambio, aunque en el corpus chino también aparece en estas condiciones, se ha registrado en menor medida en situaciones en las que la distancia social es reducida, el informante es una mujer y el cumplido proviene de un hombre. Mientras que en España, flirtear tiene una fuerte connotación amorosa o sexual, en China suele percibirse como un acto cariñoso y

cotidiano. Quizá esta sea la razón por la que las mujeres chinas en nuestro estudio utilizan el flirteo entre iguales cuando su interlocutor es un varón, mientras que, en el corpus español, son los hombres los que recurren a esta microestrategia, quizá con intención de ligar. No obstante, habría que profundizar más en el análisis de esta respuesta antes de hacer conclusiones precipitadas.

La negación es más frecuente cuando la posición social es la misma, si bien, en el corpus español se ha registrado en situaciones en las que la distancia social es reducida y el informante recibe el cumplido de una mujer, mientras que en el corpus chino predomina en casos en los que la distancia social es grande, tanto si el cumplido lo realiza un hombre como una mujer. Es probable que en el corpus español las mujeres se preocupen más por satisfacer los deseos de su interlocutor (Holmes, 1995:6) y haya mayor influencia del género sobre esta microestrategia que en el corpus chino, donde la negación es un mecanismo de respuesta enraizado en la cultura china (Chen y Rau, 2011: 920).

Si nos fijamos en elevar el cumplido, una de las estrategias exclusivas del corpus español en nuestro estudio, destaca su uso en situaciones en las que la posición social entre los interlocutores es la misma, la distancia social es reducida y el cumplido proviene de una mujer.

Por su parte, la estrategia exclusiva del corpus chino en este estudio, pedir consejo, se utiliza cuando la distancia social es grande, la autoridad recae sobre el interlocutor y el elogio proviene de un hombre. Estas variables contextuales afectan de la misma a la estrategia comprometerse, si bien, también se ha registrado en el corpus español en menor medida. Creemos que ambas estrategias están relacionadas con el nivel de jerarquía. Puesto que en la cultura china la autoridad es un elemento clave que ha de ser respetado, no es de extrañar que pedir consejo y comprometerse sean más relevantes que en el contexto sociocultural español, donde la igualdad y la confianza son deseables en las relaciones interpersonales y la capacidad de autonomía no se percibe de forma negativa.

2. Comparación con los resultados obtenidos en otras investigaciones

a) Respuestas simples y compuestas

Los informantes españoles prefieren usar respuestas compuestas en el presente estudio. En lo que concierne al corpus español, estos resultados no coinciden con las investigaciones de de Choi (2008), de Ramajo (2010, 2012) y de Lázaro (2015), en las que los informantes españoles muestran preferencia por las respuestas simples: 58% en Choi (2008), 78,9% en Ramajo (2010), 74% en Ramajo (2012) y 78,33% en Lázaro (2015). No obstante, nuestros resultados coinciden con la investigación de Lázaro (2012), en el que las respuestas compuestas predominan con un 33,3% frente a las simples (66,7%). La preferencia por las respuestas compuestas podría estar relacionada con el deseo de reforzar la confianza con el interlocutor, puesto que en la cultura española una persona que se limita a dar una respuesta simple cuando recibe un cumplido puede resultar tosca y antipática.

	Choi (2008)	Ramajo (2010)	Ramajo (2012)	Lázaro (2012)	Lázaro (2015)	Estudio actual
R. Simples	58%	78,9%	74%	33,3%	78,33%	48,8%
R. Compuestas	42%	21,1%	26%	66,7%	21,67%	51,2%

Tabla 36. Comparación de los resultados de investigaciones anteriores en el ámbito del español peninsular con el estudio actual respecto a las respuestas simples y complejas.

En cambio, los informantes chinos tienden a utilizar más respuestas simples. Dado que en la cultura china el cumplido se percibe como un acto sincero (Yu, 2005), a no ser que el receptor lo considere necesario, una respuesta simple basta para demostrar aprecio. A menudo, elaborar la respuesta demasiado puede parecer artificial. Por último, cabe indicar que no nos es posible aportar datos referidos al corpus chino porque los estudios precedentes no analizan este rasgo.

b) Estrategias preferidas

Las macroestrategias más utilizadas en nuestro estudio dentro del corpus español son la elaboración positiva (39,9%) y la aceptación (37,8%). En lo concerniente al corpus español, si comparamos estos resultados con las investigaciones de Ramajo (2010, 2012), la estrategia más utilizada es la aceptación (63,2% y 69%, respectivamente)⁵⁴. Lo mismo ocurre con el estudio de Choi (2008), en el que la aceptación ocupa la primera posición con un 43,7% de los datos porcentuales, seguida de la elaboración positiva (32,9%). En las investigaciones de Siebold (2006) y Lázaro (2014), una vez más, la aceptación destaca sobre las otras macroestrategias (82% y 41,67%, respectivamente). En cambio, los resultados de nuestro estudio coinciden con los de Lázaro (2012), donde la elaboración positiva es la macroestrategia preferida con un 44,4% de los datos y la aceptación ocupa el segundo puesto con un 33,3%.

