

LAS RESPUESTAS A CUMPLIDOS COMO FENÓMENO LINGÜÍSTICO. ANÁLISIS CONTRASTIVO DE ESPAÑOL (L1) E INGLÉS (L2)

Anali Fernández Corbacho (Banská Bystrica)

1 Introducción

Las expresiones de cortesía como fenómeno lingüístico han sido objeto de numerosos estudios en las últimas décadas. Un acto de la lengua representativo de la cortesía son los cumplidos, objeto de este estudio, en el que se intentará demostrar que al usar una segunda lengua (L2) los hablantes no pueden evitar o quizás no son conscientes de ciertas influencias y a veces interferencias de la lengua y la cultura maternas (L1).

En este caso concreto, los informantes son trece estudiantes españoles cuya L2 es inglés. Han contestado dos cuestionarios en ambas lenguas; los resultados obtenidos muestran una clara influencia del español -L1- al responder a un cumplido en inglés -L2.

Este trabajo sigue el esquema del estudio sobre respuestas a cumplidos de Rong Chen “Responding to compliments”¹, además adopta su clasificación de las estrategias usadas por los hablantes, aunque se han introducido algunos cambios.

El presente trabajo es el resultado de una colaboración para un estudio llevado a cabo por el Prof. Dr. Rüdiger Zimmermann en la Facultad de Filosofía y Letras de la Philipps-Universität Marburg, Alemania.

2 Metodología

Los resultados se han obtenido a partir de dos cuestionarios, en inglés y en español. En el primero los informantes debían reaccionar ante una situación en la que alguien les hacía un cumplido, dando un máximo de cinco respuestas. En el segundo podían elegir una de las cinco respuestas que se daban a ese mismo cumplido². Respecto al idioma,

¹ Rong Chen, “Responding to compliments. A contrastive study of politeness strategies between American English and Chinese speakers”. *Journal of Pragmatics*, 1993, pp. 49–75.

² La clasificación de las estrategias usadas en las respuestas ha sido tomada de Chen, teniendo en cuenta la frecuencia con la que dichas estrategias aparecen.

se entregaron primero los cuestionarios en inglés para evitar posibles influencias de la lengua materna. En las respuestas que aparecen en el segundo cuestionario se ha tenido en cuenta tanto la lengua como la cultura, por este motivo dichas respuestas difieren en las dos lenguas³.

3 Resultados

3.1 Respuestas en español

Como se ha dicho anteriormente, el estudio parte de dos cuestionarios. Del primero, en el que a los informantes se les pedían un máximo de cinco respuestas, se han obtenido un total de 59. En el segundo cuestionario, en el que debían elegir una de las respuestas ofrecidas, hay un total de 13 respuestas.

Todas las respuestas se han analizado siguiendo la clasificación que hace Chen de las estrategias utilizadas en las respuestas a cumplidos.

Estrategia 1: Agradecer. La respuesta consiste únicamente en dar las gracias a quien hace el cumplido. Por ejemplo: “*Gracias*”, “*Thanks!*”

Estrategia 2: Expresar acuerdo (con el hablante). Algunas muestras de esta estrategia que apareció en varias respuestas son: “*Gracias, a mí también me gusta*”, “*Thank you, I like it too*”. Otro informante escribió: “*Es chula*” “*It is showy, isn’t it?*”.

Estrategia 3: Expresar alegría (porque al hablante le gusta el objeto del cumplido). Por ejemplo: “*Gracias, me alegro de que te guste*”, “*Thanks, I’m glad you like it*”.

Estrategia 4: Devolver el cumplido. La respuesta contiene otro cumplido sin necesidad de incluir las gracias. Se encontraron las siguientes repuestas: “*Gracias, la tuya también es genial!*”, “*Thank you, yours is also fantastic*” o “*Ah, a ti también te queda bien tu chandal*”, “*Oh, your tracksuit suits you well, too*”.

Estrategia 5: Ofrecer el objeto del cumplido. Uno de los informantes dio la siguiente respuesta: “*¿Te gusta? Pues quédatela porque yo no me la pongo*”, “*Do you like it? Then, you can take it because I don’t use it*”.

