



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Dpto. de Lingüística Aplicada

Análisis de la cortesía en las conversaciones coloquiales  
chinas

Trabajo Fin de Máster

Máster Universitario en Lenguas y Tecnología

AUTOR/A: Wang , Xiaojuan

Tutor/a: Contreras Fernández, Josefa

CURSO ACADÉMICO: 2021/2022



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Dpto. de Lingüística Aplicada

Análisis de la cortesía en conversaciones  
coloquiales chinas

Trabajo Fin de Máster

Máster Universitario en Lenguas y Tecnología

AUTOR/A: Wang , Xiaojuan

Tutor/a: Contreras Fernández, Josefa

CURSO ACADÉMICO: 2021/2022



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



## MÁSTER EN LENGUAS Y TECNOLOGÍA

**Curso Académico: 2021 /2022**

TÍTULO TRABAJO FIN DE MÁSTER:

Análisis de la cortesía en conversaciones coloquiales chinas

AUTOR/A: XIAOJUAN WANG

Declaro que he redactado el Trabajo de Fin de Máster “[Análisis de la cortesía en conversaciones coloquiales chinas]” para obtener el título de Máster en Lenguas y Tecnología en el curso académico 2021-2022 de forma autónoma, y con la ayuda de las fuentes consultadas y citadas en la bibliografía (libros, artículos, tesis, etc.). Además, declaro que he indicado claramente la procedencia de todas las partes tomadas de las fuentes mencionadas.

王晓娟

Firmado: Alumna XIAOJUAN WANG

DIRIGIDO POR: Josefa Contreras Fernández

## **AGRADECIMIENTOS**

Quisiera aprovechar esta oportunidad para expresar mi más sincero agradecimiento a las siguientes personas que colaboraron con su ayuda en este trabajo de investigación.

En primer lugar, quiero agradecer sinceramente a mi tutora, la Dra. Josefa Contreras Fernández. Ha proporcionado valiosos consejos y una orientación inestimable a lo largo del proceso de escritura. Fue muy paciente y alentadora durante todo el proceso de revisión. Me he beneficiado enormemente de sus conocimientos y experiencia en investigación. Gracias por su apoyo incondicional durante todo el proceso de desarrollo del trabajo.

En segundo lugar, me gustaría dar las gracias a mi hermana y a mis padres por su apoyo espiritual y financiero a lo largo de mis estudios y por estar siempre a mi lado cuando los he necesitado. Así como a mi amiga Siyi Wu, a quien conocí durante mis estudios en España, por su ayuda y compañía a lo largo de mis estudios y de mi vida.

Por último, agradezco a todos los profesores del curso de Lenguas y Tecnología. También me gustaría dar las gracias a todos los estudiantes que he conocido a lo largo del curso de Máster por su sincera ayuda. Tengo mucha suerte de haber podido estudiar con todos vosotros durante este año.

## ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Objetivos .....	2
1.2. Motivación .....	2
1.3. Organización .....	3
<b>2. MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>5</b>
2.1. La cultura .....	5
2.1.1. Hofstede y las seis dimensiones de cultura .....	6
2.1.1.1. Distancia de poder .....	7
2.1.1.2. Aversión a la incertidumbre .....	9
2.1.1.3. Individualismo y colectivismo .....	11
2.1.1.4. Masculinidad versus feminidad .....	14
2.1.1.5. La orientación a largo plazo frente a la orientación a corto plazo .....	15
2.1.1.6. Indulgencia frente a restricción .....	18
2.1.2. La cultura china .....	21
2.1.2.1. Definición de la cultura china .....	21
2.1.2.2. Características de la cultura china .....	21
2.1.3. Resumen de la sección .....	23
2.2. La imagen .....	24
2.2.1. Hu y el concepto de imagen .....	24
2.2.2. Goffman y el concepto de imagen .....	25
2.2.3. Mao y el concepto de imagen .....	26
2.2.4. Resumen de la sección .....	27
2.3. La cortesía .....	28
2.3.1. Definición de la cortesía .....	28
2.3.2. Lakoff y las normas de cortesía .....	29
2.3.3. Brown y Levinson y las estrategias de cortesía .....	30
2.3.4. Leech y los principios de cortesía .....	34
2.3.5. Gu y las máxima de cortesía .....	35

2.3.6. Kerbrat-Orecchioni y la teoría de cortesía .....	38
2.3.7. Resumen de la sección.....	40
2.4. Resumen del capítulo.....	41
<b>3. METODOLOGÍA.....</b>	<b>42</b>
3.1. El corpus.....	42
3.2. La recopilación del corpus .....	43
3.3. Análisis de los datos .....	45
<b>4. RESULTADOS.....</b>	<b>47</b>
4.1. Resultados cualitativos.....	47
<b>5. DISCUSIÓN .....</b>	<b>76</b>
<b>6. CONCLUSIÓN.....</b>	<b>79</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>81</b>

## LISTADO DE FIGURAS

Figura 1: Índice de distancia de poder.....	8
Figura 2: Índice de Aversión a la incertidumbre.....	10
Figura 3: Índice de individualismo.....	13
Figura 4: Índice de Masculinidad.....	15
Figura 5: Índice de la orientación a largo plazo.....	17
Figura 6: Índice de la indulgencia.....	19
Figura 7: Las finalidades y la frecuencia de las estrategias de cortesía...	75

## LISTADO DE TABLAS

Tabla 1: Diez diferencias entre las sociedades colectivistas e individualistas .....	12
Tabla 2: Diez diferencias entre las sociedades orientadas a corto y a largo plazo.....	16
Tabla 3: Diez diferencias entre las sociedades indulgentes y las restringidas .....	18
Tabla 4: Información de las conversaciones .....	45
Tabla 5: Las estrategias de cortesía utilizadas .....	72

## RESUMEN

Esta investigación pretende contribuir al estudio de la lingüística china examinando las estrategias de cortesía en el chino hablado y, en concreto, en la conversación coloquial. Nuestro objetivo general es averiguar qué estrategias utilizan los sinohablantes en las conversaciones entre familiares y amigos. Este objetivo se desglosa en los siguientes objetivos específicos, por una parte, clasificar las estrategias de cortesía utilizadas en estas conversaciones y, por otra parte, analizar la finalidad del uso de estas estrategias en los diferentes contextos conversacionales.

Para alcanzar los objetivos fijados y después de estudiar las investigaciones sobre la cortesía, se prepara un corpus que consta de 11 conversaciones coloquiales en chino, con una duración total de 15 minutos y 32 segundos. Las relaciones entre los interlocutores son de proximidad, es decir, son conversaciones entre familiares y amigos, los temas son cotidianos y la finalidad es interpersonal.

El análisis del corpus da como resultado 26 diferentes estrategias de cortesía utilizadas por los sinohablantes de nuestro corpus. El estudio muestra asimismo que el uso de estrategias de cortesía en las conversaciones coloquiales chinas de nuestro corpus tenía como finalidad respetar el estatus social, minimizar posibles amenazas, agradar la imagen del otro, hacer sentir bien a los demás, así como conseguir un objetivo, o mantener la armonía y una buena relación con los demás. Asimismo, se ha podido comprobar que las estrategias de cortesía empleadas por los hablantes de nuestro corpus se han

utilizado como una forma de mantener las relaciones del grupo a partir del respeto mutuo.

Palabras clave: Imagen, cortesía, cultura china, estrategias de cortesía.

## **ABSTRACT**

This research aims to contribute to the study of Chinese linguistics by examining politeness strategies in spoken Chinese and, specifically, in colloquial conversation. Our general aim is to find out what strategies Sino speakers use in conversations between family and friends. This objective is divided into the following specific objectives: to classify the politeness strategies used in these conversations and, to analyze the purpose of the use of these strategies in different conversational contexts.

In order to achieve the set objectives and after studying research on politeness, a corpus was prepared consisting of 11 daily conversations in Chinese, with a total duration of 15 minutes and 32 seconds. The relations between the interlocutors are close, i.e., conversations between family and friends, all topics are quotidian, and the purpose is interpersonal.

The analysis of the corpus yielded 26 different politeness strategies used by the Sino speakers in our corpus. The study also shows that the use of politeness strategies in Chinese colloquial conversations in our corpus was aimed at respecting social status, minimizing possible threats, flattering the face of the other, making others feel good, achieving the objectives, or maintaining harmony and a good relationship with others. It was also found that the Chinese politeness strategies employed by the speakers in our corpus were used as a way of maintaining group relations on the basis of mutual respect.

**Keywords:** Face, politeness, Chinese culture, politeness strategies.

## RESUM

Aquesta investigació pretén contribuir a l'estudi de la lingüística xinesa examinant les estratègies de cortesia en el xinés parlat i, en concret, en la conversa col·loquial. El nostre objectiu general és esbrinar quines estratègies utilitzen els sinoparlants en les converses entre familiars i amics. Aquest objectiu es desglossa en els següents objectius específics, d'una banda, classificar les estratègies de cortesia utilitzades en aquestes converses i, d'altra banda, analitzar la finalitat de l'ús d'aquestes estratègies en els diferents contextos conversacionals.

Per a aconseguir els objectius fixats i després d'estudiar les investigacions sobre la cortesia, es prepara un corpus que consta d'11 converses col·loquials en xinés, amb una duració total de 15 minuts i 32 segons. Les relacions entre els interlocutors són de proximitat, és a dir, converses entre familiars i amics, els temes són quotidians i la finalitat és interpersonal.

L'anàlisi del corpus dona com a resultat 26 estratègies de cortesia diferents i 8 finalitats distintes per a l'ús d'aquestes estratègies. Finalment, l'estudi mostra que l'ús d'estratègies de cortesia en les converses col·loquials xineses prové del respecte a l'estatus social, per a minimitzar la possible amenaça, per a agradar la imatge a l'altre, per a fer sentir bé als altres, així com per a mantindre una bona relació i preservar l'harmonia. Així mateix, s'ha pogut comprovar que les estratègies de cortesia usades per el parlants del nostre corpus se han utilitzat com una forma de mantindre les relacions del grup a partir del respecte mutu.

Paraules clau: Imatge, cortesia, cultura xinesa, estratègies de cortesia.

# 1. INTRODUCCIÓN

Según el instituto de investigación lingüística *Ethnologue*<sup>1</sup>, aunque se hablan más de 7.000 lenguas en todo el mundo, sólo 23 tienen más de 50 millones de hablantes nativos, siendo el chino la lengua más hablada. Al ser la lengua materna más hablada del mundo, el chino cuenta con casi 1.300 millones de hablantes, que es más que el número de hablantes nativos de español, inglés y árabe juntos. Por ello, esta lengua ha adquirido una importancia creciente en los ámbitos económico, político y cultural, convirtiéndose en una de las principales lenguas de nuestro mundo. Las investigaciones han demostrado que el estudio de una lengua nunca puede realizarse fuera del contexto cultural en el que se produce (Escandell 1996, Bravo 2005, Hofstede 2011). Por lo tanto, la forma correcta de entender las reglas de uso del chino, especialmente las reglas de uso de las estrategias de cortesía, es entender primero los factores socioculturales que influyen en la lengua. Es por ello que incluimos en este estudio las investigaciones más importantes sobre la cultura y la imagen. Asimismo, se presentan los estudios más significativos sobre la cortesía para el análisis de nuestro corpus de conversaciones coloquiales chinas. Con el fin de identificar las estrategias de cortesía, hemos seguido principalmente las teorías de cortesía de Lakoff (1973), Brown y Levinson (1987), Leech (1983), Gu (1990) y Kerbrat-Orecchioni (2004).

A fin de conseguir los objetivos nos planteamos para este trabajo y debido a la inexistencia de un corpus de conversaciones coloquiales chinas, se ha creado un corpus propio. Este corpus contiene 11 conversaciones coloquiales de hablantes de las ciudades Xiamen y

---

<sup>1</sup> <https://www.ethnologue.com/>

Fuan, China, con una duración total de 15 minutos y 32 segundos.

### **1.1. Objetivos**

El objetivo principal que nos proponemos para este trabajo es analizar qué estrategias de cortesía utilizan los sinohablantes en las conversaciones entre familiares y amigos.

De este objetivo general se desglosan los siguientes objetivos específicos:

1. Clasificar las estrategias de cortesía utilizadas en las conversaciones.
2. Analizar la finalidad del uso de las estrategias de cortesía empleadas en diferentes contextos conversacionales.

Centrándonos en las conversaciones coloquiales, analizamos estrategias de cortesía utilizadas en conversaciones grabadas entre familiares y amigos.

### **1.2. Motivación**

Una de las razones que impulsaron este estudio fue el buen desarrollo de las relaciones bilaterales desde el establecimiento de las relaciones diplomáticas entre China y España el 9 de marzo de 1973, con una expansión de los contactos y la cooperación en el ámbito político, económico, comercial, científico, tecnológico y cultural. Las relaciones políticas entre los dos países son cada vez más estrechas. El intercambio de lenguas y culturas entre ambas partes es cada vez mayor, pero los valores culturales de China y España, así como los

diferentes valores, provocan muchas diferencias que afectan al buen funcionamiento de la comunicación intercultural. Esto ha creado la necesidad de comprender mejor las especificidades de la cultura china. Pensamos que la investigación sobre la cortesía lingüística es la que más puede contribuir a mejorar estas relaciones interculturales. En este estudio pretendemos contribuir a ello a través del análisis del uso de estrategias de cortesía en conversaciones coloquiales en esta cultura.

Se trata de una contribución al análisis de la cortesía y se espera que sea de utilidad para los investigadores interesados en la cortesía china, ya que no existen estudios previos sobre este fenómeno con conversaciones coloquiales.

### **1.3. Organización**

Con el fin de conseguir los objetivos planteados hemos organizado este trabajo de la siguiente manera:

En este primer capítulo hemos presentado la motivación que nos ha llevado a realizar esta investigación y los objetivos que pretendemos conseguir.

En el capítulo 2 se examina el marco teórico, revisando la bibliografía relevante que contiene teorías sobre la cultura, la imagen y la cortesía. Consideramos estas teorías importantes para nuestra investigación sobre estrategias de cortesía.

El capítulo 3 describe la metodología y el proceso de realización de este trabajo y explica el proceso de construcción del corpus de las conversaciones coloquiales utilizadas para la investigación.

El capítulo 4 presenta los resultados obtenidos del análisis cualitativo del uso de las estrategias de cortesía desde una perspectiva pragmática. También describe los contextos en los que se sitúan para

comprender el uso que han hecho los sinohablantes de estas estrategias de cortesía.

En el capítulo 5 se explican los resultados obtenidos.

En el capítulo 6 se resume brevemente la investigación que se ha llevado a cabo, se extraen las conclusiones y se concluye sugiriendo ideas de investigación a partir de este trabajo.

## 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1. La cultura

En el contexto actual de globalización cultural, la comprensión de la cultura por parte de las personas no sólo está influenciada por su propia cultura, sino también por la influencia de otras culturas: Asimismo, la comprensión de la cultura por parte de la gente también está cambiando, y esto puede ayudarnos a entender no solo nuestra propia cultura sino a apreciar y aceptar mejor las culturas extranjeras. La cultura es un conjunto de ideas sobre una comunidad que se manifiesta en todos los aspectos de la vida cotidiana.