	Siebold (2006)	Choi (2008)	Ramajo (2010)	Ramajo (2012)	Lázaro (2012)	Lázaro (2014)	Estudio actual
Aceptación	82%	43,7%	63,2%	69%	33,3%	41,67%	37,8%
E. Positiva	0%	32,2%	NC	NC	44,4%	NC	39,9%
Desvío	14%	5,3%	0%	0%	10,9%	10%	11%

Tabla 37. Comparación de los resultados de investigaciones anteriores sobre el cumplido en español peninsular con el estudio actual respecto a las macroestrategias más frecuentes.

Por otra parte, las microestrategias más usadas por los españoles en nuestro estudio son el agradecimiento (23,8%) y dar explicaciones (16,3%). En cambio, en las investigaciones de Ramajo (2010, 2012) y de Lázaro (2014), la microestrategia más utilizada es dar explicaciones (75,4% y 15%, respectivamente). Los resultados de nuestro estudio coinciden con los de la investigación realizada por Choi (2008), en la que el agradecimiento es la estrategia preferida con un 37,8%, seguida de dar explicaciones con un 22,3%. Asimismo, Siebold (2006) también obtuvo resultados similares: agradecer (51%) se sitúa por encima de dar explicaciones (46%), si bien, mostrar acuerdo ocupa el segundo lugar con un 49% de los datos. Otro estudio cuyos resultados coinciden con el nuestro es el de Lázaro (2012), donde el

⁵⁴ Ramajo (2010, 2012) y Lázaro (2014) no contemplan en sus investigaciones la categoría elaboración positiva, razón por la que señalamos en las tablas que No Consta (=NC).

agradecimiento ocupa el primer lugar con un 29,3% y dar explicaciones, el segundo con un 28,2%.

	Siebold (2006)	Choi (2008)	Ramajo (2010)	Ramajo (2012)	Lázaro (2012)	Lázaro (2014)	Estudio actual
Agradecimiento	51%	37,8%	NC	0%	29,3%	5%	23,8%
Explicaciones	46%	22,3%	75,4%	73%	28,2%	15%	16,3%
Acuerdo	49%	5,9%	NC	NC	4%	13,33%	11,1%

Tabla 38. Comparación de los resultados de investigaciones anteriores sobre el cumplido en español peninsular con el estudio actual respecto a algunas microestrategias.

En cuanto al corpus chino, las macroestrategias preferidas son la elaboración positiva (36,8%) y la aceptación (32,7%). En comparación a los estudios previos que hemos consultado sobre el acto de habla del cumplido en chino, encontramos algunas diferencias. En la investigación de Chen (1993), el rechazo fue la macroestrategia preferida (95,7%), quedando la aceptación en último lugar (1%). Por otra parte, en los trabajos de Chen Y. y Rau (2011) y de Yuan (2002), la aceptación es la categoría más utilizada (62,6% y 50,2%, respectivamente). El desvío tiene gran relevancia en el estudio de Yu (2005), donde ocupa el primer lugar con un 63% de los datos. En cambio, en nuestro corpus se sitúa en cuarta posición con un 12,5%. Ninguno de estos autores considera la macroestrategia elaboración positiva como tal.

	Chen (1993)	Yuan (2002)	Yu (2005)	Chen y Rau (2011)	Estudio actual
Aceptación	1%	50,2%	48,8%	62,6%	32,7%
E. Positiva	NC	NC	NC	NC	36,8%
Desvío	3,41%	20,7%	63%	28,2%	12,5%
Rechazo	95,7%	28,9%	24%	9,13%	4%

Tabla 39. Comparación de los resultados de investigaciones anteriores sobre el cumplido en chino con el estudio actual respecto a las macroestrategias más frecuentes.

Las microestrategias preferidas por los informantes chinos son agradecer (26,8%) y devolver el cumplido (11,8%). En cambio, en la investigación de Chen (1993) la categoría más usada es expresar vergüenza (26,2%). Expresar vergüenza o sorpresa tan solo aparece en un 0,5% en nuestro corpus, siendo poco relevante. El estudio de Chen Y. y Rau (2011) presenta características similares a nuestro estudio. Cabe destacar que las estrategias preferidas por los informantes en esta investigación son agradecer (12,2%) y devolver el cumplido (7,1%), resultados que coinciden con los nuestros. Por último, en la investigación de Yuan (2002), la estrategia más utilizada es devolver el cumplido (7,48%).