Estrategia 6: Explicar. Después de dar (o no) las gracias se dan ciertas explicaciones sobre el objeto del cumplido: “*La necesitaba porque las otras ya las tengo muy usadas*”, “*I needed because the others (jackets) are worn out*”, “*Sí, la compré el otro día*”, “*Yes, I bought it the other day*”, “*Gracias, es nueva. ¿Te gusta?*”, “*Thank you, it is brand new. Do you like it?*” Este último ejemplo también está relacionado con la siguiente estrategia.

Estrategia 7: Expresar duda (acerca del valor del objeto del cumplido). La respuesta más común fue la siguiente: “*¿Sí? Gracias*”, “*Really? Thank you*”, “*¿Sí? ¿Te gusta?*”, “*Really? Do you like it?*”, “*Sí, no sé*”, “*Well, I don’t know*”.

³ Aparentemente, los cuestionarios tienen algunas limitaciones, por ejemplo, sólo aparece una situación relacionada con un cumplido sobre una prenda de vestir. Sin embargo, estudios anteriores (Chen, R., *op. cit.*, p. 51) han demostrado que éste es uno de los temas que más favorecen el uso de cumplidos. También afirman que los cumplidos suelen hacerse entre personas con una relación estrecha (familia, amigos); esto también se ha tenido en cuenta a la hora de elaborar los cuestionarios. En cambio, factores como el sexo o las diferencias sociales, que sobrepasan el alcance de este trabajo, no se han considerado. Estos factores no resultan de vital importancia por tratarse de un estudio contrastivo de las respuestas de los mismos informantes en distintos idiomas.

Estrategia 8: Rechazar (el cumplido) y quitar importancia (al objeto del cumplido). Algunos ejemplos recogidos son los siguientes: “¿Te gusta? A mí me parece horrible”, “Do you like it? I think it’s horrible”, “¿Estás de broma? Me queda enana”, “Are you joking? It’s too small for me!”.

En su estudio, Chen agrupa estas estrategias en cuatro superestrategias: “aceptar”, “devolver”, “desviar” y “rechazar”. Respecto a esta clasificación se ha introducido un cambio que se explicará más adelante, a saber, la estrategia número 4 en la clasificación de Chen, “bromear”, será considerada una superestrategia.

Estrategia 9: Bromear. Los siguientes ejemplos ilustrarán el uso de esta estrategia: “Gracias, pero con la percha que tengo es normal”, “Thanks, but due to my build, it is normal” o “Gracias, la tuya a ti no”, “Thanks, yours doesn’t suit you at all”.

Los resultados del estudio aparecen en la tabla 1.

Tabla 1. Respuestas en español L1

ESTRATEGIA	Nº	%	Superestrategia 3: Desviar	19	32.2
Superestrategia 1: Aceptar	14	23.7	Explicar	13	
Agradecer	4		Dudar	6	
Expresar acuerdo	7				
Expresar alegría	3		Superestrategia 4: Rechazar	9	15.3
			Rechazar y quitar importancia	9	
Superestrategia 2: Devolver	4	6.8			
Devolver el cumplido	3		Superestrategia 5: Bromear	13	22
Ofrecer	1				
			TOTAL	59	100

Tabla 2. Estrategias de los estudiantes americanos estudiados por Chen.

ESTRATEGIA	Nº	%	Ofrecer	9	2.60
Superestrategia 1: Aceptar	134	39.28	Animar	5	1.40
Agradecer	100	29.50			
Expresar acuerdo	10	2.95	Superestrategia 3: Desviar	100	29.50
Expresar alegría	11	3.00	Explicar	79	23.30
Bromear	13	3.83	Dudar	21	6.20
Superestrategia 2: Devolver	62	18.50	Superestrategia 4: Rechazar	43	12.70
Devolver el cumplido	48	14.50	Rechazar y quitar importancia	43	12.70

En la tabla 1 la superestrategia más usada es la tercera, “desviar”, seguida de “aceptar” y “bromear”. Al contrario que los datos obtenidos por Chen, “devolver”, es la estrategia menos usada por los estudiantes españoles. Además, según dicha tabla, “bromear” es una

estrategia poco importante, mientras que según la tabla 1 es la tercera superestrategia más utilizada. En la cuarta parte del estudio se analizarán más detenidamente estos datos.