Si se busca una definición de cultura en los libros, hay varias versiones. A partir de Taylor (1871), que fue un antropólogo británico de la teoría de la evolución sociocultural, surgen muchas definiciones de cultura como, por ejemplo, la de Lustig y Koester (2010). Ellos entienden por patrones culturales lo siguiente: “Shared beliefs, values, norms, and social practices that are stable over time and that lead to roughly similar behaviors across similar situations are known as cultural patterns”. (Lustig y Koester, 2010, p. 85)

Los patrones culturales tienen una fuerte influencia en la forma en que se estructuran las creencias, valores, normas y prácticas sociales compartidas, que se engloban y se denomina cultura. Los patrones culturales proporcionan el conjunto básico de normas que guían el pensamiento y la acción. Lustig y Koester (op.cit.) describen los cuatro componentes de los patrones culturales: creencias, valores, normas y prácticas sociales. Lustig y Koester (2010. p. 86-89) definen cada uno de estos cuatro componentes como:

- A belief is an idea that people assume to be true about the

world. Beliefs, therefore, are a set of learned interpretations that form the basis for cultural members to decide what is and what is not logical and correct.

- Values involve what a culture regards as good or bad, right or wrong, fair or unfair, just or unjust, beautiful or ugly, dean or dirty, valuable or worthless, appropriate or inappropriate, and kind or cruel.
- Norms are the socially shared expectations of appropriate behaviors.
- Social practices are the predictable behavior patterns that members of a culture typically follow.

Según Lustig y Koester (op.cit.), las creencias pueden ser ideas centrales, o pueden ser ideas más periféricas. Los valores de una cultura no describen necesariamente su comportamiento y características reales.

Varios estudios señalan la importancia de la cultura a la hora de realizar investigaciones lingüísticas (Briz 2006, Placencia 2008, Wang 2018). Para entender cómo influye la cultura en el comportamiento de la comunicación, este apartado introduce conceptos relacionados con la cultura en general y con la cultura china en concreto.

### **2.1.1. Hofstede y las seis dimensiones de cultura**

Para identificar los valores de las distintas culturas, Hofstede (1980, 2001) analizó las diferencias de pensamiento y acción social entre los miembros de más de 50 naciones modernas. Sostiene que las personas son portadoras de *mental programs*, que se desarrollan en la familia durante la primera infancia y se refuerzan en las escuelas y organizaciones, y que estos esquemas mentales contienen partes de las culturas nacionales. Se reflejan más claramente en los diferentes valores que predominan entre las personas de los distintos países. Este autor analiza los resultados de una encuesta en papel y lápiz realizada en una filial de una gran organización empresarial

multinacional (IBM, *International Business Machines Corporation*), que se llevó a cabo en dos ocasiones, hacia 1968 y hacia 1972, y que arrojó un total de más de 116.000 cuestionarios que revelan seis dimensiones principales de las diferencias culturales nacionales. Reflejan los problemas básicos a los que debe enfrentarse cualquier sociedad, pero cuyas soluciones difieren. A partir de este estudio, resume esas seis dimensiones culturales, a saber, distancia de poder, aversión a la incertidumbre, individualismo frente a colectivismo, masculinidad versus feminidad, orientación a largo plazo frente a orientación a corto plazo e indulgencia frente a restricción. (Hofstede 2001, Hofstede *et al.*, 2010, Hofstede 2011). Hofstede (2011, p. 8) explica brevemente estas seis dimensiones:

1. Power Distance, related to the different solutions to the basic problem of human inequality;
2. Uncertainty Avoidance, related to the level of stress in a society in the face of an unknown future;
3. Individualism versus Collectivism, related to the integration of individuals into primary groups;
4. Masculinity versus Femininity, related to the division of emotional roles between women and men;
5. Long Term versus Short Term Orientation, related to the choice of focus for people's efforts: the future or the present and past.
6. Indulgence versus Restraint, related to the gratification versus control of basic human desires related to enjoying life.

#### **2.1.1.1. Distancia de poder**

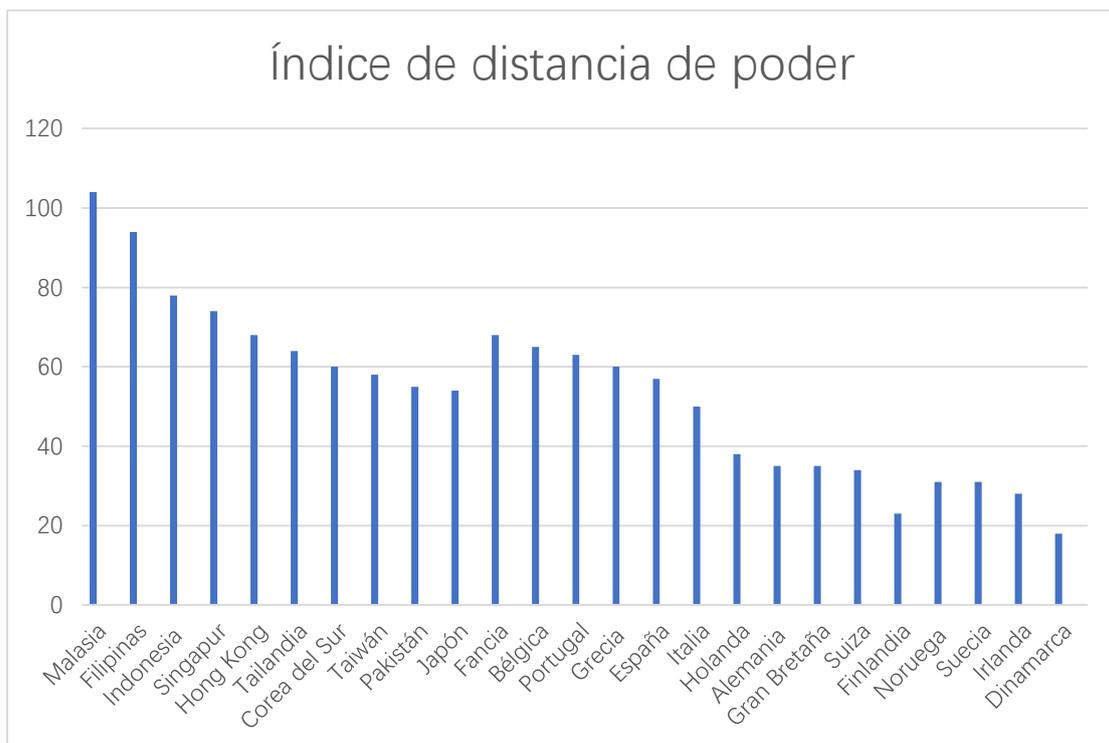
Según Hofstede (2001), la cuestión fundamental de la distancia de poder es la desigualdad humana, que se aborda de diferentes maneras en las distintas sociedades. Como dice Hofstede (2001, p. 79):

Inequality can occur in areas such as prestige, wealth, and

power; different societies put different weights on status consistency among these areas. Inside organizations, inequality in power is inevitable and functional. This inequality is usually formalized in boss-subordinate relationships.

Hofstede (2001) considera que el poder y la desigualdad son hechos extremadamente fundamentales de cualquier sociedad. Hofstede (2011, p. 9) indica que: "All societies are unequal, but some are more unequal than others".

Según los resultados que analiza Hofstede (2001), la desigualdad de poder es mayor en los países con un *power distance index* (PDI) alto que en los países con un PDI bajo.



**Figura 1:** Índice de distancia de poder. Fuente: Hofstede, 2001, p. 87

Según Lustig y Koester (op.cit.), las creencias pueden ser ideas centrales, o pueden ser ideas más periféricas. Los valores de una

cultura no describen necesariamente su comportamiento y características reales.

Varios estudios señalan la importancia de la cultura a la hora de realizar investigaciones lingüísticas (Briz 2006, Placencia 2008, Wang 2018). Para entender cómo influye la cultura en el comportamiento de la comunicación, este apartado introduce conceptos relacionados con la cultura en general y con la cultura china en concreto.

Para Hofstede (2001), en las sociedades con un alto índice de distancia de poder, los miembros de menor estatus están más inclinados a obedecer las órdenes de los miembros de mayor estatus. Según Hofstede (2011), las puntuaciones del índice de distancia de poder tienden a ser más altas para los países de Europa del Este, latinos, asiáticos y africanos y más bajas para los países germánicos y occidentales de habla inglesa.

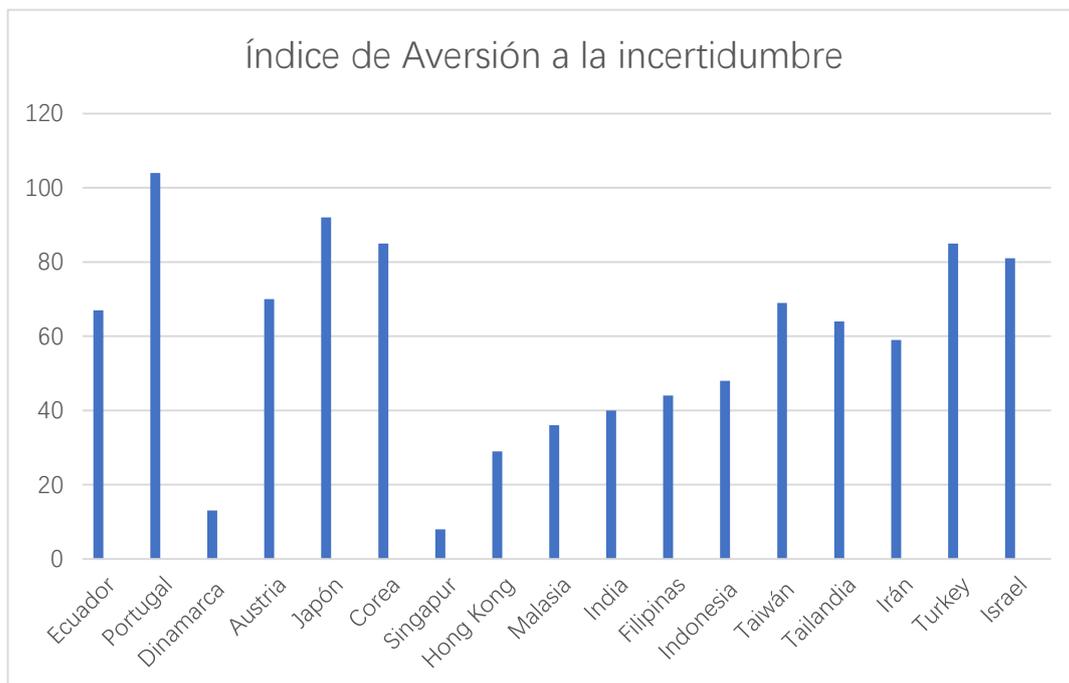
#### **2.1.1.2. Aversión a la incertidumbre**

La aversión a la incertidumbre (UAI, *uncertainty avoidance index*) es la medida en que una sociedad puede tolerar la incertidumbre cara al futuro. Las sociedades con un alto nivel de UAI son más propensas a tratar de controlar la incertidumbre hacia el futuro, a seguir las reglas y a poner límites al comportamiento. En cambio, las sociedades con un UAI bajo se sienten más cómodas con el cambio, están acostumbradas a adaptarse y no imponen muchas restricciones al comportamiento. Hofstede (2011, p. 10) afirma que:

Uncertainty Avoidance is not the same as risk avoidance; it deals with a society's tolerance for ambiguity. It indicates to what extent a culture programs its members to feel either uncomfortable or comfortable in unstructured situations. Unstructured situations are novel, unknown, surprising, and

different from usual. Uncertainty avoiding cultures try to minimize the possibility of such situations by strict behavioral codes, laws and rules, disapproval of deviant opinions, and a belief in absolute Truth.

En la siguiente figura 2 se presenta el índice de la aversión a la incertidumbre entre países:



**Figura 2:** *Índice de Aversión a la incertidumbre.* Fuente: Hofstede 2001, p. 151

Las puntuaciones del UAI de la figura 2 muestran que los países latinos como Portugal (104) obtuvieron una puntuación más alta que algunos países germánicos como Dinamarca (13) con una puntuación muy baja en comparación.

En Asia, Japón (92) y Corea (85) obtuvieron una alta puntuación, mientras que Singapur (8), Hong Kong (29), Malasia (36), India (40), Filipinas (44) e Indonesia (48) obtuvieron una puntuación más baja. Taiwán (69) y Tailandia (64) están en el medio. Podemos ver que los

países sinohablantes, como Taiwán, Hong Kong y Singapur, obtienen en la UAI una puntuación más baja que algunos países latinos como Portugal. Según Hofstede (2001) esto indica que están más abiertos al cambio y son más tolerantes a la diversidad. Para este autor, las culturas con una baja aversión a la incertidumbre tienen una mayor tolerancia a la diversidad. Las culturas con una alta aversión a la incertidumbre tienden a tener una baja tolerancia a la diversidad y necesitan reglas claras para actuar.

### **2.1.1.3. Individualismo y colectivismo**

Varios estudios transculturales han demostrado que el individualismo y el colectivismo existen en muchas culturas. (Hofstede 1980, 2001, Ting-Toomey 1988). En las culturas individualistas, la atención se centra en las necesidades del individuo, mientras que en las culturas colectivistas, se hace más hincapié en los vínculos con los demás y las necesidades individuales se subordinan a las necesidades del grupo (Hofstede, 2001).

Hofstede (2001, p. 225) explica el individualismo y el colectivismo de la siguiente manera:

One-line definitions of Individualism and Collectivism as the two poles of a dimension of national culture are: "Individualism stands for a society in which the ties between individuals are loose: Everyone is expected to look after him/herself and her/his immediate family only. Collectivism stands for a society in which people from birth on wards are integrated into strong, cohesive in-groups, which throughout people's lifetime continue to protect them in exchange for unquestioning loyalty.

Según Hofstede *et al.*, (2010), el individualismo está más extendido en los países desarrollados y occidentales, y el colectivismo

en los países menos desarrollados y orientales. China también se considera un país colectivista. Como dice Hofstede (2001, p. 210) “Chinese culture countries score considerably lower on individualism than do those of the Western world”.

En la tabla 1, Hofstede (2011) enumera algunas de las diferencias entre el colectivismo y el individualismo.