	Chen (1993)	Yuan (2002)	Chen y Rau (2011)	Estudio actual
Agradecer	1%	1%	12,2%	26,8%
Devolver el cumplido	0%	7,48%	7,1%	11,8%
Expresar vergüenza	26,2%	-	1,5%	0,5%

Tabla 40. Comparación de los resultados de investigaciones anteriores sobre el cumplido en chino con el estudio actual respecto a algunas microestrategias.

CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES

En este capítulo presentaremos las conclusiones de nuestra investigación, destacando los puntos más importantes, las limitaciones y futuras líneas de investigación.

Somos conscientes de que los resultados que hemos obtenido no pueden extrapolarse a toda la comunidad de estudiantes universitarios españoles y chinos debido a las características del presente estudio. No obstante, pretendemos que este trabajo sienta las bases para realizar investigaciones comparativas de carácter intercultural entre hispanohablantes y sinohablantes en el futuro y que los corpus que hemos elaborado constituyan una pequeña aportación al estudio del acto de habla del cumplido.

1. Respuesta al acto de habla del cumplido

Tal y como se ha expuesto en nuestra investigación, existen numerosas estrategias para responder al acto de habla del cumplido que pueden agruparse de diversas formas. Pese a haber comparado dos comunidades lingüísticas muy diferentes, hemos encontrado bastantes puntos en común entre los informantes españoles y los chinos en relación al fenómeno de responder a los cumplidos.

Primero, parece que tanto para los españoles como para los sinohablantes hay ciertas pautas que guían la selección de una respuesta a un cumplido determinado. Así, en la mayoría de los casos, los hablantes aceptan el cumplido, bien sea mediante el agradecimiento, mediante señales de aprobación o comentarios positivos. No obstante, los informantes sinohablantes también recurren a rechazar el cumplido en algunas ocasiones, comportamiento que revela el importante papel de la modestia y los modales en el contexto sociocultural chino.

Segundo, los informantes españoles tienden a usar respuestas compuestas mientras que los informantes chinos prefieren las respuestas simples.

En cuanto a las características del corpus chino, las respuestas de los informantes chinos evidencian rasgos propios de la cortesía verbal china. Estrategias como pedir consejo a su interlocutor o comprometerse a trabajar duro por el bien común constituyen una muestra de respeto hacia los demás. Asimismo, son estrategias que pertenecen a la categoría desvío, lo que permite desviar el foco de la conversación y mostrarse humilde para crear buena impresión en su interlocutor y aumentar su reputación. Por tanto, el hablante conoce su lugar en la sociedad y actúa en función del mismo a todos los niveles, incluido el lingüístico.

Por su parte, en cuanto al corpus español, tal y como señalan Bravo (1999), Hernández (2002), Choi (2008) y Lázaro (2012), parece existir cierta relación entre el concepto de confianza y las respuestas a los cumplidos. Así, la aceptación, la elaboración positiva y la elaboración neutral se utilizan sobre todo cuando la distancia social entre el informante y el interlocutor es grande y apenas hay familiaridad, siendo las dos primeras las categorías de respuesta más esperadas en el contexto sociocultural español. Por otra parte, la habilidad y la apariencia son los temas más recurrentes, mientras que la personalidad, un aspecto mucho más íntimo, ocupa el último lugar según los resultados de nuestro estudio. Estos resultados revelan que incluso en situaciones en las que el grado de familiaridad entre los interlocutores es bajo, los españoles intentan reforzar la relación basándola en la confianza. No obstante, en determinadas situaciones no se considera adecuado y

puede llegar a generar reacciones negativas, como sería el caso de un empleado que elogia de forma desmedida a su jefe, lo que se interpretaría como un acto interesado.

En definitiva, aunque hay diversas estrategias que sirven para responder al acto de habla del cumplido y en dos comunidades lingüísticas diferentes pueden encontrarse estrategias exactamente iguales, la motivación que guía al hablante puede variar en función de aspectos propios del sistema sociocultural al que pertenece.

2. Limitaciones del estudio

Existen varias limitaciones que afectan a nuestra investigación. Por una parte, el método de recopilación de datos que hemos escogido, el DCT, presenta ciertas desventajas respecto al método etnográfico, que quizá hubiera sido más conveniente utilizar en este estudio, puesto que hemos encontrado dificultades durante la fase de recopilación de las estrategias y no nos ha sido posible atender a fenómenos lingüísticos tan importantes como la entonación o las pausas, los cuales pueden ser muy significativos y entrañan información de gran interés.