3.2 Respuestas en inglés

Las respuestas en inglés son presentadas en segundo lugar aunque fueron las primeras contestadas por los estudiantes. Al igual que en español hay dos cuestionarios, del primero se obtuvieron 60 respuestas y del segundo 13.

La clasificación de las estrategias es la misma aunque contiene algunos cambios:

Estrategia 1: Agradecer. Por ejemplo: “*Oh, thank you*”, “Gracias”, o “*Thanks a lot*”, “Muchas gracias”.

Estrategia 2: Expresar acuerdo. Ejemplos: “*Thanks, I like it too*”, “Gracias, a mí también me gusta”, “*Yeah! It’s a cool jacket!*”, “¡Sí! ¡Es una chaqueta chula!”.

Estrategia 3: Expresar alegría. Un estudiante escribió: “*Thank you. You are the first person to notice*”, “Gracias. Eres la primera persona que se da cuenta”.

Estrategia 4: Devolver el cumplido. “*Oh, thank you! Your jacket is also very nice*”, “¡Gracias! Tu chaqueta también es bonita”, “*I like yours too*”, “A mí también me gusta la tuya”.

Estrategia 5: Ofrecer el objeto del cumplido. “*Do you want to wear it for a while?*”, “¿Quieres ponértela un rato?”.

Estrategia 6: Animar. Esta estrategia no aparece en la clasificación de las respuestas en español pues ningún estudiante la usó. Sin embargo, en inglés un informante contestó: “*It’s from a second-hand shop and it costs only a pound. They might have some more*”, “Es de una tienda de segunda mano y me costó sólo una libra. Quizás les queden más”. En esta respuesta el informante anima a la otra persona a conseguir un objeto parecido al del cumplido.

Estrategia 7: Explicar. “*Oh thank you! I have bought it yesterday for only 20 pounds*”, “¡Gracias! La compré ayer por sólo 20 libras”, “*I’ve bought it for two weeks*”, “La compré hace dos semanas”..

Estrategia 8: Expresar duda. “*Do you really think that? Thanks*”, “¿De verdad lo crees? Gracias”, “*Oh, well, I don’t know*”, “Bueno, no sé”.

Estrategia 9: Ignorar. Aunque Chen no incluye esta estrategia en su clasificación, Holmes sí la incluye en su libro *Women, Men and Politeness*⁴, y debido a que aparece en algunas de las respuestas recogidas también se ha incluido en este estudio. Con esta estrategia el sujeto cambia de tema, evadiendo, de este modo, responder al cumplido. Por ejemplo: “*Excuse me, I’m on a hurry*”, “Lo siento, tengo prisa”. Esta estrategia, al no ser usada en las respuestas en español, se excluyó de esa clasificación.

Estrategia 10: Rechazar y quitar importancia. Ejemplos: “*I don’t really like it*”, “A mí no me gusta”, “*Oh, I think it’s very small for me*”, “Creo que es muy pequeña para mí”.

Estrategia 11: Bromear. “*Thank you, but I won’t tell you where I’ve bought it*”, “Gracias, pero no te voy a decir donde la compré”, “*Jaaa, I know why you say it. You have the same one, haven’t you?*”, “Jaaa, se por qué lo dices. Tú tienes la misma, ¿verdad?”.

⁴ Janet Holmes, “What a lovely tie! Compliments and positive politeness strategies”, in *Women, Men and Politeness*. London, Longman, 1995.

Los resultados siguiendo la clasificación en superestrategias aparecen en la tabla 3.

Tabla 3. Respuestas en inglés L2.

ESTRATEGIA	Nº	%
Superestrategia 1: Aceptar	15	25
Agradecer	8	
Expresar acuerdo	6	
Expresar alegría	1	
Superestrategia 2: Devolver	5	8.3
Devolver el cumplido	3	
Ofrecer	1	
Animar	1	
Superestrategia 3: Desviar	19	31.7

Explicar	10	
Dudar	7	
Ignorar	2	
Superestrategia 4: Rechazar	9	15
Rechazar y quitar importancia	9	
Superestrategia 5: Bromear	12	20
TOTAL	60	100

