

Comunicación Visual



Teoría de la Cortesía

Teoría de la Cortesía

- El origen de la palabra cortesía lo encontramos en la vida de la corte, en la que los cortesanos seguían una serie de pautas sociales que les distinguía del pueblo llano.
- Esta definición ha evolucionado enormemente hasta nuestros días, pasando de considerarse un aspecto puramente social a uno estratégico y conversacional.

Teoría de la Cortesía

- Hoy en día sabemos que la cortesía, vista desde una óptica social, existe en todas las lenguas y culturas, pero que sus diferentes manifestaciones dependen de las creencias, valores y supuestos, es decir, de las convenciones socioculturales que éstas tengan.

Teoría de la Cortesía

- Como afirma Haverkate; uno de los estudiosos que mejor han tratado este tema:
- “Aunque la cortesía se considera como una forma de comportamiento humano universal, es sabido que existe una serie de diferencias interculturales en lo que no sólo respecta a la manifestación formal, sino también a la función interactiva de las normas vigentes en cada cultura específica”

Teoría de la Cortesía

- Un ejemplo clásico es la diferencia entre las culturas orientales, concretamente la japonesa, y las occidentales.

Teoría de la Cortesía

- En las primeras existe una jerarquía muy rígida que no permite a sus hablantes utilizar diferentes estrategias en el uso, por ejemplo, de las fórmulas de tratamiento (tú-usted), mientras que los occidentales, por el contrario, somos más flexibles y las opciones estratégicas para la elección de una u otra fórmula son mayores.

Teoría de la Cortesía

- La cortesía verbal hace referencia a, lo que denomina, "**contrato conversacional**", es decir, los derechos y obligaciones mutuas de las personas:
- “Dada la noción del **contrato conversacional**, podemos decir que una locución es cortés en el sentido de que el hablante, a juicio del oyente, no ha violado los derechos u obligaciones vigentes en ese momento en que la profiere.”

Robin Lakoff

- Profesor de Lingüística de la Universidad de California en Berkeley.



Teoría de la Cortesía

- Es Lakoff (1991), en los años 70, la primera en hablar de dos reglas básicas de adecuación pragmática: "**sea claro**", esto es, sea eficaz en la transmisión de la información, y "**sea cortés**", es decir, atenúe las posibles tensiones que pueden surgir en una interacción.

Teoría de la Cortesía

- **SEA CLARO:** tiene que ver con evitar o mitigar la imposición sobre el interlocutor a través de diferentes estrategias como las formas indirectas o la petición.
- Por ejemplo, en la sala de espera del médico, donde los interlocutores no tienen confianza, un enunciado podría ser *¿Le importaría, si no es molestia, cerrar la ventana?*

Teoría de la Cortesía

- **SEA CORTES:** Esta regla permite una subdivisión: "no se imponga", "ofrezca opciones" y "refuerce los lazos de camaradería".

Teoría de la Cortesía

- **No se imponga:** Un ejemplo lo encontraríamos en un piso de estudiantes donde todavía no se conocen demasiado ni tienen pactados los horarios, en este caso podría decirse: *“Hay que bajar la basura”*

Teoría de la Cortesía

- **Ofrezca opciones:** el interlocutor intenta no crear tensiones si se rechaza la propia opinión, es decir, un enunciado como *¿Te parece bien si tú bajas la basura mientras yo friego los platos?*, serviría para no dañarnos a nosotros mismos si el interlocutor no aceptase la opción que le damos, ya que con este enunciado dejamos abierta otra posibilidad.

Teoría de la Cortesía

- **Lazos de camaradería:** se utiliza cuando ya existe una familiaridad con el interlocutor y nuestra intención es estrecharla más a través de estrategias como mostrar interés por el interlocutor, ponernos en su lugar, etc. (*¿Hemos hecho hoy los deberes?*).

Geoffrey Leech

- Especialista en lenguaje y lingüística, estilística, semántica y pragmática.



Teoría de la Cortesía

- Leech, una década más tarde, en 1983, propone el principio de cortesía, olvidando así la división en reglas de Lakoff.

Teoría de la Cortesía

- Para él, la comunicación sirve para mantener o modificar la relación existente entre los interlocutores, y esto se consigue a través del principio regulador de la cortesía, en el cual entran en juego las posiciones sociales de los interlocutores.

Teoría de la Cortesía

- Por otra parte, también habla de la "cortesía absoluta", es decir, algunos actos son por naturaleza descorteses como, por ejemplo, el mandato, y otros son corteses, por ejemplo, un ofrecimiento.

Teoría de la Cortesía

- Este autor crea una relación de coste-beneficio, cuanto mayor es el coste y menor el beneficio para el destinatario, estamos ante un acto más descortés que uno en el que el coste es menor y el beneficio mayor.

Teoría de la Cortesía

- Teniendo en cuenta esta fórmula, propone la siguiente clasificación:

Teoría de la Cortesía

- a) "acciones que apoyan la cortesía": como felicitar, saludar, ofrecer ...
- b) "acciones prácticamente indiferentes a la cortesía": afirmar, informar ...
- c) "acciones que entran en conflicto con la cortesía": pedir, preguntar ...
- d) "acciones dirigidas frontalmente contra el mantenimiento de la relación entre los interlocutores": amenazar, acusar ...

Teoría de la Imagen

- Los sociólogos Penélope Brown y Stephen Levinson identificaron dos clases de cortesía:
- **Cortesía negativa:** Haciendo una petición menos transgresora, por ejemplo: *si a usted no le importa...* o *si no es demasiada molestia...*; respeta el derecho de una persona de actuar libremente. Significa *deferencia*. Hay un mayor uso de elementos indirectos del discurso.
- **Cortesía positiva:** Busca establecer una relación positiva entre las dos partes; respeta la necesidad de una persona de gustar y de ser entendido.

Teoría de la Imagen

- Así pues, estos autores se basan en la "imagen pública" para elaborar su teoría, los hablantes deben intentar no dañar ni amenazar dicha imagen, y para ello se ponen en práctica una serie de estrategias.

Teoría de la Imagen

- Diferencian entre dos tipos de imagen: la negativa (no sufrir imposiciones de los otros interlocutores) y la positiva (ser apreciado por los demás).
- La noción de "imagen" es universal, al igual que sus dos vertientes, lo que varía según la cultura en que nos encontremos son los rasgos que componen cada una de ellas.