En segundo lugar, dado que las muestras de habla que hemos recopilado son limitadas y los resultados no pueden extrapolarse, esta investigación no tiene validez externa.

Por otra parte, la falta de coherencia a la hora de clasificar la tipología de respuestas al cumplido nos ha impedido establecer algunas comparaciones entre los resultados obtenidos en este estudio y los de investigaciones previas. Por ejemplo, la categoría elaboración positiva está presente en algunos estudios que hemos considerado dentro del ámbito del español peninsular: Siebold (2006), Choi (2008), Lázaro (2012). Sin embargo, no consta en las investigaciones sobre el cumplido en chino a las que hemos tenido acceso: Chen (1993), Yuan (2002), Yu (2005), Chen y Rau (2011); por esta razón, pese a que es una categoría relevante en nuestro corpus chino, no nos ha sido posible compararla con otros estudios. Consideramos que unificar la tipología de respuestas al cumplido contemplando las características de diferentes comunidades de habla sería de gran ayuda para futuras investigaciones.

Por último, aunque hemos diseñado nuestro cuestionario siguiendo a Choi (2008) y a Lázaro (2012), la distribución de las variables en las situaciones no es homogénea, por lo que no nos ha sido posible hacer un análisis estadístico correlacional y la naturaleza de nuestro estudio es únicamente exploratoria. Este aspecto nos ha afectado especialmente a la hora de analizar la variable posición social, donde la clasificación de las situaciones no está equilibrada y solo hay una situación en la que el interlocutor ocupa una posición social superior. Del mismo modo, no nos ha sido posible comparar algunos datos, como por ejemplo las mujeres de edad superior con posición social superior y distancia social inferior, ya que solo hemos incluido situaciones con varones que poseen estas características.

3. Futuras líneas de investigación

Esperamos que nuestra investigación sienta las bases para futuros estudios sobre las respuestas de aprendientes sinohablantes de español al acto de habla del cumplido, especialmente en lo relativo al desarrollo de la competencia pragmática e intercultural mediante el estudio de posibles errores pragmáticos o fenómenos de transferencia.

Para suplir las carencias de este estudio, nos gustaría destacar la conveniencia de recopilar más muestras de lengua e incorporar el método etnográfico a la

investigación para no estar condicionados por las limitaciones del DCT que ya hemos señalado.

Asimismo, coincidimos con Lázaro (2012) en reivindicar la necesidad de instruir a los aprendientes de ELE sobre el cumplido desde una perspectiva pragmática. Una propuesta que sin duda contribuiría a alcanzar este objetivo sería diseñar una intervención didáctica que se ajuste a las necesidades de los aprendientes a los que deseamos enseñar cómo interpretar un cumplido y qué estrategias serían las más eficaces y naturales en el contexto sociocultural español.

Aunque tanto las respuestas de los informantes españoles como las de los informantes chinos son bastante directas, su formulación varía en función de los valores socioculturales, por lo que sería necesario proporcionar una instrucción explícita de la cortesía española a los aprendientes sinohablantes de español.

La tendencia de los informantes chinos a utilizar la aceptación para responder a un cumplido sugiere un cambio respecto a la teoría de Chen (1993), por lo que sería interesante estudiar en qué medida el uso de los cumplidos ha cambiado en las últimas décadas y rastrear la posible influencia de la cultura anglosajona.

Por otra parte, los corpus que hemos elaborado pueden servir para realizar futuras investigaciones en el ámbito de la lingüística contrastiva, tanto en lo que respecta al español peninsular como al chino estándar. Además, sería interesante estudiar similitudes y diferencias con hablantes de español americano o hablantes chino en Taiwán o en Hong Kong.

Del mismo modo, puesto que ya existen estudios sobre las respuestas al acto de habla del cumplido en coreano (Choi, 2008) y en japonés (Lázaro, 2012), en futuros trabajos podrían analizarse las variaciones entre el chino y dichas lenguas de gran relevancia en Asia Oriental.

Por último, nos gustaría subrayar la necesidad de ampliar los estudios sobre el cumplido a nuevas culturas y de analizarlo desde diversas perspectivas para así poder revelar nuevos aspectos y características de este complejo fenómeno.