**Tabla 1:** *Diez diferencias entre las sociedades colectivistas e individualistas.* Fuente:

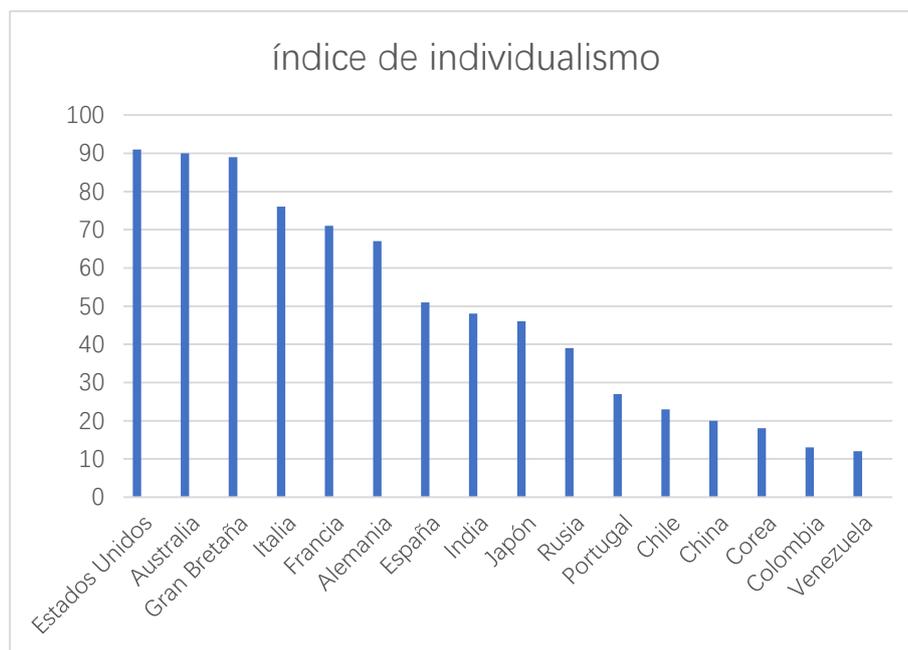
Hofstede 2011, p. 11

<i>Individualism</i>	<i>Collectivism</i>
<i>Everyone is supposed to take care of him- or herself and his or her immediate family only</i>	<i>People are born into extended families or clans which protect them in exchange for loyalty</i>
<i>"I" - consciousness</i>	<i>"We" -consciousness</i>
<i>Right of privacy</i>	<i>Stress on belonging</i>
<i>Speaking one's mind is healthy</i>	<i>Harmony should always be maintained</i>
<i>Others classified as individuals</i>	<i>Others classified as in-group or out-group</i>
<i>Personal opinion expected: one person one vote</i>	<i>Opinions and votes predetermined by in-group</i>
<i>Transgression of norms leads to guilt feelings</i>	<i>Transgression of norms leads to shame feelings</i>
<i>Languages in which the word "I" is indispensable</i>	<i>Languages in which the word "I" is avoided</i>
<i>Purpose of education is learning how to learn</i>	<i>Purpose of education is learning how to do</i>
<i>Task prevails over relationship</i>	<i>Relationship prevails over task</i>

Como podemos ver en la tabla 1, en una cultura individualista, la identidad personal se produce de forma individual, es decir, como un 'yo' que no se identifica con las personas que pertenecen a un grupo. Para Hofstede (2001, p. 225), los intereses individuales tienen prioridad sobre los intereses del grupo. En una cultura colectivista, en la que las personas están más vinculadas, los individuos se identifican como miembros de un grupo, es decir, como 'nosotros' y las decisiones

del grupo tienen prioridad sobre las individuales. En una cultura colectivista se enfatiza la armonía entre el individuo y la sociedad, así como la adhesión al orden y los valores sociales existentes, mientras que en una cultura individualista se da más importancia al estatus y al papel de los individuos en la sociedad.

En la siguiente figura 3 se presenta el índice de individualismo de unos países:



**Figura 3:** *Índice de individualismo*. Fuente: Hofstede, 2001, p. 95-97

Según la figura 3, Estados Unidos (91) tiene el mayor índice de individualismo, seguido de Australia (90), Gran Bretaña (89), Italia (76), Francia (71), Alemania (67), España (51), India (48), Japón (46), Rusia (39), Portugal (27), Chile (23), China (20), Corea (18), Colombia (13) y Venezuela (12). Podemos ver que el individualismo prevalece en los países desarrollados y occidentales, mientras que el colectivismo prevalece en los países menos desarrollados y orientales. El índice de individualismo de China es bajo.

Hofstede *et al.*, (2010) sostienen que la cultura china se caracteriza por el colectivismo y para Ho (1979, p. 144), el colectivismo en la sociedad china implica mantener la armonía dentro del grupo, y mantener el bienestar del grupo es la mejor protección para el individuo.

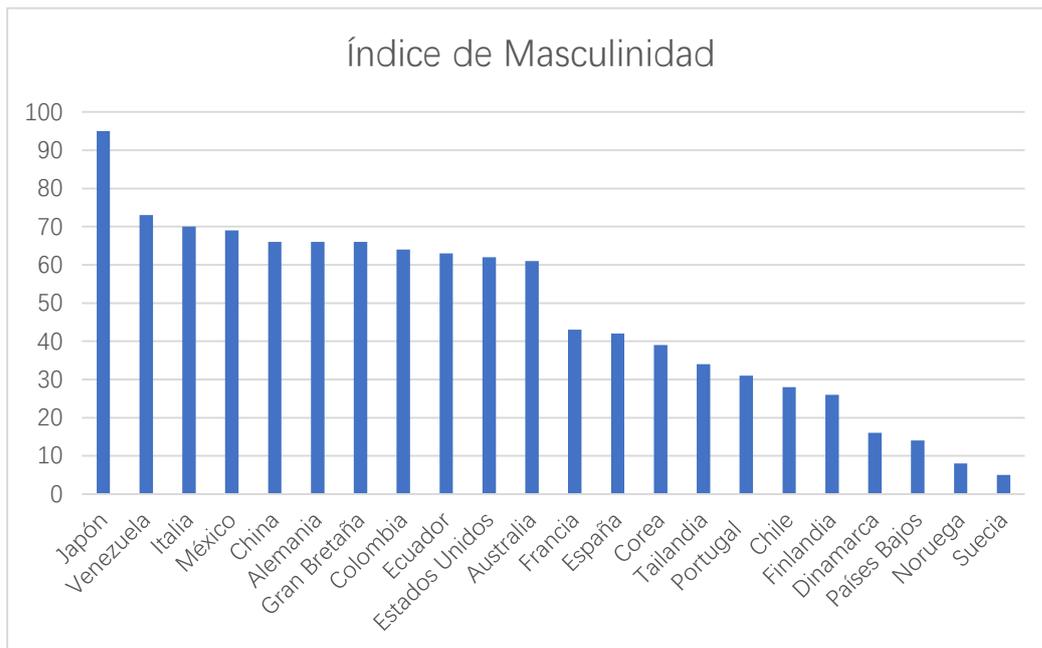
#### **2.1.1.4. Masculinidad versus feminidad**

La cuarta dimensión de la cultura es la masculinidad y la opuesta es la feminidad. Según la encuesta de IBM sobre la importancia de los objetivos laborales, las mujeres suelen dar más importancia a los objetivos sociales, como las relaciones, la ayuda a los demás y el entorno físico, mientras que los hombres dan más importancia a los objetivos personales, como la carrera y el dinero.

Hofstede (2001, p. 297) afirma lo siguiente:

Masculinity stands for a society in which social gender roles are clearly distinct: Men are supposed to be assertive, tough, and focused on material success; women are supposed to be more modest, tender, and concerned with the quality of life. Femininity stands for a society in which social gender roles overlap: Both men and women are supposed to be modest, tender, and concerned with the quality of life.

La figura 4 muestra el índice de masculinidad para los países:



**Figura 4:** *Índice de Masculinidad*. Fuente: Hofstede et al., 2010, p. 141-143

Según investigación de Hofstede *et al.*, (2010), Japón tiene el mayor índice de masculinidad con 95, seguido de Venezuela (73), Italia (70), México (69), China (66), Alemania (66), Gran Bretaña (66), Colombia (64), Ecuador (63), Estados Unidos (62), Australia (61), Francia (43), España (42), Corea (39), Tailandia (34), Portugal (31), Chile (28), Finlandia (26), Dinamarca (16), Países Bajos (14), Noruega (8), Suecia (5).

#### **2.1.1.5. La orientación a largo plazo frente a la orientación a corto plazo**

La quinta dimensión de la cultura nacional es la orientación a largo plazo frente a la orientación a corto plazo. Esta dimensión expresa hasta qué punto la vida virtuosa es un objetivo, independiente de cualquier justificación religiosa (Hofstede, 2001, p. 351).

Hofstede (2001, p. 359) define estas orientaciones como sigue:

Long Term Orientation stands for the fostering of virtues oriented towards future rewards, in particular, perseverance and thrift. Its opposite pole, Short Term Orientation, stands for the fostering of virtues related to the past and present, in particular, respect for tradition, preservation of 'face' and fulfilling social obligations.

La tabla 2 muestra las diferencias entre las sociedades orientadas a corto y a largo plazo.

**Tabla 2:** *Diez diferencias entre las sociedades orientadas a corto y a largo plazo.*

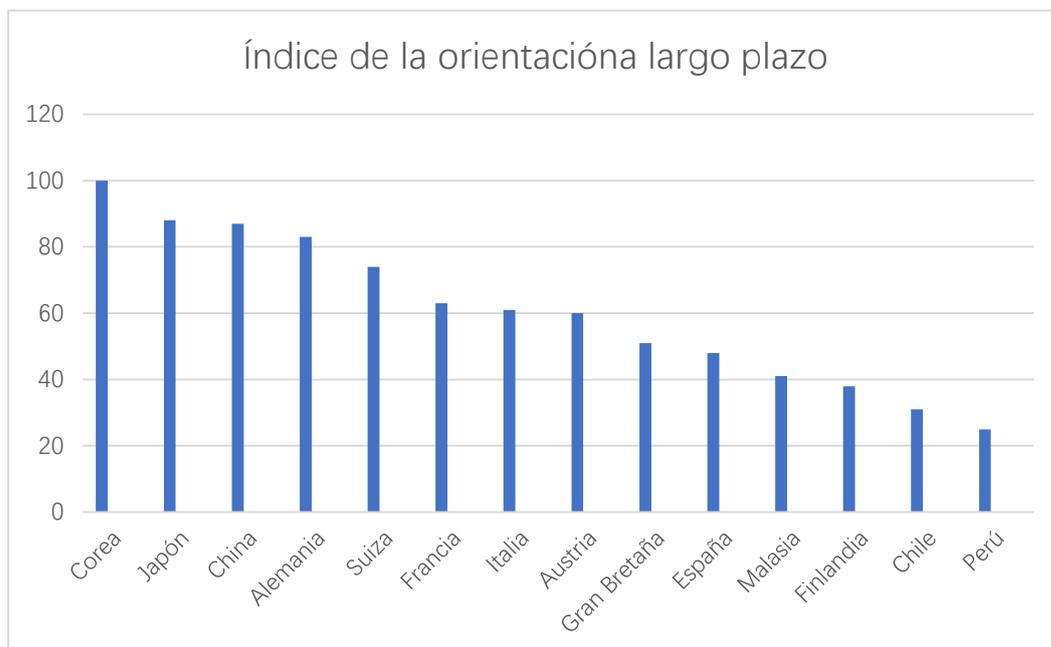
Fuente: Hofstede 2011, p. 15

<i>Short-Term Orientation</i>	<i>Long-Term Orientation</i>
<i>Most important events in life occurred in the past or take place now</i>	<i>Most important events in life will occur in the future</i>
<i>Personal steadiness and stability: a good person is always the same</i>	<i>A good person adapts to the circumstances</i>
<i>There are universal guidelines about what is good and evil</i>	<i>What is good and evil depends upon the circumstances</i>
<i>Traditions are sacrosanct</i>	<i>Traditions are adaptable to changed circumstances</i>
<i>Family life guided by imperatives</i>	<i>Family life guided by shared tasks</i>
<i>Supposed to be proud of one's country</i>	<i>Trying to learn from other countries</i>
<i>Service to others is an important goal</i>	<i>Thrift and perseverance are important goals</i>
<i>Social spending and consumption</i>	<i>Large savings quote, funds available for investment</i>
<i>Students attribute success and failure to luck</i>	<i>Students attribute success to effort and failure to lack of effort</i>
<i>Slow or no economic growth of poor countries</i>	<i>Fast economic growth of countries up till a level of prosperity</i>

Según la tabla 2, que muestra las diferencias entre las sociedades orientadas a largo plazo y a corto plazo, podemos ver que las culturas y sociedades con una orientación a largo plazo están orientadas

principalmente hacia el futuro, con un mayor enfoque en el futuro y en el ahorro y las reservas, mientras que las culturas y sociedades con una orientación a corto plazo están orientadas hacia el pasado y el presente, con un enfoque en los beneficios inmediatos y en la responsabilidad de la sociedad, requieren resultados inmediatos en términos de gestión y se apresuran a lograr cosas sin demora.

En la siguiente figura 5 se presenta el índice de la orientación a largo plazo:



**Figura 5:** *Índice de la orientación a largo plazo.* Fuente: Hofstede, 2010, p. 255-258

La figura 5 muestra que Corea (100) tiene el mayor índice de orientación a largo plazo, Japón tiene 88, China 87, Alemania 83, Suiza 74, Francia 63, Italia 61, Austria 60, Gran Bretaña 51, España 48, Malasia 41, Finlandia 38, Chile 31 y Perú 25.

Según la investigación de Hofstede (2011), las características de la orientación a largo plazo se observan más en los países de Asia Oriental, seguidos de los de Europa Oriental y Central. Los países de

Europa del Sur y del Norte y de Asia del Sur tienen una orientación a medio plazo. Según este autor, los países orientados a corto plazo son EE.UU., Australia y los países latinoamericanos, africanos y musulmanes.

### 2.1.1.6. Indulgencia frente a restricción

La última dimensión cultural es la indulgencia frente a la restricción y Hofstede *et al.*, (2010, p. 281) la definen como:

The definition that we propose for this dimension is as follows: Indulgence stands for a tendency to allow relatively free gratification of basic and natural human desires related to enjoying life and having fun. Its opposite pole, restraint, reflects a conviction that such gratification needs to be curbed and regulated by strict social norms. As a cultural dimension, indulgence versus restraint rests on clearly defined research items that measure very specific phenomena. Note that the gratification of desires on the indulgence side refers to enjoying life and having fun, not to gratifying human desires in general.

Para ellos, es la medida en que una sociedad determinada satisface las necesidades humanas básicas y los deseos de disfrutar de los placeres de la vida. Estos deseos deben ser regulados por las normas sociales. La tabla 3 muestra las diferencias entre las sociedades indulgentes y las restringidas.