Comparando las tablas 1 y 3 se hace patente que el uso de estrategias es muy similar en ambas lenguas. De nuevo la superestrategia más utilizada es la tercera, “desviar”, con un 32.2% en español y un 31.7% en inglés. Le siguen la superestrategia 1, “aceptar”, con un 23.7% en español y un 25% en inglés; la superestrategia 5, “bromear”, 22% en español, 20% en inglés; la superestrategia 4, “rechazar”, tiene un 15.3% en español y un 15% en inglés; y por último, la superestrategia 2, “devolver”, con un 6.8% en español y un 8.3% en inglés. Al comparar estos resultados con los de Chen, la influencia de la L1, español, en la L2, inglés, resulta evidente. Sin embargo, no se puede pasar por alto el uso de dos estrategias nuevas en las respuestas en inglés: “ignorar” y “animar”. Al igual que los datos de la sección anterior, éstos se analizarán más adelante.

3.3 Cuestionarios de elección múltiple

Como se dijo en la sección de metodología, las respuestas a elegir por los estudiantes no contenían las mismas estrategias. Así, en español se ofrecían las siguientes: “agradecer”, “devolver”, “explicar”, “dudar” y “bromear”. Mientras que en inglés contaban con: “agradecer”, “expresar acuerdo”, “devolver”, “explicar” y “rechazar”.

Los resultados aparecen en las tablas 4 y 5.

Tabla 4. Respuestas en español L1 al segundo cuestionario.

ESTRATEGIA	Nº	%
Superestrategia 1: Aceptar	3	23.1
Agradecer	3	
Superestrategia 2: Devolver	1	7.7
Devolver	1	

Superestrategia 3: Desviar	3	23.1
Explicar	1	
Dudar	2	
Superestrategia 5: Bromear	6	46.1
Bromear	6	
TOTAL	13	100

Tabla 5. Respuestas en inglés L2 al segundo cuestionario.

ESTRATEGIA	Nº	%
Superestrategia 1: Aceptar	9	69.2
Agradecer	6	
Expresar acuerdo	3	
Superestrategia 2: Devolver	2	15.4
Devolver	2	

Superestrategia 3: Desviar	1	7.7
Explicar	1	
Superestrategia 4: Rechazar	1	7.7
Rechazar	1	
TOTAL	13	100

La tabla 4 confirma los resultados del primer cuestionario al mostrar el gran uso que se hace de la superestrategia 5: “bromear”. Esta opción no se dio en el cuestionario en inglés por no ser una respuesta normal en esta lengua. Esto ha llevado a unas respuestas más conservadoras, es decir, de agradecimiento. La diferencia entre los dos cuestionarios en inglés L2 es muy llamativa. Mientras que el primero sigue el modelo español, el segundo es muy similar a los resultados obtenidos por Chen.

4 Análisis y comparación

Como dice Chen al citar a Holmes, la función más importante de los cumplidos es “to increase the solidarity between the speaker and the addressee”⁵. Por este motivo, los cumplidos y sus respuestas deben analizarse como un fenómeno de cortesía lingüística. Hay varias teorías sobre la cortesía, las dos más influyentes son de Brown y Levinson⁶ y el Principio de Cortesía de Leech⁷.

⁵ Chen, R., *op.cit.*, p. 56.

⁶ Penelope Brown y Stephen C. Levinson, *Politeness: Some universals in language use*. Cambridge, CUP, 1987.

⁷ Geoffrey N. Leech, *Principles of pragmatics*. London, Longman, 1983.

La palabra clave de la teoría de Brown y Levinson es “cara” –“face”. Esta palabra se refiere a la imagen que cada uno tiene en la sociedad. Hay dos tipos de cara: positiva y negativa. La “cara positiva” consiste en el deseo de resultar atractivos a los otros. Es aquí donde los cumplidos, como estrategia positiva, cobran sentido ya que muestran nuestro interés hacia los demás. Por otro lado, puesto que se trata de una estrategia positiva, la persona que ha recibido el cumplido no puede rechazarlo, pues “amenazaría la cara positiva” del otro hablante⁸.

Las dos primeras superestrategias estudiadas, “aceptar” y “devolver”, se enmarcarían en esta teoría. Con la primera estrategia evaluamos positivamente al hablante al aceptar su cumplido. Con la segunda, además, pagamos la deuda que contraemos al recibir el cumplido puesto que lo devolvemos. Esta estrategia es menos usada por los informantes españoles tanto en español como en inglés. Esto podría indicar quizás que en la sociedad española hacer un cumplido no se considera una deuda, o que devolverlo cuando va contra la voluntad del que lo ha recibido se considera hipocresía. En estos casos, la respuesta más adecuada es sencillamente el agradecimiento.