BIBLIOGRAFÍA

- Austin, J. L. (1962). *How to do things with words*. Oxford/Nueva York: Oxford University Press.
- Albelda, M. (2005). El refuerzo de la imagen social en conversaciones coloquiales en español peninsular. La intensificación como categoría pragmática en Bravo, D. (Ed.): *Estudios de la (des)cortesía en español. Categorías conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos*. Estocolmo/Buenos Aires: Dunken, pp. 93-118.
- Bardovi-Harlig, K. et al. (1993). Refining the DCT: Comparing open questionnaires and dialogue completion tests. *Pragmatics and Language Learning. Monograph 4*. Urbana: University of Illinois.
- Barros, M. (2011). Cumplidos y ofrecimientos: actividades de cortesía valorizadora en la conversación coloquial española. Tesis doctoral, Universidad de Granada.
- Bernal, M. (2007). *Categorización sociopragmática de la cortesía y de la descortesía. Un estudio de la conversación coloquial española*. Estocolmo: Universidad de Estocolmo.
- Blommaert, J. (1998). *Debating Diversity: Analyzing the Discourse of Tolerance*. London: Routledge.
- Blum-Kulka, S. y Olshtain, E. (1984). Requests and Apologies: A Cross-Cultural Study of Speech Act Realization Patterns (CCSARP). *Applied linguistics*, 5 (3), pp. 196-213.
- Blum-Kulka, S., House, J. y Kasper, G. (1989). *Cross-cultural pragmatics: requests and apologies*. Norwood, NJ: Ablex.
- Bravo, D. (1999). ¿Imagen positiva vs. Imagen negativa?: Pragmática social y componentes del face. *Oralia*, 2, pp. 155-184.
- Bravo, D. y Briz, A. (2004). *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*. Barcelona: Ariel Lingüística.
- Briz, A. (2003). La estrategia atenuadora en la conversación cotidiana española en Bravo, D. (Ed.): *Actas del Primer Coloquio EDICE. La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes*. Universidad de Estocolmo, pp. 17-46.
- Briz, A. (2005). Eficacia, imagen social e imagen de cortesía. Naturaleza de la estrategia atenuadora en la conversación cotidiana española en Bravo, D. (Ed.): *Estudios de la (des)cortesía en español. Categorías conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos*. Estocolmo/Buenos Aires: Dunken, pp. 53-91.

- Briz, A. (2007). Límites para el análisis de la conversación: órdenes y unidades: turno, intervención y diálogo. *Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana*, vol. V, 1 (9), pp. 23-37.
- Brown, P. y Levinson, S. (1978). *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bustos, J. (2007). Cumplidos. *Clac Círculo*, 31, 3-12.
<<http://ucm.es/info/circulo/no31/bustos.pdf>> [Fecha de consulta: 8 de mayo de 2016]
- Carrasco, A. (1999). Revisión y evaluación del modelo de cortesía de Brown y Levinson. *Pragmalingüística*, (7), p. 1-44.
- Chen-Hsin, Tang *et al.* (2009). A contrastive study of compliment responses among Australian English and Mandarin Chinese speakers. *Journal of Pragmatics*, (41), pp. 325-345.
- Chen, R. (1993). Responding to compliments: A contrastive study of politeness strategies between American English and Chinese speakers. *Journal of Pragmatics*, (20), pp. 49-75.
- Chen, R. (2010). Responding to Compliments in Chinese: Has it changed? *Journal of Pragmatics*, (42), pp. 1951-1963.
- Chen, S. (2003). Compliment Response Strategies in Mandarin Chinese: Politeness Phenomenon Revisited. *Concentric: Studies in English Literature and Linguistics*, 29 (2), pp. 157-184.
- Chen, Yuan-shan y Rau V. (2011). Investigating the Complimenting Behaviors of Chinese Speakers of American English. *Language and Linguistics*, (12), pp. 917-950.
- Cheng, D. (2011). New insights on compliment responses: A comparison between native English speakers and Chinese L2 speakers. *Journal of Pragmatics*, vol. 43 (8), pp. 2204-2214.
- Chiang, B. y Pochtrager F. (1993). A pilot study of compliment responses of American-born English speakers and Chinese-born English speakers. *ERIC Document Reproduction Service*, No. ED 347 803, pp. 1-30, apud Choi, H. J., (2008): *Pragmática intercultural: el acto de habla del cumplido en las culturas española y coreana*. Tesis Doctoral (PhD). Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Filología.
- Choi, H. J. (2008). *Pragmática intercultural: el acto de habla del cumplido en las culturas española y coreana*. Tesis Doctoral (PhD). Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Filología.
- Davis, K. y Henze, R. (1998). Applying ethnographic perspectives to issues in cross-cultural pragmatics. *Journal of Pragmatics*, 30, pp. 399-419.