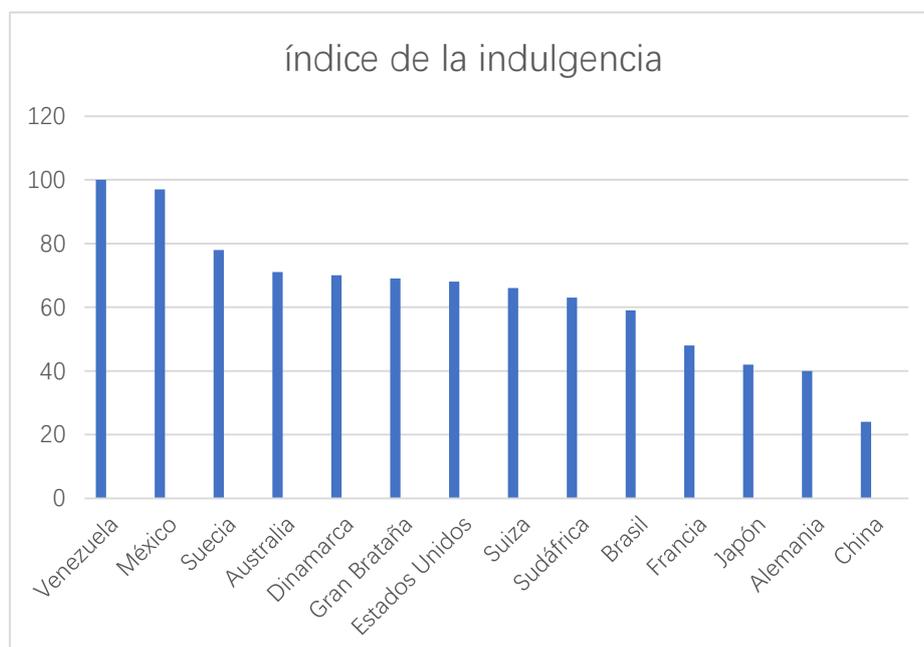
**Tabla 3:** *Diez diferencias entre las sociedades indulgentes y las restringidas.* Fuente: Hofstede 2011, p. 16

<i>Indulgence</i>	<i>Restrained</i>
<i>Higher percentage of people declaring themselves very happy</i>	<i>Fewer very happy people</i>
<i>A perception of personal life control</i>	<i>A perception of helplessness: what happens</i>

	<i>to me is not my own doing</i>
<i>Freedom of speech seen as important</i>	<i>Freedom of speech is not a primary concern</i>
<i>Higher importance of leisure</i>	<i>Lower importance of leisure</i>
<i>More likely to remember positive emotions</i>	<i>Less likely to remember positive emotions</i>
<i>In countries with educated populations, higher birthrates</i>	<i>In countries with educated populations, lower birthrates</i>
<i>More people actively involved in sports</i>	<i>Fewer people actively involved in sports</i>
<i>In countries with enough food, higher percentages of obese people</i>	<i>In countries with enough food, fewer obese people</i>
<i>In wealthy countries, lenient sexual norms</i>	<i>In wealthy countries, stricter sexual norms</i>
<i>Maintaining order in the nation is not given a high priority</i>	<i>Higher number of police officers per 100,000 population</i>

Según la tabla, una sociedad indulgente se caracteriza por la creencia de que uno puede hacer lo que le plazca, gastar dinero, entregarse a actividades relacionadas con el ocio y la diversión con amigos o en solitario. Todo esto predice un nivel de felicidad relativamente alto. En una sociedad con restricción, el comportamiento de cada uno se rige por diversas normas y prohibiciones sociales, y la gente se siente un poco mal al disfrutar de actividades de ocio y otros tipos de indulgencia similares.

En la figura 6 se muestra el índice de la indulgencia:



**Figura 6:** *índice de la indulgencia*. Fuente: Hofstede, 2011, p. 282-285

A través de figura 6, podemos ver que Venezuela (100) y México (97) tienen índices de indulgencia mucho más altos que los demás países. Suecia (78), Australia (71), Dinamarca (70), Gran Brataña (69), Estados Unidos (68), Suiza (66), Sudáfrica (63), Brasil (59), Francia (48), Japón (42), Alemania (40) y China (24) tienen bajo índices de indulgencia.

Para Hofstede (2011), la indulgencia tiende a prevalecer en América del Sur y del Norte, en Europa occidental y en partes del África subsahariana. La restricción prevalece en Europa del Este, en Asia y en el mundo musulmán. La Europa mediterránea adopta una posición intermedia en esta dimensión.

## **2.1.2. La cultura china**

El propósito de esta sección es resumir la investigación básica sobre la cultura china. Para ello, revisamos conceptos característicos de esta cultura.

### **2.1.2.1. Definición de la cultura china**

Yu (2012) ha ocupado un lugar muy importante en los últimos años. Yu (2012, p. 14) define la cultura de la siguiente forma: “La cultura es una comunidad que contiene valores espirituales y una forma de vivir”<sup>2</sup>. Según Yu (2012), la cultura es una acumulación de tiempo, es decir, según el tiempo que los valores espirituales están en la sociedad. En este proceso de acumulación se construye gradualmente una ‘personalidad colectiva’. El resultado más importante de la cultura china es la personalidad colectiva del pueblo chino.

Según Yu (2012, p. 17): “El objetivo final de la cultura es difundir el amor y la bondad en el mundo”<sup>3</sup>. El confucianismo chino considera el amor y la bondad como la virtud más elevada y el principio final.

### **2.1.2.2. Características de la cultura china**

Según Yu (2012), una de las peculiaridades de la cultura china es que la cultura china tiene características únicas y muy diferentes a las culturas de los países occidentales. Yu (op.cit.) resume estas diferencias según los tres siguientes modelos: En primer lugar, estaría el modelo social, que establece la “moralidad de la etiqueta”<sup>4</sup>. En segundo lugar, estaría el modelo de la personalidad, que establece la

---

<sup>2</sup> Versión original en chino: 文化，是一种包含精神价值和生活方式的生态共同体。它通过积累和引导，创建集体人格。

<sup>3</sup> Versión original en chino: 文化的最终目标，是在人世间普及爱和善良。

<sup>4</sup> Versión original en chino: “礼仪之道”。

"moralidad del Caballero"<sup>5</sup>. En tercer lugar, estaría el modelo del comportamiento, que establece la "moralidad de la imparcialidad"<sup>6</sup> (Yu, 2012, p. 19). A continuación se explicará en qué consisten estos modelos:

Para Yu (2012, p. 20) "La moralidad de la etiqueta es un ritual cultural vivido que es fácil de fijar, fácil de practicar, fácil de examinar y fácil de heredar"<sup>7</sup>. Mientras las normas y los rituales existan, el espíritu cultural incrustado en la población china podrá sobrevivir; de lo contrario, el espíritu cultural se dispersará con el viento.

Según Yu (2014, p. 14) "La idea del caballero como prototipo de personalidad colectiva existía en la antigüedad, pero fue seleccionado, elaborado y elevado por el confucianismo, el fruto de ello fue que se convirtió en un ideal de personalidad"<sup>8</sup>. Yu (2012, p. 20) señala que "El uso del caballero como ideal de personalidad es una característica única de la cultura china"<sup>9</sup>.

Yu (2012, p.22) afirma lo siguiente:

Según la moralidad de la imparcialidad, las palabras excesivamente directas aunque suenen agudas, son perjudiciales para los demás y para uno mismo. Por lo tanto, hay que evitarlas y buscar en cambio lo más apropiado; hay que abandonar la rigidez y la estrechez y buscar en cambio la flexibilidad y la tolerancia. La moralidad de la imparcialidad es una forma de pensar holística. Rechaza el corte y promueve la integración; quiere claridad, pero tolera el caos; exige resultados, pero reconoce el proceso; distingue el bien del mal, pero afirma la transformación. La moralidad de la imparcialidad sostiene que el conjunto complementario, interactivo y mutuamente accesible es la verdad del mundo, y

---

<sup>5</sup> Versión original en chino: 君子之道。

<sup>6</sup> Versión original en chino: 中庸之道。

<sup>7</sup> Versión original en chino: 所谓“礼仪”，就是一种便于固定、便于实行、便于审视、便于继承的生活化了的文化仪式。

<sup>8</sup> Versión original en chino: 君子作为一种集体人格的雛形古已有之，卻又經過儒家的選擇、闡釋、提升，結果就成了一种人格理想。

<sup>9</sup> 把君子作为人格理想，是中国文化独有的特征。

que el pensamiento polarizado es un pensamiento irreal.<sup>10</sup>

Como explica Yu (op.cit.), la moralidad de la imparcialidad hace referencia al conjunto complementario, interactivo y mutuamente beneficioso para todos los seres, que es lo que debería ser según este autor y, lo contrario, sería lo que no debería ser, porque podría ser perjudicial para los demás y para uno mismo. Por lo tanto, hay que desconfiar de lo rápido y buscar en cambio lo apropiado y lo adecuado; hay que abandonar la rigidez y la estrechez y buscar en cambio la flexibilidad y la tolerancia.

### 2.1.3. Resumen de la sección

Esta sección del capítulo presenta seis dimensiones de la cultura de Hofstede (2001, 2010, 2011): distancia de poder, aversión a la incertidumbre, individualismo y colectivismo, masculinidad versus feminidad, orientación a largo plazo frente a orientación a corto plazo e indulgencia frente a restricción. Según este autor, China pertenece a una cultura colectivista, donde hay una mayor distancia de poder, una menor aversión a la incertidumbre, tiene una orientación a largo plazo, y la restricción tiende a prevalecer en China. Del mismo modo, introducimos las definiciones de Yu (2012) y las características de la cultura china. Estas características culturales pueden servir de guía para entender el contexto de las conversaciones de nuestro corpus y contribuir a la comprensión e interpretación del comportamiento oral en la comunicación china.

---

<sup>10</sup> Versión original en chino: “中庸之道”认为，极端化的言词虽然听起来痛快、爽利，却一定害人害己。因此，必须警惕痛快和爽利，而去寻求合适和恰当；必须放弃僵硬和狭窄，而去寻求弹性和宽容。“中庸之道”是一种整体思维方式。它反对切割，而提倡整合；它希望清晰，却又容忍混沌；它要求结果，却也承认过程；它知道是非，却又肯定转化……它认为，互补、互动、互易的整体，是世界的真相，而极端化思维则是虚假思维。

## 2.2. La imagen

El objetivo de esta sección es resumir la investigación básica sobre la teoría de la imagen. Para ello, se repasan diferentes conceptos de imagen.

### 2.2.1. Hu y el concepto de imagen

Ho (1976), Gu (1990) y Mao (1994), entre otros basan sus estudios en el concepto de la imagen y cada autor la define desde una perspectiva diferente, pero todos ellos coinciden en la importancia de la imagen en la cultura china.

Hu (1944, p. 46-54) recopila expresiones relacionadas con la imagen. Por ejemplo, "*Tiu-lien*" es una condena colectiva de un comportamiento inmoral o socialmente desagradable. "*Kei mou-mou-jên liu-lien*", se refiere a una persona que no se limita a simplemente 'perder la imagen'. La humillación o el ridículo públicos graves pueden tener un impacto en la reputación de la familia. "*Pu-yao lien*", es una acusación grave contra una persona, que implica que la persona actúa en su propio interés sin tener en cuenta cómo es percibida por la sociedad en su conjunto y limitaciones éticas. "*Mei-yu lien*", es la condena más severa que se puede hacer a una persona, pues significa que ha dejado de lado toda pretensión de ser un ser humano decente. "*Lien-p'i hou or po, Lien-p'i hou*" significa desafiar la censura pública o ignorar los mandatos de los ancianos. "*Lien-p'i po*" se refiere a una persona que es muy sensible a la opinión pública. Una persona sensible es muy susceptible a la crítica pública, hará todo lo posible para preservar su buena reputación y la adapta más fácilmente a las normas sociales.

Hu resume las dos partes de la imagen china: *mien-tzŭ* y *lien* (1944, p. 45-54). Sostiene que el concepto de imagen en China revela dos conjuntos de criterios para ganar prestigio y asegurar o mejorar el estatus y cómo se concilian las diferentes actitudes dentro del mismo marco cultural, y Hu (1944, p. 45) lo explica de la siguiente forma:

Verbally the two sets of criteria are distinguished by two words which on the physical level both mean "face." One of these, *mien-tzŭ*, stands for the kind of prestige that is emphasized in this country: a reputation achieved through getting on in life, through success and ostentation. This is prestige that is accumulated by means of personal effort or clever maneuvering. For this kind of recognition ego is dependent at all times on his external environment. The other kind of "face," *lien*, is also known to Americans without being accorded formal recognition. It is the respect of the group for a man with a good moral reputation: the man who will fulfill his obligations regardless of the hardships involved, who under all circumstances shows himself a decent human being.

Como dice Hu (1944, p. 61) "Both symbolize the regard of the group for ego, but they are based on different criteria". Para este autor, *mien-tzŭ* y *lien* representan el respeto del grupo por el individuo.

### **2.2.2. Goffman y el concepto de imagen**

Goffman (1955, p.77) define la imagen desde un punto de vista social:

The term face may be defined as the positive social value a person effectively claims for himself by the line others assume he has taken during a particular contact. Face is an image of self delineated in terms of approved social attributes—albeit an image that others may share, as when a person makes a good showing for his profession or religion by making a good showing for himself.

Según Goffman (op. cit.), la imagen es un aspecto de la norma social de cualquier círculo social, las necesidades de imagen son mutuas, uno desea que los demás respeten su imagen, de la misma manera, la imagen de los demás también debe ser respetada. Como señala Goffman (1955, p. 10):

A person's performance of face-work, extended by his tacit agreement to help others perform theirs, represents his willingness to abide by the ground rules of social interaction. Here is the hallmark of his socialization as an interactant.

Como explica este autor "by face-work I mean to designate the actions taken by a person to make whatever he is doing consistent with face. Face-work serves to counteract "incidents"- that is, events whose effective symbolic implications threaten face." (Goffman, 1967, p 12) Si la imagen está amenazada, el interlocutor debe llevar a cabo un 'face-work', que es contrarrestar los acontecimientos que amenazan la imagen.

### **2.2.3. Mao y el concepto de imagen**

Mao (1994) analiza en detalle el concepto chino de la imagen y lo (1994, p. 460) define como sigue:

Chinese face encodes a reputable image that individuals can claim for themselves as they interact with others in a given community; it is intimately linked to the views of the community and to the community's judgment and perception of the individual's character and behavior.

Mao sostiene que la imagen china no hace hincapié en la conciliación de los 'deseos' personales, sino en la adecuación del

comportamiento individual a las opiniones y juicios de la sociedad. La imagen de los chinos codifica una imagen de reputación, está estrechamente ligada a las opiniones de la comunidad y a los juicios y percepciones de esta sobre el carácter y el comportamiento de un individuo. Como señala Mao “As a public image, Chinese face depends upon, and is indeed determined by, the participation of others” (1994, p. 460).

Mao considera que las actividades de imagen (*face-work*) es recíproco. Como dice este autor “Face-(miànzi-)work is also positively reciprocal. By giving miànzi to others, one also reinforces one’s own miànzi, because such an act lends credence to one’s miànzi as well” (1994, p. 461).

La gente no sólo se preocupa por su propia imagen, sino también por la de los demás. Ting-Toomey (1988) explica que en las sociedades de orientación individualista las personas se preocupan más por mantener su propia imagen y en las culturas colectivistas las personas se preocupan más por la imagen de los demás como forma de mantener la armonía dentro del grupo. Según Ting-Toomey (1988) y Yang (1981) la cultura china se considera una cultura colectivista. El concepto de imagen en la cultura china está muy relacionado con la sociedad y depende del grupo al que pertenece una persona.

#### **2.2.4. Resumen de la sección**

En esta sección se describe la imagen, puesto que la cortesía, como actividad social, está relacionada con la imagen. Se introducen conceptos relacionados con la imagen de Hu (1944, 1995), de Goffman (1955) y de Mao (1994).

## **2.3. La cortesía**

El objetivo de esta sección es resumir la investigación básica sobre la teoría de la cortesía. Para ello, se repasan diferentes conceptos de cortesía.

### **2.3.1. Definición de la cortesía**

A continuación, se presentan diferentes versiones de cómo diversos autores interpretan y definen el concepto de la cortesía.

Brown y Levinson (1987, p. 70) interpretan la cortesía como un acto motivado por el deseo del individuo de mantener una imagen social universal.

Koike (1989, p. 189) define la cortesía como:

For our purposes, politeness is defined as the communication of respect for the social relationship between speaker and listener through the use of communicative strategies recognized by the society as carrying a particular illocutionary force.

Para esta autora, las estrategias de cortesía pueden ser o no convenciones lingüísticas. El grado de cortesía que se transmite depende de lo que el hablante percibe como la relación social entre las dos partes.