Sin embargo, otras dos superestrategias, “desviar” y “rechazar”, contradicen la teoría de Brown y Levinson porque implican desacuerdo con el hablante, “amenazando así su cara positiva”. En este caso la explicación se encuentra en el Principio de Cortesía de Leech⁹. Esta teoría tiene seis máximas aunque dos de ellas son las más relevantes para este trabajo: la Máxima de Acuerdo¹⁰ y la Máxima de Modestia¹¹.

La primera máxima coincide con la teoría de Brown y Levinson; la segunda puede ayudar a entender las otras superestrategias. En el caso la tercera superestrategia, “desviar”, la respuesta suele empezar por un agradecimiento e ir seguido de una explicación sobre el objeto del cumplido. Este agradecimiento, sin embargo, no está necesariamente relacionado con la Máxima de Acuerdo, como afirma Chen¹², pues en muchos casos los hablantes hacen un uso inconsciente de esta estrategia; se trataría, pues, de una fórmula de cortesía fosilizada. Esto permite que aparezca junto a estrategias de rechazo sin resultar contradictorio. Por otra parte, una explicación puede implicar un intento de desviar la atención del objeto alabado o quitarle importancia.

Agrupada bajo la tercera superestrategia, “desviar”, está también la estrategia “dudar”, cuyo fin es disminuir el valor del objeto del cumplido. Ambas estrategias, “dudar” y “explicar” se acogen a la Máxima de Modestia y son las más usadas por los informantes. Esta máxima es, además, la imperante en la cuarta superestrategia, “rechazar”, según la cual el hablante considera más importante ser modesto que ser cortés (y estar de acuerdo con quien ha hecho el cumplido). Según los resultados es la cuarta estrategia más usada, mientras que en el estudio de Chen es la que menos aparece.

⁸ Por motivos de espacio resulta imposible extenderse en la explicación de esta teoría. El lector ha de dirigirse a la obra citada.

⁹ El principio de cortesía (Politeness Principle) afirma: “minimize the expression of beliefs which are unfavourable to the hearer and at the same time (but less important) maximize the expression of belief which are favourable to the hearer”.

¹⁰ Agreement Maxim, “Minimize disagreement between yourself and others; maximize agreement between yourself and others”.

¹¹ Modesty Maxim: “Minimize self-praise; maximize self-dispraise”.

¹² Chen, R., *op. cit.*, p. 59.

Considerando las superestrategias “aceptar” y “devolver” pertenecientes a la Máxima de Acuerdo (M.A.) y “desviar” y “rechazar” pertenecientes a la Máxima de Modestia (M.M.) se obtienen los siguientes resultados: en los resultados de inglés L1 hay un porcentaje de 57.8% M.A. y 43.2% M.M. y en inglés L2 46.6% M.A. y 53.4% M.M. Teniendo en cuenta que en español L1 los porcentajes son 47.5% M.A. y 52.5% M.M., se observa claramente que, al contrario de lo que se intenta en el proceso de enseñanza-aprendizaje de una L2, las respuestas en inglés L2 reflejan la lengua materna y no la lengua meta. La interferencia de la lengua materna es, pues, obvia y desde el punto de vista de la interlengua algo esperado¹³.

La única superestrategia que aún no se ha analizado, y con la cual se han obtenido interesantes datos, es “bromear”, que parece tener una especial importancia en español. Al igual que las otras estrategias se trata de un fenómeno sociocultural y su uso depende de cada cultura y de sus valores. Más del 50% de los informantes ha recurrido a esta estrategia y algunos de ellos más de una vez. Esto queda patente en los resultados en español (22%) y en inglés L2 (20%), lo que vuelve a demostrar las interferencias de la L1. En cambio, según los resultados de Chen, los hablantes de inglés L1 apenas hacen uso de esta estrategia (3.8%).