- De Pablos-Ortega, C. (2005). La enseñanza de aspectos sociopragmáticos en el aula de ELE. *La Competencia Pragmática o la Enseñanza del Español como Lengua Extranjera*, pp. 515-519.
- Escandell, M. V. (1995). Cortesía, fórmulas convencionales y estrategias indirectas. *Revista Española de Lingüística*, (25), pp. 31-66.
- Escandell, M. V. (1996). *Introducción a la pragmática*. Barcelona: Ariel Lingüística.
- Escandell, M. V. (1998). Cortesía y relevancia en *La pragmática lingüística del español: Recientes desarrollos (Diálogos Hispánicos, 22)*. Amsterdam: Rodopi.
- Fairclough, N. (1989). *Language and Power*. London: Longman.
- Ferrer, M. y Sánchez, C. (2002). Interacción verbal. Los actos de habla. *Estudios filológicos* (40), pp. 197-198. Rosario: Universidad Nacional de Rosario.
- Flores, E. (2014). Respuestas a cumplidos en el español de Puebla en Flores Treviño, M.E. & Infante Bonfiglio, J. M. (Eds). *La (des) cortesía en el discurso: Perspectivas interdisciplinarias (imagen, actos de habla y atenuación)*, pp.235-266. Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Fraser, B. (1990). Perspectives on politeness. *Journal of Pragmatics*, (14), pp. 219-236.
- Goddard, C. (1998). *Semantic Analysis*, Oxford: Oxford University Press.
- Goffman, E. (1956). *The presentation of self in everyday life*. Edimburgo: Universidad de Edimburgo.
- Golato, A. (2003). Studying compliment responses: A comparison of DCTs and recordings of naturally occurring talk. *Applied linguistics*, 24 (1), pp. 90-121.
- González, P. (2006). El español en China. *El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 2006-2007*, pp. 133-142.
- Gu, Y. (1990). Politeness phenomena in modern Chinese. *Journal of Pragmatics*, (2), pp. 237-257.
- Grice, H. P. (1975). Logic and Conversation en *Studies in the Way of Words* (1989), pp. 22-40.
- Hammersley, M. y Atkinson, P. (1994). *Etnografía. Métodos de investigación*. Barcelona: Paidós.
- Havertake, H. (1994). *La cortesía verbal*. Madrid: Gredos.

- Herbert, R. K. (1989). The Ethnography of English compliments and compliment responses: A Contrastive sketch in W. Oleksy (Ed.), *Contrastive pragmatics* (pp. 3-36). Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Herbert, Robert K. (1990). Sex-based differences in compliment behavior. *Language in Society*, (19), pp. 201-224.
- Hernández, N. (2002). *La cortesía en la conversación española de familiares y amigos. La búsqueda de equilibrio entre la imagen del hablante y la imagen del destinatario*. Dinamarca: Universidad de Aalborg.
- Hernández, N. (2003). Cortesía y contextos socioculturales en la conversación de familiares y amigos en Bravo, D. (Ed.): *Actas del Primer Coloquio EDICE. La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes*. Universidad de Estocolmo, pp. 121-127.
- Herrera, H. et al. (2011). *Estadística aplicada a la investigación lingüística*. Madrid: Editorial EOS.
- Hinkel, E. (1999). *Culture in Second Language Teaching and Learning*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Holmes, J. (1988). Paying Compliments: A Sex-preferential Positive Politeness Strategy. *Journal of Pragmatics*, (12), pp. 445-465.
- Holmes, J. (1995). *Women, men and politeness*. London/New York: Longman.
- Hu, H. C. (1944). The Chinese concept of "face". *American Anthropologist*, 46 (1), pp. 45-64.
- Huang, W. (2014). La enseñanza del español en China en FIAPE. V Congreso Internacional: *¿Qué español enseñar y cómo? Variedades del español y su enseñanza*. Cuenca, 25-28/06-2014.
- Hsu, T. (2011). La traducción de las estrategias de cortesía en la correspondencia comercial en lengua china y lengua española. *SENDEBAR*, 22, pp. 43-71.
- Jia, X. (1997). *Intercultural Communication*. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press.
- Jinsheng, L. (2008). Distancia interlingüística: partida de reflexiones metodológicas del español en el contexto chino. *México y la cuenca del Pacífico*, 32 (11), pp. 45-56.
- Kasper, G. (2000). Data collection in pragmatics research. *Culturally speaking: Managing rapport through talk across cultures*. Londres: Continuum.
- Kasper, G. et al. (2005). Pragmatics in second language learning. *Handbook of Research in L2 Teaching and Learning*. Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum.