Escandell (1996) define la cortesía como “un conjunto de normas sociales, establecidas por cada sociedad, que regulan el comportamiento adecuado de sus miembros, prohibiendo algunas formas de conducta y favoreciendo otras” (Escandell, 1996, p. 136). Según esta autora, las formas de cortesía varían según la lengua y la cultura.

Según Bravo (2005, p. 35), “la cortesía solo puede ser interpretada

en contexto y en el marco de la relación interpersonal que propone la interlocución”. Según esta autora, al explicar la cortesía, también es necesario analizar su contexto.

Kdar y Haugh (2013, p. 1) definen la cortesía de la siguiente forma: “Politeness is a key means by which humans work out and maintain interpersonal relationships”.

### 2.3.2. Lakoff y las normas de cortesía

El fenómeno de la cortesía ha atraído la atención de muchos autores en las últimas décadas. Lakoff (1973) cree que las reglas de la conversación se respetan más cuando se rompen que cuando se siguen.

Lakoff (1973, p. 297) señala lo siguiente:

[...] the rules of conversation are apparently more honored in the breach than in the observance. It should be clear to anyone looking at these rules that a normal, interesting conversation violates these rules at every turn: it is the insipid or stiffly formal conversation that hews to them.

Lakoff (1973) propone entonces dos normas de la conversación basadas en el estudio de las reglas de la conversación de Grice y la denomina: “*Rules of pragmatic competence*: “1. Be clear. 2. Be polite” (1973, p. 297). Para Lakoff (op.cit.), la cortesía se utiliza para minimizar el conflicto o la confrontación en la interacción, por lo que es más importante que la claridad:

Lakoff (1973, p. 296) afirma lo siguiente:

That is, if one seeks to communicate a message directly, if one's principal aim in speaking is communication, one will attempt to be clear, so that there is no mistaking one's intention. If the speaker's principal aim is to navigate somehow or other

among the respective statuses of the participants in the discourse indicating where each stands in the speaker's estimate, his aim will be less the achievement of clarity than an expression of politeness, as its opposite.

Para ser cortés, hay que seguir tres normas: 1. "Don't impose. 2. Give options. 3. Make A feel good - be friendly" (Lakoff, 1973, p. 298).

Las normas de cortesía se aplican tanto a las palabras como a las acciones. Según señala Lakoff (1973, p. 303):

A polite action is such because it is in accord with the dictates of one or more of Rules 1, 2, 3, as is a polite utterance [...]. What I think happens, in case two cultures differ in their interpretation of the politeness of an action or an utterance, is that they have the same three rules, but different orders of precedence for these rules.

En la teoría de este autor, la aplicación de las normas de cortesía puede variar de una cultura a otra, pero su forma básica suele ser la misma.

### **2.3.3. Brown y Levinson y las estrategias de cortesía**

La teoría de la cortesía de Brown y Levinson (1987) es una de la más elaboradas y mejor estructuradas. Ellos parten del hecho de que los actos de habla son potencialmente amenazantes para la imagen del interlocutor. La cortesía, por lo tanto, trataría de paliar esa posible amenaza. En otras palabras, la cortesía sería una estrategia encaminada a mantener buenas relaciones sociales a través de un comportamiento racional y evitando conflictos en la comunicación. Estos autores, que se basan en la imagen de Goffman (1955), (Brown y Levinson, 1987, 61-62) ofrecen la siguiente explicación de la imagen:

[...] face is something that is emotionally invested, and that can be lost, maintained, or enhanced, and must be constantly attended to in interaction. In general, people cooperate (and assume each other's cooperation) in maintaining face in interaction, such cooperation being based on the mutual vulnerability of face. That is, normally everyone's face depends on everyone else's being maintained, and since people can be expected to defend their faces if threatened, and in defending their own to threaten others' faces, it is in general in every participant's best interest to maintain each others' face, that is to act in ways that assure the other participants that the agent is heedful of the assumptions concerning face given under (i) above. (Just what this heedfulness consists in is the subject of this paper.)

Furthermore, while the content of face will differ in different cultures (what the exact limits are to personal territories, and what the publicly relevant content of personality consists in), we are assuming that the mutual knowledge of members' public self-image or face, and the social necessity to orient oneself to it in interaction, are universal.

Brown y Levinson (1987, p. 62) dividen las imagen en positiva y en negativa y la definen como sigue:

negative face: the want of every 'competent adult member' that his actions be unimpeded by others.

positive face: the want of every member that his wants be desirable to at least some others.

La imagen positiva implica un deseo de ser aprobado por parte de otros interlocutores, la imagen negativa es un deseo de libertad de acción para poder proyectar esa imagen.

Para Brown y Levinson "Positive politeness is redress directed to the addressee's positive face, his perennial desire that his wants (or the actions/acquisitions/values resulting from them) should be thought of as desirable" (1987, p. 101). Según estos autores "Negative politeness is redressive action addressed to the addressee's negative face" (1987, p. 129).

Brown y Levinson (op.cit.), basándose en la teoría de los actos de habla, sostienen que algunos actos de habla son de una naturaleza que amenazan la imagen positiva y negativa del oyente. Este tipo de comportamientos se denominan actos de amenaza a la imagen (*Face threatening act*).

Brown y Levinson (1987) distinguen entre actos que amenazan la imagen negativa y los que amenazan la imagen positiva. Los actos que amenazan la imagen negativa (1987, p. 66) son “Those acts that primarily threaten the addressee’s (H’s) negative-face want, by indicating (potentially) that the speaker (S) does not intend to avoid impeding H’s freedom of action”. y los actos que amenazan la imagen positiva (1987, p. 66) son “Those acts that threaten the positive-face want, by indicating (potentially) that the speaker does not care about the addressee’s feelings, wants, etc. -that in some important respect he doesn’t want H’s wants”.

Los actos que amenazan la imagen negativa son (1987, p.65-66):

- (i) Those acts that predicate some future act A of H, and in so doing put some pressure on H to do (or refrain from doing) the act A.
- (ii) Those acts that predicate some positive future act of S toward H, and in so doing put some pressure on H to accept or reject them, and possibly to incur a debt.
- (iii) Those acts that predicate some desire of S toward H or H’s goods, giving H reason to think that he may have to take action to protect the object of S’s desire, or give it to S.

Los actos que amenazan la imagen positiva son (1987, p. 66-67):

- (i) Those that show that S has a negative evaluation of some aspect of H’s positive face.
- (ii) Those that show that S doesn’t care about (or is indifferent to) H’s positive face.

Para Brown y Levinson (op.cit.), las personas adoptan algunas estrategias para minimizar o evitar la amenaza de la imagen. Como dicen Brown y Levinson (1987, p. 68) "In the context of the mutual vulnerability of face, any rational agent will seek to avoid these face-threatening acts, or will employ certain strategies to minimize the threat".

Brown y Levinson (1987, p. 103-129) indican 15 estrategias para la cortesía positiva:

- Strategy 1: Notice, attend to H (his interests, wants, needs, goods).
- Strategy 2: Exaggerate (interest, approval, sympathy with H).
- Strategy 3: Intensify interest to H.
- Strategy 4: Use in-group identity markers.
- Strategy 5: Seek agreement.
- Strategy 6: Avoid disagreement.
- Strategy 7: Presuppose/raise/assert common ground.
- Strategy 8: Joke.
- Strategy 9: Assert or presuppose S's knowledge of and concern for H's wants.
- Strategy 10: Offer, promise.
- Strategy 11: Be optimistic.
- Strategy 12: Include both S and H in the activity.
- Strategy 13: Give (or ask for) reasons.
- Strategy 14: Assume or assert reciprocity.
- Strategy 15: Give gifts to H (goods, sympathy, understanding, cooperation).

Asimismo, Brown y Levinson (1987, p. 129-211) indican 10 estrategias para la cortesía negativa:

- Strategy 1: Be conventionally indirect.
- Strategy 2: Question, hedge.
- Strategy 3: Be pessimistic.
- Strategy 4: Minimize the imposition, Rx.
- Strategy 5: Give deference.
- Strategy 6: Apologize.

Strategy 7: Impersonate S and H.

Strategy 8: State the FTA as a general rule.

Strategy 9: Nominalize.

Strategy 10: Go on record as incurring a debt, or as not incurring H.

Además, el nivel de cortesía que se debería emplear depende de otros factores: la distancia social (D) entre hablante y oyente, la relación de poder (P) entre ellos y el grado de imposición de un acto (R) en una determinada situación y cultura. Ellos crearon entonces una ecuación (Brown y Levinson, 1987, p. 76):

$$Wx = D (S, H) + P (H, S) + P (H, S) + Rx$$

con el objetivo de medir el grado en que un acto verbal resulta amenazante para la imagen, es decir, que, a través de esta ecuación, el hablante puede calcular el esfuerzo que tiene que emplear para mitigar la amenaza del acto de habla y elegir la estrategia de cortesía más adecuada.

La teoría de cortesía de Brown y Levinson (1987) ha sido y sigue siendo un modelo guía para muchos investigadores de la teoría de la cortesía.

#### **2.3.4. Leech y los principios de cortesía**

Leech (1983) condensó y desarrolló los principios de cooperación de Grice (1975) en un conjunto de principios englobados en su idea de los principios de cortesía de forma similar a las normas de Lakoff (1973). Leech (op.cit.) considera la importancia de la cortesía en la comunicación verbal y define el principio de cortesía como el principio de minimizar los actos de habla descorteses, omitiendo las palabras que perjudican al oyente o a un tercero, o expresándolas de forma indirecta. Leech (1983, p. 132) menciona en su libro seis máximas:

1. TACT MAXIM (in impositives and commissives).
  - (a) Minimize cost to other.
  - (b) Maximize benefit to other.
2. GENEROSITY MAXIM (in impositives and commissives).
  - (a) Minimize benefit to self .
  - (b) Maximize cost to self.
3. APPROBATION MAXIM (in expressives and assertives).
  - (a) Minimize dispraise of other .
  - (b) Maximize praise of other.
4. MODESTY MAXIM (in expressives and assertives).
  - (a) Minimize praise of self.
  - (b) Maximize dispraise of self.
5. AGREEMENT MAXIM (in assertives).
  - (a) Minimize disagreement between self and other.
  - (b) Maximize agreement between self and other.
6. SYMPATHY MAXIM (in assertives).
  - (a) Minimize antipathy between self and other.
  - (b) Maximize sympathy between self and other.

Según este autor, el incumplimiento de estas máximas conduce a un comportamiento descortés o poco amistoso. Sin embargo, como explica “[...] these maxims are observed 'up to a certain point', rather than as absolute rules” (Leech, 1983, p. 133).

### 2.3.5. Gu y las máxima de cortesía

Gu (1990) es un destacado estudioso de la cortesía china, y su interpretación de la cortesía china es interesante para posteriores estudios de la cultura china. Señaló el concepto chino de la cortesía y las máximas de la cortesía, que es similar al de Grice (1983). Gu identifica cuatro conceptos básicos de la comprensión china de la cortesía: respeto (*respectfulness*), modestia (*modesty*), actitud cálida (*attitudinal warmth*) y refinamiento (*refinement*).

Gu (1990, p. 239) explica estos cuatro conceptos básicos de la siguiente manera:

'Respectfulness' is self's positive appreciation admiration of other concerning the latter's face, social status, and so on. 'Modesty' can be seen as another way of saying 'self-denigration'. 'Attitudinal warmth' is self's demonstration of kindness, consideration, and hospitality to other. Finally, 'refinement' refers to self's behaviour to other which meets certain standards.

Gu (1990) cree que las dos máximas *tact maxim* y *generosity maxim* de Leech (1983) se reflejan en la cultura china en las nociones de calidez y refinamiento de las actitudes. Explica el ejemplo de la invitación para analizar el funcionamiento de las dos máximas. En chino, el éxito de una invitación rara vez se consigue en un solo acto de habla. Suele requerirse varios intercambios conversacionales. Gu (op.cit.) considera que es mucho más fácil hacer una invitación que aceptarla en la cultura china, porque hacer una invitación pone en riesgo la imagen de quien invita, aún así se considera una estrategia de cortesía. Como explica Gu (1990, p. 254), hay tres factores se oponen al deseo del invitado de aceptarla:

(1) renders the invitee indebted to the inviter, (2) goes against the Tact Maxim which requires the invitee to minimize cost to other, and (3) risks the invitee's face, for he might be seen as being greedy, if the inviter were in actual fact merely paying lip-service or issuing the invitation out of sheer consideration of formality.

Según sus datos, el número medio de intercambios comunicativos por invitación realizados para conseguir el objetivo es de tres, por lo que Gu (1990, p. 253) establece el siguiente patrón general:

(i) A: inviting

B: declining (giving reasons for doing so)  
(ii) A: inviting again (refuting B's reasons, minimizing linguistically cost to self, etc.)  
B: declining again (defending his/her reasons, etc.)  
(iii) A: insisting on B's presence (refuting, persuading, minimizing linguistically cost to self)  
B: accepting (conditionally or unconditionally).

Asimismo, Gu (op.cit.), resume cinco máximas de cortesía en consonancia con la cultura china, y que se basan en el principio básico de la sinceridad y el equilibrio.

- Máxima de la denigración de uno mismo: denigrarse a sí mismo y elevar al otro. Esta máxima refleja la virtud de la modestia en la cultura tradicional china.

- Máxima del tratamiento: elegir el tratamiento apropiado. Se refiere a la tradición de que las personas deben dirigirse a los demás de forma adecuada, según su rango, superioridad o inferioridad, para reflejar la relación social en la comunicación interpersonal.

- Máxima del refinamiento: ser retórico, utilizar eufemismos y expresiones de forma indirecta. Se utiliza menos el lenguaje directo y se prohíbe el 'lenguaje soez'. Esta máxima refleja la sofisticación lingüística y cultural del hablante.

- Máxima del acuerdo: intentar llegar a un acuerdo entre los interlocutores y buscar satisfacer los deseos de los otros. Se aconseja prestar atención a la identidad y al estatus social de la otra parte, respetar la imagen del otro y esforzarse por que la conversación sea armoniosa y suave. En otras palabras, las dos partes intentan minimizar sus diferencias. Esta máxima refleja la importancia que la cultura china otorga a la imagen y al estatus.

- Máxima de la virtud, el discurso y la acción: Se refiere a reducir el coste y aumentar los beneficios de los demás; Esta máxima refleja la importancia de la virtud en la cultura china. (Gu, 1990, p. 239)

Podemos ver similitudes entre los principios de cortesía de Leech (1983) y las máximas de cortesía de Gu (1990). Los principios de cortesía propuestos por Leech (1983) son muy respetados por los lingüistas occidentales. Sin embargo, las cinco máximas de cortesía de Gu (1990) se basan en la cultura china. Su estudio es uno de los primeros en explicar el fenómeno de la cortesía en la cultura china.

Como dicen Wang y Zeng (2000, p. 83):

Las personas no utilizan estas máximas de forma equilibrada, sino que su uso viene determinado por el contexto y la finalidad del discurso. En un contexto específico, las personas pueden valorar una máxima por encima de otras<sup>11</sup>.

### 2.3.6. Kerbrat-Orecchioni y la teoría de cortesía

Kerbrat-Orecchioni (2004) es de la opinión de que no todos los actos son amenazantes a la imagen como postulan Brown y Levinson (1987). Según esta autora también existen actos agradadores a la imagen como el cumplido y que ella denomina *face flattering acts* (FFA) (Kerbrat-Orecchioni, 2004, p. 43).