La pregunta que surge es: ¿Qué significa bromear en la cultura española? Aparentemente no demuestra sólo “camaradería y familiaridad” como afirma Chen¹⁴. Por otra parte, citando a Brown y Levinson, también lo considera una forma de proteger el objeto del cumplido y a su poseedor

Bromear parece ser también una norma social: hay que parecer humilde, independientemente de lo que se piense. Cuando se recibe un cumplido, responder “sí” se considera arrogancia y responder “no”, descortesía. ¿Qué responder cuando no se está de acuerdo con el hablante? Las estrategias “explicar” y “bromear” parecen ser las mejores soluciones. Quizás bromear se considere más original y, a la vez que evadimos la respuesta, hacemos sonreír al oyente.

Por tanto, bromear puede esconder acuerdo o rechazo. En el primer caso, quien ha hecho el cumplido no sabe si dicho cumplido ha sido aceptado o no. En el segundo, la broma quita importancia a la respuesta negativa. Ambas situaciones no suponen una amenaza para la cara positiva del oyente.

Según todo esto, parece difícil encasillar esta estrategia bajo las que Chen propone. Parece que bromear tiene diferentes interpretaciones (desviar, expresar acuerdo, rechazar) según el contexto, el tono de voz, etc. De todas formas, se puede concluir que esta estrategia es un claro ejemplo de la Máxima de Modestia. Como afirma Zoubareva¹⁵, este hecho confirma la idea de Leech de que las máximas tienen diferentes significados en cada cultura.

¹³ Hay otro fenómeno que respalda las interferencias de la L1: muchas respuestas son traducciones. El hecho de que los cuestionarios en inglés se dieran en primer lugar demuestra que los estudiantes piensan en español y traducen a inglés, o usan estructuras paralelas, dependiendo del dominio de la L2.

¹⁴ Chen, R., *op.cit.*, pág. 58.

¹⁵ Zoubareva, N., *Höflichkeitsstrategien bei Komplimentwiderungen. Empirische Untersuchung zum Deutschen und Russischen*. Marburg, Philipps Universität, 1999.

5 Conclusión

En resumen, aunque el uso de las superestrategias es parecido en ambas lenguas (español L1 e inglés L2), y esto implica una influencia e interferencia de la lengua materna, también hay llamativas diferencias. El número de estrategias usadas en inglés es mayor, además, “bromear” aparece más en inglés que en español. No parece lógico que el uso de la L2 sea más productivo o sofisticado que el de la L1. Sin embargo, esto podría mostrar un deseo de experimentar y jugar con la nueva lengua.

Por otra parte, los resultados del segundo cuestionario son más parecidos a los de inglés L1 recogidos por Chen. Esto lleva a pensar que quizás sólo al entrar en contacto directo con la L2, el estudiante se haga consciente de que no está usando su L1 y por tanto los esquemas lingüísticos/mentales a imitar sean diferentes.

Por último, no se debe olvidar que, como demuestran los datos obtenidos a través de la estrategia “bromear”, el uso de las estrategias y las máximas bajo las que funcionan dependen, en último término, de la cultura del hablante.

ZDVOŘILOSTNÍ ODPOVĚDI JAKO LINGVISTICKÝ JEV.

Kontrastivní analýza angličtiny jako cizího jazyka u španělských studentů.

Resumé

Článek se zabývá odpověďmi na zdvořilostní výrazy. Ukazuje, jak se španělští rodilí mluvčí hovořící anglicky často v této situaci dopouštějí chyb způsobených interferencemi mateřského jazyka. Studie využívá výsledků, k nimž dospěl Chen v obdobném výzkumu týkajícím se čínských rodilých mluvčí (viz poznámku 1).

COMPLIMENT RESPONSES AS A LINGUISTIC PHENOMENON.

Contrastive analysis of English L2 and Spanish L1.

Summary

This paper reports a study on compliments and responses. It aims to show that, when using them, L2 speakers cannot avoid or perhaps they are not conscious of the influence and, sometimes, interferences of their mother tongue. In this concrete case, the informants are Spanish students whose L2 is English. When asked to respond to compliments in English, the pattern of Spanish influences their answers clearly. This paper follows the pattern of Chen's study on compliments and his strategy classification, though some changes have been introduced.

Analí Fernández Corbacho
Filologická fakulta
Univerzita Mateja Bela
Ružová 11
BANSKÁ BYSTRICA
Eslovaquia