- Kerbrat-Orecchioni, C. (2004). ¿Es universal la cortesía? En: D. Bravo y A. Briz (eds.), *Pragmática sociocultural: Estudios sobre el discurso de cortesía en español*, versión española de Silvia Kaul de Marlangeon. Barcelona: Ariel, pp. 39-53.
- Kong, K. (1998). Politeness of service encounters in Hong Kong. *Pragmatics*, 8, pp. 555-576.
- Kroeber, A. L. y Clyde, C. (1952). *Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions*. Nueva York: Vintage Books.
- Lázaro, H. (2012). *Pragmática intercultural: El análisis de las respuestas del acto de habla del cumplido en estudiantes universitarios españoles y japoneses*. Trabajo de Fin de Máster, Universidad Antonio de Nebrija.
- Lázaro, H. (2014). *Las estrategias de respuesta al acto de habla del cumplido sobre apariencia y posesión en español peninsular y su tratamiento en los manuales de ELE: Estudio sociopragmático*. Tesis Doctoral (PhD), Universidad Antonio de Nebrija, Facultad de las Artes y de las Letras.
- Lakoff, R. (1973). The logic of politeness; or, minding your p's and q's. *Proceedings of the Ninth Regional Meeting of the Chicago Linguistic Society*, pp.345-356.
- Lakoff, R. (1975). Language and woman's place. *Language in Society*, 2 (1), pp.45-80. En línea en: <
http://web.stanford.edu/class/linguist156/Lakoff_1973.pdf> [Fecha de consulta: 10 de febrero de 2016].
- Lakoff, R. (1977). What you can do with words: Politeness, pragmatics and performatives, ed. de R. Rogers, R. Wall y J. Murphy en *Proceedings of the Texas Conference on Performatives, Presuppositions and Implicatures*. Arlington, Va.: Center for Applied Linguistics, pp.79-106.
- Labov, W. (1972). *Sociolinguistic Patterns*. Oxford: Blackwell.
- Leech, G. (1983). *Principles of pragmatics*. London: Longman.
- Locher, M. (2004). *Power and Politeness in Action. Disagreements in Oral Communication*. Berlin/Nueva York: Mouton de Gruyter.
- Locher, M. (2006). Polite behaviour within relational work: the discursive approach to politeness. *Multilingua*, 25 (3), pp. 249-267.
- Locher, M. y Watts, R. (2005). Politeness theory and relational work. *Journal of Politeness Research*, 1 (1): 9-34.
- Lorenzo-Dus, N. (2001). Compliment responses among British and Spanish university students: A contrastive study. *Journal of Pragmatics*, 33 (1), pp. 107-127.

- Maíz-Arévalo, C. y García-Gómez, A. (2013). 'You look terrific!' Social evaluation and relationships in online compliments. *Discourse Studies*, 15 (6), pp. 735-760.
- Manes, J. y Wolfson, N. (1981). The compliment formula. *Conversational routine* (pp. 115-132.). The Hague: Mouton.
- Manes, J. (1983). Compliments: a mirror of cultural values. En: Wolfson, N. y Judd, E. (eds.), *Sociolinguistics and language acquisition*, pp. 96-102.
- Mao, L.R. (1994). Beyond politeness theory: 'Face' revisited and renewed. *Journal of pragmatics*, 21(5), pp. 451-486.
- Mills, Sara (2003). *Gender and Politeness*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Miquel, L. (2004). Lengua y cultura desde una perspectiva pragmática: algunos ejemplos aplicados al español. *Redele*.
- Ng, Patrick et al. (2004). Responding to Compliments: British and Chinese Evaluative Judgements. *Culturally Speaking. Managing Rapport through Talk across Cultures*. Londres: Continuum, pp. 98-120.
- Oliveras, A. (2000). *Hacia la competencia intercultural en el aprendizaje de una lengua extranjera. Estudio del choque cultural y los malentendidos*. Madrid: Edinumen.
- Pomerantz, A. (1978). Compliment responses: Notes on the co-operation of multiple constraints, ed. de Jim Schenkein en *Studies in the Organization of Conversational Interaction*. Nueva York: Academic, pp. 79-112.
- Ramajo, A. (2010). *Las respuestas a los cumplidos en español peninsular y en dialecto libanés. Análisis exploratorio para el estudio de la cortesía en ELE por estudiantes libaneses*. Diploma de estudios avanzados (DEA), Universidad Antonio de Nebrija.
- Ramajo, A. (2011). La utilización del método etnográfico en el estudio de un acto de habla. Las respuestas a cumplidos en dialecto libanés y español peninsular. *Revista Nebrija de Lingüística aplicada a la enseñanza de Lenguas*, 10, 1-26.
- Ramajo, A. (2012). *Análisis de la pragmática de la interlengua en estudiantes libaneses de ELE. La secuencia del cumplido en español peninsular y en dialecto libanés*. Tesis Doctoral (PhD), Universidad Antonio de Nebrija, Facultad de las Artes y de las Letras.
- Sanz, G. (2012). Cuatro décadas en la historia de España y China desde la educación. *Tinta China*, vol. 7, pp. 4-6.
- Seasle, J. R. (1969). *Speech Acts: An Essay on the Philosophy of Language*. London: Cambridge University Press.