Según Kerbrat-Orecchioni (2004, p. 42), hay algunos actos agradadores que pueden reducir el daño a la imagen de los interlocutores, los principales son:

Los actos de habla indirectos; los desactualizadores modales,

---

<sup>11</sup> Versión original en chino: 无论是里奇所归纳的“六准则”，还是顾曰国所归纳的“五准则”，人们都不是均衡地使用它们，而是由具体的语境与会话目的决定它们的使用情况。在某种语境中，人们可能看重某一准则，而看轻另外一些准则。

temporales o personales (condicional, pasado de cortesía, giro impersonal o pasivo); los procedimientos retóricos, como la lítote o el eufemismo; las fórmulas de cortesía de antiguo repertorio (gracias, por favor, le ruego, etc.); pero también los enunciados preliminares, los procedimientos reparadores (excusas y justificaciones), los desarmadores, los aduladores, los modalizadores o los minimizadores.

Kerbrat-Orecchioni (2004, p. 49) introduce una categoría neutra, y establece lo siguiente:

- (1) Descortesía: ausencia «anormal» de un marcador de cortesía (o presencia de un marcador demasiado débil).
- (2) Acortesía: ausencia «normal» de un marcador de cortesía.
- (3) Cortesía: utilización de un marcador de cortesía más o menos esperado en el contexto.
- (4) Supercortesía: presencia de un marcador excesivo en relación a las expectativas normativas vigentes.

Para esta autora, un mismo comportamiento puede entrar en diferentes categorías, dependiendo de las normas sociales en las que se produzca. Considera que hay ciertas diferencias en el funcionamiento de la cortesía entre culturas. Estas diferencias culturales en el comportamiento cortés pueden conducir a malentendidos en la comunicación intercultural, ya que una sociedad nunca es homogénea, sus miembros se comportan de manera diferente según el 'subgrupo' al que pertenecen.

Kerbrat-Orecchioni (2004, p. 50) señala que las dos formas de cortesía, la cortesía positiva y la cortesía negativa, son hasta cierto punto opuestas:

[...] la primera implica incursiones sistemáticas en el territorio del otro (se trata de prodigarle diversas manifestaciones de simpatía y de interés: preguntas, cumplidos, regalos, ofrecimientos, invitaciones, etc.), mientras que la cortesía negativa implica, por lo contrario, la no injerencia (se trata,

ante todo, de dejar al otro en paz).

Kerbrat-Orecchioni (2004, p. 44) explica la cortesía positiva y negativa de la siguiente manera:

Cortesía negativa: A comete contra B alguna ofensa (FTA), que inmediatamente intenta reparar por medio de una excusa (FFA). Cuanto mayor es el peso del FTA (peso que sólo se evalúa en relación al cuadro comunicativo dentro del cual se inscribe el acto en cuestión), tanto más debe ser importante el trabajo reparador.

(2) Cortesía positiva: A presta a B algún servicio (FFA), y entonces le toca a B producir, a su turno, un FFA (agradecimiento u otra gentileza), de restablecer el equilibrio ritual entre los interactuantes (es el sistema del «toma y daca», o «servicios prestados recíprocamente»). Cuanto más importante es el FFA, tanto debe serlo igualmente el FFA recíproco.

Según Kerbrat-Orecchioni (op.cit), todo acto de habla puede describirse como un FTA o un FFA, o un compuesto de estos dos componentes.

### **2.3.7. Resumen de la sección**

En esta sección se describe la cortesía. La cortesía como actividad social para entender el fenómeno de la cortesía en chino, asimismo, se introducen las normas, conceptos y estrategias relacionadas con la cortesía (Lakoff 1973, Brown y Levinson 1978,1987, Leech 1983, Gu 1990, Kerbrat-Orecchioni 2004).

## **2.4. Resumen del capítulo**

El capítulo 2 presenta la teoría básica que guía este trabajo. En primer lugar, se describen seis dimensiones de la cultura, así como la cultura china, basándonos en el modelo de las dimensiones culturales, a saber, distancia de poder, aversión a la incertidumbre, individualismo y colectivismo, masculinidad versus feminidad, y la orientación a largo plazo frente a la orientación a corto plazo. En segundo lugar, se presenta el concepto de imagen. Por último, se revisan los conceptos de cortesía y teoría de la cortesía, ya que son fundamentales para entender el uso de las estrategias de cortesía, objeto de estudio del presente trabajo.

### **3. METODOLOGÍA**

El objetivo principal que nos proponemos para este trabajo es analizar qué estrategias de cortesía utilizan los sinohablantes en las conversaciones coloquiales. De este objetivo general se desglosan dos objetivos específicos, por una parte, clasificar las estrategias de cortesía utilizadas en estas conversaciones y, por otra parte, analizar la finalidad del uso de las estrategias de cortesía empleadas. Para alcanzar estos objetivos, se explica a continuación los métodos utilizados. En primer lugar, se presenta el corpus, aclarando dónde y cómo se recopilaron las conversaciones y los criterios seguidos para su selección. En segundo lugar, se muestran las teorías utilizadas para identificar las estrategias de cortesía y se describe el proceso de este análisis cualitativo de las estrategias de cortesía.

#### **3.1. El corpus**

El material utilizado para realizar este análisis es un corpus de vídeos de conversaciones coloquiales en chino. La decisión de producir este corpus se debe, en primer lugar, a la inexistencia de un corpus de conversaciones coloquiales chinas y, en segundo lugar, a que un corpus de esta índole intenta representar una función de la lengua natural, ya que las realidades lingüísticas a pequeña escala proporcionan información sobre la cultura y el contexto en el que se habla la lengua. La posibilidad de poder estudiar el lenguaje en un corpus proporciona una forma eficaz de acercarse a los sistemas de lenguaje natural.

La grabación de las conversaciones en vídeo nos permite estudiar el uso de las estrategias de cortesía en la conversación coloquial en

chino, ya que el contexto de la conversación es indispensable para identificar las diferentes formas lingüísticas, evaluar la función de las estrategias de cortesía utilizadas y observar las acciones y reacciones de comportamiento de los interlocutores.

Las conversaciones grabadas abarcan una variedad de situaciones comunicativas, principalmente las interacciones familiares y las conversaciones diarias entre compañeros. La forma de comunicar es informal y no está planificado de antemano, sino que se trata comunicaciones sobre temas cotidianos.

### **3.2. La recopilación del corpus**

Debido a que no existe un corpus de conversaciones coloquiales en chino, decidimos crear nuestro propio corpus. Nos gustaría destacar en este punto que esta labor no fue fácil, ya que era importante que las personas fueran nativos residentes en China y nosotros no nos podíamos trasladar a ese país, por lo que decidimos pedirles a familiares y amigos de los participantes en las conversaciones grabarnos conversaciones en vídeo. A continuación, especificamos las características de este corpus:

1. Las conversaciones fueron grabadas en la ciudad Xiamen y Fuan, en China.
2. El idioma utilizado por los participantes es el chino mandarín y el dialecto de la ciudad de Fuan.
3. Los participantes son todos hablantes nativos de chino y pertenecen a diferentes clases sociales, entre ellos hay vínculos de tipo familiar y de amistad.
4. El contenido de las grabaciones son conversaciones

coloquiales espontáneas e informales. Durante la grabación, los participantes sabían que sus conversaciones estaban siendo grabadas para fines lingüísticos. Asimismo, permitieron que la autora publicara la transcripción de estas grabaciones.

5. Los temas tratados en estas grabaciones son sobre la comida, espectáculos, compras, el alquilar el piso, el saludo, agradecimientos, exámenes, el dolor menstrual, 红包 (*Hongbao*), invitaciones, una almohada, etc. Los temas son libres, es decir, surgen de forma espontánea.

6. Las conversaciones fueron grabadas en el hogar, en la casa de amigas, en el restaurante y en la calle.

El problema que encontramos al recopilar las conversaciones es que han sido grabadas por personas sin experiencia y algunas de las grabaciones no tienen la calidad suficiente para cumplir los requisitos establecidos, por lo que descartamos algunos fragmentos, e incluso conversaciones completas. Tras una primera selección, elegimos las conversaciones más óptimas para nuestro estudio.

En total, hemos seleccionado 11 grabaciones para nuestro corpus. La grabación de las conversaciones nos permite comprender el propósito de la comunicación y evaluar si se utilizan estrategias de cortesía. En el proceso de selección, se descartaron algunos de las conversaciones por las siguientes razones: articulación poco clara del interlocutor, largas pausas debidas a silencios. Los datos sobre las conversaciones se presentan en la tabla (4). El corpus consta de 11 grabaciones de conversaciones coloquiales con diferentes participantes. La duración total de las grabaciones que pudieron utilizarse para nuestro análisis de las estrategias de cortesía fue de 15 minutos y 32 segundos. Los participantes son tanto hombres como mujeres y su edad oscilaba entre los 18 y los 95 años (excepto un chico

de 15 años en los ejemplos 2 y 4). El número total de interlocutores es de 24, y algunos de ellos aparecen en diferentes conversaciones. La tabla (4) muestra la duración de todas las conversaciones y el número de participantes.

**Tabla 4:** *Información de las conversaciones*

Conversación	Duración de grabación (Segundos)	Participantes
1	151	2
2	142	2
3	189	10
4	44	3
5	77	3
6	77	2
7	41	2
8	30	2
9	24	2
10	14	2
11	143	2

### 3.3. Análisis de los datos

El análisis cualitativo de las estrategias de cortesía en este trabajo se basa en observaciones de las conversaciones, el contexto y las relaciones entre los interlocutores.

Cuando se apreciaban estrategias de cortesía, se transcribían los fragmentos de las conversaciones de los vídeos de forma manual, explicando el contexto y las relaciones de las personas implicadas en la conversación en cuestión. Para explicar las estrategias de cortesía nos hemos basado en las teorías de Lakoff (1973), de Leech (1983), de Brown y Levinson (1987), de Gu (1990) y de Kerbrat-Orecchioni (2004). A través de la descripción de la conversación y del análisis de

las estrategias podemos explicar qué estrategias de cortesía utilizan los sinohablantes en las conversaciones coloquiales de nuestro corpus y por qué las emplean en esos contextos conversacionales.

## **4. RESULTADOS**

Esta sección presenta los resultados obtenidos del análisis de nuestro corpus de conversaciones coloquiales en chino, con el fin de dar respuestas a nuestros objetivos, a saber, analizar qué estrategias de cortesía utilizan los sinohablantes en las conversaciones entre familiares y amigos, clasificar las estrategias de cortesía utilizadas y analizar la finalidad del uso de estas estrategias.

### **4.1. Resultados cualitativos**

Presentamos a continuación los resultados cualitativos sobre las estrategias de cortesía utilizadas por los interlocutores del corpus.

El modelo de cortesía de Brown y Levinson (1978, 1987) ha sido el modelo que ha guiado a muchos investigadores de la teoría de la cortesía, ya que es un modelo muy amplio y elaborado, por lo que hemos pensado utilizarlo también para nuestra investigación. Asimismo, se han aplicado los principios de Lakoff (1973) y los principios de cortesía de Leech (1983), ya que son principios pragmáticos ampliamente respetados en la lingüística occidental y son aplicables a muchas culturas diferentes y, como hemos podido observar, también a la nuestra. Las cinco máximas de cortesía de Gu (1990) encarnan las características de la cortesía china, se basan en la cultura china y creemos que su teoría es importante para nuestro análisis. Hemos utilizado la teoría de cortesía de Kerbrat-Orecchioni (2004), pues ella propone unas estrategias de cortesía que se han observado en nuestro corpus y que tienen como finalidad agradar la imagen del otro.

A continuación, mostramos fragmentos de nuestro corpus para ejemplificar las estrategias de cortesía. Dichas estrategias se marcan en negrita, tanto en el fragmento chino como en el español y, después de cada ejemplos, se explica el contexto y las estrategias utilizadas.

(1):

W: 小雅，看我今天的枕头。我上次不是枕头没带吗？然后呢，然后我去网上买了两个枕头，然后今天刚干了，你觉得怎么样？

X: 看起来…

W: 仔细看看。

X: **看起来挺不错的，很好。**

W: 没错，我也觉得，你看这个猫，是不是很可爱？对不对？

X: 你喜欢吗？

W: 我也觉得挺可爱的。哎哟，今天晚上就用这个躺着睡觉，应该很舒服。

W: Xiaoya, mira mi almohada. No me traje la almohada antes, así que compré dos almohadas por internet. Las he lavado y secado hoy, ¿qué te parece?

X: Parece que [...]

W: [Mira más de cerca].

X: **Se ve bien, es bastante agradable.**

W: Sí, creo que sí, mira el dibujo del gato en la almohada, ¡Qué lindo! ¿No?

X: ¿Te gusta?

W: Yo también creo que sí. Esta noche dormiré con esta almohada , será muy cómoda.

(Conversación 2, minuto 0:10-0:36)

Durante este fragmento, W piensa que su almohada está muy bien y le pregunta a X qué le parece, X está de acuerdo con ella, incluso lo

intensifica con el adjetivo agradable y bastante, para que W se sienta bien, por ello. Según la teoría de Kerbrat-Orecchioni (2004, p. 50) sería un cumplido, un acto agradador a la imagen del otro, asimismo, se podría ver como la norma de Lakoff (1973, p. 298), *Make A feel good - be friendly* y como *Agreement maxim* de Leech (1983, p. 132). También para Gu, sería una máxima de acuerdo (1990, p.239). Estas estrategias se utilizan para mantener buena relación.

(2):

J: 你要和我一起看《明星大侦探吗》? 那个很好看的。

Z: 嗯, 但是那个有点恐怖啊, 晚上看那个不好啊。

J: ¿Quieres ver *Who's the Murderer* conmigo? Es un buen espectáculo.

Z: **Sí, pero ese da un poco de miedo, no es bueno verlo por la noche.**

(Conversación 1, minuto 0:28-0:35)

En el ejemplo 2, J es hermana de Z. Cuando J le propone ver el espectáculo juntos, Z no está del todo de acuerdo con la idea de su hermana. Para no herirla y amenazar su imagen diciendo que no, él utiliza unas estrategias de cortesía: según Brown y Levinson sería la estrategia de evitar un desacuerdo *Token agreement* (1987, p. 113), utilizando para ello un movimiento concesivo-positivo (si..pero) y una justificación. Según Lakoff, sería *make A feel good - be friendly* (1973, p. 298) y así consigue minimizar una posible amenaza y mantener la armonía.

(3):

W: 小雅, **你能**帮我拿一下充电器吗? 电量告急了, 没有电了。

X: OK OK.

W: Xiaoya, ¿**Me puedes** dar el cargador? **La batería se está agotando.**

X: OK OK.

(Conversación 2, minuto 0:40-0:47)

En este fragmento, W es compañera de piso de X. W quiere que su compañera de piso le dé el cargador, pero no utiliza un acto de habla directo, sino uno de habla indirecto, que sería la norma de cortesía: *Give options* (Lakoff 1973, p. 298). Además, emplea una justificación, de este modo, evita una posible amenaza a la imagen de la interlocutora y consigue su objetivo.

(4):

J: 但是我现在肚子有点饿, **你饿了吗?**

Z: 嗯。

J: 那…**你要不要**出去买个宵夜? 这样子我们就可以边看边吃, **边看边吃就没有那么恐怖了**。而且**你今天穿的这么好看**, 肯定要出去遛一遛让大家看一下你的**帅气**对不对, 不然在家里只有我一个人能看, 好不好?

Z: 好。

J: Pero ahora tengo un poco de hambre, ¿**tienes hambre?**

Z: Sí.

J: Entonces, ¿**quieres** salir a comprar la comida para que podamos ver y comer al mismo tiempo, **da menos miedo cuando se ve y se come al mismo tiempo**, y **hoy estás tan bien vestido** definitivamente tienes que salir y dejar **que todos vean lo guapo que eres**, si no, soy el único en casa que puede verlo, Vale?

Z: Bien.

(Conversación 1, minuto 1:26-1:48)

Durante este fragmento, J es hermana mayor de Z. J, al principio, le pregunta a Z si tiene hambre, pero la intención de J es que Z compre comida. Con el fin de no amenazar la imagen de J no se lo dice de forma directa. Al preguntar de esta forma y Z responderle que 'sí' se establece un terreno común. Según la teoría de Brown y Levinson sería la estrategia de *Include both S and H in the activity* (1987, p. 127).

J quiere que Z vaya a comprar comida, pero da opciones y no impone sus exigencias a Z, J no utiliza un imperativo, sino una pregunta y el verbo querer y así le ofrece a Z la opción de decir que no, ya que en chino 要不要 significa 'sí o no', de este modo hace que J se sienta bien, no amenaza su imagen y consigue su objetivo. Para Lakoff (1973) sería la norma de cortesía: *Give options* (1973, p. 298).

J le da ahora a Z la razón de que ver el programa mientras se come reducirá el miedo. J utiliza varias estrategias de cortesía: la estrategia de Brown y Levinson de *Give reasons* (1987, p. 127) y la de Lakoff *Don't impose* (1973, p. 298) con el fin de conseguir lo que J quiere y no amenazar la imagen de Z. Estas estrategias se utilizan para minimizar una posible amenaza a la imagen.

J elogia a Z por su vestido y dice que es muy guapo, lo que es un cumplido para Z. Según Kerbrat-Orecchioni, el cumplido (2004, p.50) es un acto agradador a la imagen del otro. También sería *make a feel good-be friendly* de Lakoff (1973, p. 298). Estas estrategias se utilizan para mantener buenas relaciones.

(5):

Y: Baby, 有点饿了, 我们点个外卖吧。

L: 吃啥呀?

Y: 我看一下哈，炒饭吧，**我看**这家蛮好吃的。

L: 可以。可以。可以。

Y: Baby, tengo un poco de hambre, **vamos** a pedir comida para llevar.

L: ¿Qué vamos a comer?

Y: A ver, Arroz frito... **creo** que este es bastante bueno.

L: Vale, vale, vale.

(Conversación 4, minuto 0:00-0:12)

En el ejemplo 5, Y y L son buenas amigas y, además, son compañeras de piso. Y quiere pedir comida para llevar y ella hace la sugerencia de pedir comida utilizando la forma inclusiva 'nosotras' y el verbo en plural 'vamos', aunque quiere decir 'tú' y no nosotras, pero al tratarse de un acto directivo lo minimiza utilizando el plural. Según la teoría de Brown y Levinson, sería una estrategia de cortesía positiva, *Include both S and H in the activity* (1987, p. 127), para evitar una posible amenaza a la imagen del interlocutor. Además, utiliza el verbo modal creer, acotando, de esta forma, su opinión, por lo que estaría relacionado con la máxima de Lakoff (1973, p. 298) *Give options*.

(6):

L: 哦，Baby，我又要放屁了（笑声）。

Y: 可能是...可能是我们今天苏打水喝太...喝太多了吧。不过（笑声）不过你这个味道跟茶叶蛋的香味有点像诶（笑声）。

L:（笑声）

Y: 有没有？有没有？

S: 嗯，嗯。（笑声）

L: Oh, Baby, me voy a tirar un pedo otra vez (**rie**).

Y: Tal vez .... tal vez hayamos bebido hoy demasiada... demasiada soda.

**Pero (ríe), pero este olor tuyo es un poco parecido al olor de los huevos de té<sup>12</sup> (ríe).**

L: (Ríe)

Y: ¿Qué te parece ? ¿Sí?

S: Sí,sí (Ríe).

(Conversación 4, minuto 0:18-0:44)

En este fragmento, L, Y y S son buenas compañeras de piso, L tiene la sensación de que se va a tirar un pedo y lo dice con antelación, pero este hecho podría ser una amenaza a la imagen de los demás interlocutores. En este caso, la risa de L se utiliza como medio reparador, la risa minimizar la posible amenaza de la imagen entre los interlocutores. Para Kerbrat-Orecchioni, se trata de una estrategia de reparación por un acto descortés (2004, p. 44). Y le dice a L que no se preocupe que igual es porque ha bebido mucha soda, sugiriendo que no tiene que avergonzarse por ello, además, Y dice que el pedo de L huele muy bien, comparable a una comida exquisita china. Y intenta aliviar la vergüenza de L bromeando sobre ello. Para Brown y Levinson, el *Joke* (1987, p. 116) es una estrategia de cortesía positiva que minimiza una posible amenaza a la imagen del otro.

(7):

L: Baby, 我们今天看的房子你觉得咋样? 我觉得还行。

Y: 我觉得在**装修方面**非常好啊。

L: 那我们要不要就定那个房子啊?

Y: 嗯... 但我们的房子, **现在这个还没到期**, 不用这么着急就确定了吧, 多看一看, 没准有更好的, **对吧**。

---

<sup>12</sup> Los huevos de té es una comida típica china que huele muy bien.

L: 嗯, 那我们再多看一看。

Y: 周末...周末...周末...周末我们三个一起去看一下。

L: Baby, ¿qué te parece el piso que hemos visto hoy? Creo que está bien.

Y: Creo que muy bien **en el aspecto de decoración.**

L: Entonces, ¿firmamos el contrato del piso?

Y: Deja que piense...**todavía no ha vencido el contrato del alquiler**, por lo que no tenemos que tener prisa para tomar ya una decisión, podemos ver más opciones, ya que podemos encontrar un piso mejor, **¿no crees?**

L: Bueno, entonces veremos más.

Y: el fin de semana... el fin de semana... el fin de semana... **Nosotras iremos a elegir un piso juntas el fin de semana.**

(Conversación 5, minuto 0:02-0:25)

Durante este fragmento, L e Y son compañeras de piso y en estos momentos están viviendo en un piso de alquiler, pero tienen que dejarlo. Ellas han ido a ver otro piso y en este fragmento L piensa que el piso que han visto es muy bueno, pero a Y no le gusta y no quiere decir directamente que no para no amenazar la imagen de su compañera, por lo que dice que le parece que solo la decoración del piso está bien y el resto no. Y utiliza la estrategia positiva de cortesía de Brown y Levinson, *Hedging opinions de Avoid disagreement* (1987, p. 116), esta estrategia se refiere al hecho de que el interlocutor puede elegir ser vago sobre su propia opinión, para que no se vea que está en desacuerdo. Y dice que tienen mucho tiempo para encontrar un piso más adecuado y sugiere mirar otros pisos, esto sería la estrategia de cortesía de Brown y Levinson (1987, p. 107) *Intensify interest to H*. También le da opciones a través del 'no' y de ir el fin de semana. Para Lakoff sería una norma de cortesía: *Give options* (1973, p. 298).

(8):

S: 我们买资生堂防晒霜吗? 现在打折, 买三瓶送的小样相当于一瓶, 我们可以每人两瓶。

Y: 哇, 哇, 现在确实非常的便宜诶。不过我不怎么涂防晒霜诶。

S: 那好吧。萍萍你要吗?

L: 我也不咋涂。

S: ¿Vamos a comprar la crema solar de Shiseido? Ahora está a la venta, y la muestra que te dan al comprar tres botellas equivale a una botella, así que podemos tener dos botellas cada uno.

Y: **Es realmente muy barato ahora. Sin embargo, no uso mucha crema solar.**

S: Está bien. ¿Lo quieres, Ping?

P: **Yo tampoco me pongo.**

(Conversación 5, minuto 0:59-1:17)

En este ejemplo 8, las tres interlocutoras son compañeras de piso y S les pregunta a sus dos compañeras si quieren comprar juntas una marca específica de crema solar que está de oferta. Sin embargo, Y y P no quieren comprarlo. Frente a la pregunta de S, tanto Y como P fingen tener una razón para no comprar esa crema solar diciendo que no la usan normalmente. S y P no dicen directamente que no, con el fin de no amenazar la imagen de S. Se podría considerar como la estrategia de evitar un desacuerdo *Token agreement* (Brown y Levinson, 1987, p. 113), utilizando para ello un movimiento concesivo positivo, pues Y está de acuerdo con S y le dice que la crema solar sí es barata ahora, pero que no la usa. Asimismo, al no decirle directamente que no la quiere comprar, utiliza una estrategia de cortesía negativa *Be conventionally indirect* (Brown y Levinson, 1987, p. 132) con el fin de evitar una posible amenaza a la imagen.

(9):

C: 我在刷视频啊，你看看这道菜，要不然我们明天做一下？

W: 可是... 可是是肥肠诶，**肥肠很难做**，又很难洗，也不太容易做的好吃。

C: Estoy viendo un vídeo, mira este plato, ¿lo hacemos mañana?

W: Pero... Pero es un intestino grueso de cerdo, **difícil de limpiar y hacer, y no es fácil que esté delicioso.**

(Conversación 6, minuto 0:04-0:25)

En este fragmento, C y W son compañeros de clase. C quiere cocinar un plato que está viendo en el vídeo, pero W no quiere porque piensa que es difícil. W da las razones por las que el plato es difícil de hacer y de limpiar en lugar de rechazar la petición de C directamente para minimizar la amenaza de la imagen de C. Según la teoría de Brown y Levinson, sería una estrategia de cortesía negativa *Be conventionally indirect* (1987, p. 132) y cortesía positiva *Give reasons* (1987, p. 127). También se trataría de la estrategia de cortesía *make a feel good - be friendly* (Lakoff, 1973, p. 298).

(10):

W: 我要去做作业，**你不去做作业吗**？

C: 等我看完这个视频我再去做。

W: Voy a hacer la tarea, **¿no haces la tarea?**

C: La haré después de ver este vídeo.

(Conversación 6, minuto 0:01-0:14)

En el ejemplo 10, W sabe que se acerca la fecha límite para que C entregue su tarea, un trabajo para la universidad. W se lo recuerda y le pide a C que haga su tarea. Al utilizar una pregunta, una forma indirecta en vez de un acto directivo, la amenaza a la imagen de C queda minimizada. Según Brown y Levinson, se trataría de una estrategia de cortesía negativa *Be conventionally indirect* (1987, p. 132) y para Lakoff, sería *Give options* (1973, p. 298).

(11):

L: 我给你看一下这是我刚买的裤子，感觉怎么样。

D: 你能穿得下这条裤子吗？有点小吧。

L: 不会啊，我觉得刚好啊。

D: 为什么要买这种颜色的裤子？

L: 因为模特穿这种颜色就挺好看的。

L: Quiero mostrarte los pantalones que acabo de comprar, ¿qué te parece?

D: ¿Puedes caber en estos pantalones? son **un poco** pequeños.

L: Sí, creo que están bien.

D: ¿Por qué has comprado los pantalones en este color?

L: Porque a las modelos les sienta bien este color.

(Conversación 7, minuto 0:02-0:17)

En este fragmento, L es hermana de D. L le muestra a D sus nuevos pantalones, pero D piensa que son demasiado pequeños y que no le pueden quedar bien. Hace uso del verbo modal poder para minimizar la amenaza a la imagen de L, incluso utiliza un cuantificador minimizador 'un poco'. D le pregunta a L si puede caber en esos pantalones, expresando su duda sobre la idoneidad de la compra de L. También le pregunta a L por qué ha comprado los pantalones de ese

color, no por curiosidad, sino porque a D no le gusta ese color, por lo que esta pregunta, en realidad, es una crítica, pero al utilizar una pregunta minimiza la amenaza a la imagen de L. Para Brown y Levinson sería una estrategia de cortesía *Question, hedge* (1987, p. 145), al utilizar una pregunta en lugar de una afirmación. Para Gu sería una máxima de refinamiento de forma indirecta (1990, p. 239)

(12):

D: 我刚拍了一个视频，我想剪辑一下，可是我想不到除了你还有谁能帮我剪辑。

L: 可是我不会。

D: 你不是学过吗？

L: 我只会一些基础的。

D: 没事，你可以的。

D: Acabo de hacer un vídeo y quiero editarlo, **pero no se me ocurre nadie más que pueda editarlo para mí, aparte de ti.**

L: **Pero no sé cómo editarlo.**

D: ¿No lo has aprendido antes?

L: Sólo puedo editar lo básico.

D: Está bien, ¡**tú puedes!**

(Conversación 7, minuto 0:18-0:30)

En este fragmento, D ha terminado de grabar un vídeo y quiere subirlo a las redes sociales, pero no tiene la habilidad de editar un vídeo. Sin embargo, L ha aprendido a embellecer y editar vídeos, así que D le pide que edite el vídeo por él argumentando: 'no se me ocurre a nadie más', con el fin de no amenazar la imagen de L y, además cuando L le dice que solo puede hacer lo más básico, D le anima y le dice que él sí que puede. Esto coincide con la estrategia de cortesía

negativa de Brown y Levinson, *Give overwhelming reasons* (1987, p. 189). También estaría relacionado con la máxima de Leech *maximize sympathy between self and other* de *sympathy maxim* (1983, p. 132) y la norma de Lakoff *make a feel good - be friendly* (1973, p. 298) con el fin de conseguir el objetivo.

(13):

Y: 哇! 今天这一身很好看, 我怎么没有看过你穿这一身, 这是老妈买给你的吗?

W: 对啊, 这是老妈新买的。

Y: 哇! 这个裤子也很好看, 看起来腿就…嗯…很长, 一米七的大高个了。

Y: **Wow es un bonito vestido el que tienes hoy.** ¿cómo es que no lo he visto antes? ¿Mamá te compró esto?

W: Sí, es un vestido nuevo que me compró mamá.

Y: **Wow estos pantalones también se ven bien, se ven largos de piernas, ya mides 1,70cm.**

(Conversación 8, minuto 0:10-0:25)

En ejemplo 13, Y es hermana mayor de W, W se pone la ropa que su madre le ha preparado para el Año Nuevo e Y utiliza un tono exagerado para felicitarle por su vestimenta y lo bien que le queda. Para Leech, sería una estrategia de *maximize praise of other* (*Approbation maxim*, Leech, 1983, p. 132). También para Kerbrat-Orecchioni, el cumplido (2004, p.50) sería una estrategia de cortesía, un acto agradable a la imagen del otro. El uso de estas estrategias hace que W se sienta bien, por lo que también estaría relacionado con la norma de Lakoff *make a feel good - be friendly* (1973, p. 298).

(14):

R: 我要出门了。

Y: 你吃饭了吗?

R: 吃过了呀。

Y: 你现在要去哪?

R: 我去中国城买点吃的。你有什么需要我帮你带的?

Y: 你买的东西会很多吗?