- Siebold, K. (2006). So schön ich den garnicht: la cortesía verbal y las respuestas a los cumplidos en español y alemán en Bravo, A. et al. (eds.) (2008). *Cortesía y conversación: de lo escrito a lo oral*. Actas del III Coloquio Internacional del Programa EDICE. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia, pp. 318-342.
- Siebold, K. (2008). *Actos de habla y cortesía verbal en español y alemán. Estudio pragmatolingüístico e intercultural*. Berlin: Frankfurt am Main.
- Spencer-Oatey, H. y Ng. P. (2002). Reconsidering Chinese modesty: Hong Kong and mainland Chinese evaluative judgements of compliment responses. *Journal of Asian Pacific Communication*, vol. 11 (2), pp. 181-201.
- Sperber, D. and D. Wilson (1986). *Relevance. Communication and Cognition*. Oxford: Blackwell.
- Taavitsainen, I. y Jucker, A. (2008). "Me thinks you seem more beautiful than ever": compliments and gender in the history of English. *Speech Acts in the History of English*. Amsterdam/Filadelfia: John Benjamins.
- Tremholm, S. (1995). *Thinking through Communication: An Introduction to the Study of Human Communication*. Boston: Ally and Bocon.
- Van Dijk, T. A. et al. (2000) *El discurso como interacción social*, vol. 2, Barcelona: Gedisa.
- Yang, M. (1945). *A Chinese village*. Nueva York: Columbia University Press.
- Ye, L. (1995). Complimenting in Mandarin Chinese. *Pragmatics of Chinese as Native and Target Language*, ed. de Gabriele Kasper, pp. 207-295. Honolulu: Second Language Teaching and Curriculum Center, University of Hawai'i en Mānoa.
- Yu, M. (2005). Sociolinguistic competence in the complimenting act of native Chinese and American English speakers: a mirror of cultural value. *Language and Speech*, 48 (1), pp. 91-119.
- Yuan, Y. (2002). Compliments and compliment responses in Kunming Chinese. *Pragmatics*, vol. 12 (2), pp. 183-226.
- Watts, R. (2003). Relevance and relational work: Linguistic politeness as politic behaviour. *Multilingua*, 8 (2/3), pp. 131-136.
- Watts, R. (2005) Linguistic politeness research: Quo vadis? en *Politeness in Language. Studies in its History, Theory and Practice*. Berlin/Nueva York: Mouton de Gruyter.
- Wierzbicka, A. (1991). *Cross-Cultural Pragmatics: the Semantics of Human Interaction*. Berlin/Nueva York: Mouton de Gruyter.

Wolfson, N. (1983). An empirically based analysis of complimenting in American English. *Sociolinguistics and language acquisition*, 466. Rowley, MA, Newbury House, pp. 82-95.

Wolfson, N. (1984). Pretty is as pretty does: A speech act view of sex roles. *Applied Linguistics*, 5, pp. 236-44.

Zhu, J. y Bao. Y. (2010). The Pragmatic Comparison of Chinese and Western "Politeness" in Cross-cultural Communication. *Journal of Language Teaching and Research*, 1 (6), pp. 848-851.

- **Otras fuentes bibliográficas:**

Centro virtual Cervantes (2016). En línea en:
<[http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/etnografia comunicacion.htm](http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/etnografia_comunicacion.htm)> [Fecha de consulta: 5 de mayo de 2016]

Centro virtual Cervantes (2016). En línea en:
<[http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/ analisisdiscurso.htm](http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/analisisdiscurso.htm)> [Fecha de consulta: 20 de agosto de 2016]

El español: una lengua viva. Informe 2012 (2012). En línea en:
< http://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_12/i_cervantes/p01.htm> [Fecha de consulta: 12 de mayo de 2016]

La enseñanza española seduce a China (15 de junio de 2016). En línea en: <
<http://marcaespana.es/actualidad/cultura/la-ensenanza-espanola-seduce-china>> [Fecha de consulta: 28 de junio de 2016]