R: 不会啊, 我... 你需要什么东西你可以跟我说。

Y: 那**麻烦你**请帮我带一下跟上次一样的台湾香肠吧, 非常感谢!

R: Voy a salir.

Y: **¿Has comido?**

R: He comido.

Y: ¿A dónde vas ahora?

R: Voy a China Town a comer algo. ¿Necesitas que te traiga algo?

Y: ¿Vas a comprar muchas cosas?

R: No, yo... Puedes decirme si necesitas algo.

Y: Entonces, por favor, tráeme las mismas salchichas taiwanesas que comimos

la última vez, **¡Qué molestia es para ti!** ¡Muchas gracias!

(Conversación 8, minuto 0:01 -0:30)

Esta conversación, donde R e Y son amigas, comienza con el saludo de Y a R: '¿Has comido?'<sup>13</sup> que es un saludo cordial en esta conversación. A través de este saludo los chinos suelen condensar el sufrimiento causado por la falta de alimentos, una tradición desde la antigüedad hasta los tiempos modernos, por lo que según la teoría de

---

<sup>13</sup> En la antigua China, había muy pocas personas que podían comer bien durante todo el año, por lo que la gente se preocupaba extraordinariamente por la comida. La gente se preocupaba por sus hijos y les preguntaba cuando los encontraba: '¿Has comido?'. Los niños pensaban en los ancianos y les hacían la misma pregunta cuando se encontraban con ellos: ¿Has comido? Con el paso del tiempo, esta frase se ha convertido en el saludo que mejor refleja la atención genuina.

Kerbrat-Orecchioni (2004, p. 44) sería una estrategia de cortesía con el fin de agradar la imagen al otro, ya que es una muestra de interés y cariño hacia el otro.

Durante la conversación, Y le pregunta a R que a dónde va ahora, esto también es una forma de saludo en la cultura china para mantener la relación. Según Jin (2019), el énfasis de la cultura china en el colectivismo hace que los individuos se preocupen por su familia y sus amigos, por lo que compartir al máximo los detalles personales en el proceso de la comunicación es una forma eficaz de estrechar lazos y fortalecer las amistades.

La frase “¡Qué molestia es para ti!” de Y es una manera de agradecimiento, porque las salchichas pesan mucho, además Y piensa que es una molestia para R. Esta forma de agradecimiento sería según la teoría de Lakoff la norma de cortesía *make a feel good-be friendly* de Lakoff (1973, p.298).

(15):

L: 晚饭吃完再回去，要回去也得等晚饭吃完。

S: 要做什么来不及？

[...]

E: 我们去姨姨家看一下，然后回去吧。

C: 晚饭吃完再回去。

D: 今晚留下来吃饭。

E: 我们要回去了，实在是没空。等我们有时间我们再回来。

L: **Antes de volver a tu ciudad tienes que quedarte a cenar aquí.**

S: ¿Es demasiado tarde para hacer algo?

[...]

E: **Vamos a la casa de mi tía a echar un vistazo y luego volvemos a la ciudad,**

tengo trabajo.

C: **Vuelve después para la cena.**

D: **Quédate a cenar esta noche.**

E: **Vamos a regresar a la ciudad, realmente no tenemos tiempo. Volveremos a visitaros cuando tengamos tiempo.**

(Conversación 3, minuto 0:39 -2:00)

El fragmento 15 trata de una escena de comida de Año Nuevo. Varios jóvenes, E y su familia, que viven en otra ciudad, van al pueblo a visitar a sus mayores L, S, C y D. Después del almuerzo, E quiere irse porque está ocupado con el trabajo, L, C, D hacen, cada uno, una invitación a E y a su familia para quedarse a cenar. Después de que L hace la primera invitación, E no se niega rotundamente, sino que le dice que se van a la casa de su tía y que luego vuelven, así que rechaza de forma indirecta. Cuando C y D hacen la segunda y tercera invitación, E, en lugar de decir a estos directamente que no asistirá, explica que no puede asistir debido al trabajo y declina la invitación con una expresión facial, dando a entender que lo siente y promete volver la próxima vez que esté libre. En china el anfitrión repite la invitación tres veces y el invitado rechaza indirectamente dos veces. Según Gu, sería una forma de *inviting* (Gu, 1990, p. 253) en chino. Para Zhao (2017) esta forma de invitación es una estrategia de cortesía. Como dice Zhao “Esta forma de invitación en español es muy rara, pero en chino es una estrategia de cortesía para mostrar la sinceridad del anfitrión al invitado y al ceder por respeto del invitado hacia el anfitrión” (Zhao, 2017, p. 77). Según Kerbrat-Orecchioni, la invitación (Kerbrat-Orecchioni, 2004, p. 50) es una forma de cortesía, es un acto agradador a la imagen del otro y también es una manera de mantener una buena relación.

(16):

Y: **陈总监**, 不好意思让您请我, 下一次您一定要赏脸让我也请您一回。

C: 这没什么的, **小王**。

Y: **Directora Chen**, siento que me invite, **usted** deberá darme una oportunidad para invitarle la próxima vez.

C: No es nada, **Xiao Wang**.

(Conversación 9, minuto 0:01 -0:08)

En este fragmento C e Y son amigas, aunque C es la directora de la empresa donde trabaja Y. C, además de ser un poco más mayor, tiene un puesto más alto que Y en la empresa, pero a menudo le ayuda a esta en el trabajo. En China, las personas, por cortesía, suelen referirse a los demás de forma jerárquica, utilizando el tratamiento adecuado cuando se dirigen a ellos. A menudo, el tratamiento no es sólo el comienzo de una conversación, sino que también refleja las relaciones sociales entre los interlocutores. y en la cultura china el uso de tratamientos adecuados se considera la forma más básica de cortesía.

Después del trabajo C invita a Y a cenar y C paga la cena. Según el estatus social, por respeto a C, Y usa 'usted' en lugar de 'tú' cuando expresa su agradecimiento por la invitación de C, y se dirige a C como 'Directora Chen'; 'Directora' es una posición social, 'Chen' es el apellido. En China, los subordinados se dirigen a sus superiores por la posición social y el apellido. Cuando C responde al agradecimiento de Y, usa el tratamiento 'Xiao Wang', Xiao es un diminutivo, Wang es el apellido. En China, los superiores se dirigen a los subordinados en forma de un cuantificador diminutivo y el apellido; esta es una forma muy apropiada y común para que los superiores se dirijan a sus subordinados. Como dice Zhao "Xiao en chino es equivalente a un diminutivo, pero no de

dimensión, como un tratamiento hipocorístico, sino de posición social para aludir a un grado social inferior en la escala profesional” (Zhao, 2017, p. 81). Para Gu, sería una estrategia de cortesía elegir el trato apropiado, una máxima de tratamiento (1990, p. 239). Según Gu (op.cit.), a diferencia de otras máximas, la máxima de tratamiento puede considerarse una expresión de cortesía lingüística. No utilizar el tratamiento apropiado para dirigirse a alguien es un signo de descortesía o de ruptura del orden social establecido. Por ello, a pesar de ser amigas, basándose en el estatus social y en el respeto a la directora Chen, Y utiliza esta estrategia.

(17):

J: 荣榜, 听说你 DELE 成绩出来了, 过了吗?

C: 过啦, 我好开心呀。

J: 难不难, 我也想考。

C: 那你去考呀, **我西语成绩这么差, 我都过了, 你一定可以过的**, 你赶紧去报名吧, **对你来说一定很简单**。

J: 好吧。

J: Dicen que se han anunciado los resultados del examen del DELE ¿Has aprobado el examen?

C: Sí, estoy muy contento.

J: ¿Fue difícil? Yo también quiero hacerlo.

C: Entonces ve y hazlo, **mi español es muy malo, pero yo lo aprobé, seguro que puedes aprobarlo**, date prisa y matricúlate, **te será fácil**.

J: Bien.

(Conversación10, minuto 0:01 -0:14)

En este fragmento C y J son compañeros de clase y J se entera

de que C ha aprobado el examen del DELE, así que J le pregunta a C si fue difícil y si ella también quiere hacerlo. C dice que su nivel de español no es tan bueno como el de J, que si él puede aprobar el examen ella (J) también puede aprobarlo. Lo que C dice aquí (mi español es muy malo, pero yo lo aprobé, seguro que puedes aprobarlo) es una forma modesta de hablar. Para Gu sería una máxima de denigración de uno mismo (1990, p. 239), una estrategia de cortesía, 'denigrar' y 'humillarse' a sí mismo, o a algo relacionado con uno mismo, y 'honrar' o 'elevar' a otros o a algo relacionado con otros. Esto refleja la virtud de la modestia en la cultura tradicional china. Del mismo modo, según Leech, la afirmación de C de que J aprobará el examen es una *approbation maxim* (Leech, 1983, p. 132). También para Kerbrat-Orecchioni (2004, p.50), el cumplido (seguro que puedes aprobarlo, te será fácil) es una estrategia de cortesía, pues se considera un acto agradador a la imagen del otro (2004, p. 43). Estas estrategias se utilizan para mantener una buena relación entre los compañeros.

(18):

M: 这些钱给你们买点东西吃。

S: 不用, 走, 走, 走...

N: 丽美, 拿走。

M: 我给你...

S: 别说了, 拿走它。

M: 这是我给你们两个的。

L: 现在还能挣钱, 再老一点再给钱。

S: 走, 走, 走。

N: 丽美, 再老一点再给。

L: 他们俩现在还能挣钱, 先不用给。以后再给一点, 真的不能挣钱了.....

Z: 去吃饭, 去吃饭。

N: 这是不需要的。

L: 这确实是不需要的, 李美, 拿走。

N: 拿过去还她。

L: 你还有那么多小孩在读书。

N: 我还要走到你家去还钱。

M: Este dinero es para que compréis algo de comer.

S: **No hace falta este dinero, tú vete, vete, vete...**

N: **Li Mei, llévatelo.**

M: Te lo doy ....

S: **Deja de hablar y llévatelo.**

M: Esto es de mi parte para ustedes dos.

L: **Ahora podemos seguir ganando dinero, nos lo darás cuando seamos un poco mayores.**

S: **Vete, vete, vete.**

N: **Nos lo darás cuando seamos un poco mayores.**

L: Ambos pueden seguir ganando dinero ahora, así que no tienes que darlo ahora. Un poco más tarde, realmente no pueden ganar ningún dinero .....

Z: Ve a comer, ve a comer.

N: **No es necesario.**

L: Realmente no es necesario, Li Mei, tómalo.

N: Toma esto y devuélveselo.

L: Tienes muchos niños en la escuela.

N: Tengo que ir andando a tu casa para devolvértelo.

(Conversación 3, minuto 2:02-3:00)

El fragmento del ejemplo 18 es de una conversación durante una fiesta de Año Nuevo, en la que varios jóvenes han venido a visitar a los mayores del pueblo, siendo S y N los mayores y L es la nuera de S y N; los tres viven en el mismo edificio. M, que es joven, ha venido con su marido (Z) de visita. Después de que M termina de comer y conversar, la familia de M se prepara para irse y regresar a la ciudad donde viven. Antes de marcharse, M le da a S y N un 红包

(Hongbao)<sup>14</sup> lleno de dinero, pero S y N se niegan repetidamente a aceptar. Y L también dan la razón a estos de que ahora pueden seguir ganando dinero a sus edades y le dicen a M que ella puede esperar hasta que sean mayores antes de darles dinero. S empuja a M, que tiene el 红包 en la mano, porque quiere que M coja el 红包 y se va rápidamente. Sin embargo, el marido de M, Z se lo arrebató y lo pone en la mesa de S y N. En China, este acto de recibir un 红包 suele ser posible después de múltiples negativas por parte del receptor y múltiples ofertas por parte del dador. El acto de regalar 红包 a los mayores es una expresión de esperanza de que vivan una vida larga y saludable, así como una expresión de piedad filial y gratitud por sus años de crianza y cuidados.

En China, la gente suele decir 'no' varias veces antes de aceptar. Esto se considera una estrategia de cortesía y es una característica de la forma de comportarse de los chinos. En la cultura china, es mucho más fácil dar que aceptar. Por un lado, demuestra la adhesión del donante a *Generosity Maxim* (Leech, 1983, p. 132), es decir, aportar el mayor beneficio a los demás. Por otro lado, el aceptador corre un riesgo, ya que si el donante da por razones puramente formales, puede ser considerado codicioso. Los rechazos múltiples facilitan la capacidad del aceptador para discernir las verdaderas intenciones del dador. Por lo tanto, consideramos que este rechazo múltiple antes de la aceptación es una estrategia de cortesía. El uso de esta estrategia hace que la persona que acepta no se sienta en deuda y en la persona que ofrece aumenta la satisfacción de lo que aporta a los demás. Esta estrategia se utiliza, por lo tanto, con el fin de mantener una buena relación.

---

<sup>14</sup> 红包(Hongbao) es una costumbre china. Es el dinero que regalan los mayores a los niños o los jóvenes a los mayores, envuelto en un sobre rojo durante el Año Nuevo chino.

(19):

W: 这样子穿得很奇怪啊。

Y: 这样子就可以啦，**你这样子很好看**。

W: 你不觉得这样很奇怪嘛？

Y: 不会啊。就穿这样，然后配上这个靴子，靴子穿上去看看好不好看。

Y: **你这样穿就很好看啊**。明天过年就穿这个。

W: Es extraño vestirme así.

Y: Está bien, **te queda bien así**.

W: ¿No crees que eso es extraño?

Y: Yo creo que no. Póntelo así, y luego ponte estas botas a ver si te quedan bien.

Y: **Te queda muy bien esto**. Ponte esto para la víspera de Año Nuevo mañana.

(Conversación 11, minuto 1:47-2:15)

En este fragmento Y es la hermana mayor de W. W lleva sus pantalones nuevos y está lista para salir, pero le parece extraño vestirse de esa manera y que no le queden bien, y W la felicita dos veces por lo bien que le quedan. Según Leech, sería una estrategia de *maximize praise of other* de *Approbation maxim* (Leech, 1983, p. 132). También para Kerbrat-Orecchioni, el cumplido (Kerbrat-Orecchioni, 2004, p.50) es un acto agradador a la imagen del otro. Y repite este acto de habla y, además, lo intensificada con el adverbio muy con una doble finalidad, la de agradar la imagen de su hermana y mantener así una buena relación.

(20):

W: 我今天不是也生理期来了嘛。然后我昨天，我昨天在上课的时候，我昨天在上课是時候，然后呢，就写作业写着，就突然肚子痛起来，然后脸白白的，然后人

家...我还吐了。然后人家问我怎么了，然后我说肚子疼，特别特别痛。然后呢，后面我真的走不动了，找陈佳人帮我请假了，然后呢，她们帮我扶出去，然后呢，我真的没有力气，动不了了，然后呢，然后后面还是老师背我下去的。

X: 那也太惨了吧，我之前生理期也很痛诶，**但是我感觉你比我严重很多。**

W: 真的假的啊？

X: **那我们两个也太惨了吧。**

W: 是吧。

X: 每次都好痛的感觉。

W: 我们两个怎么那么惨呀！

X: 对啊。

W: Hoy también tengo la regla. Ayer estaba en clase, y estaba escribiendo mi tarea, y de repente me dolió la regla, y mi cara se puso blanca, y yo...vomité. Entonces me preguntaron qué me pasaba y les dije que me dolía la regla, que me dolía mucho. Ya no podía caminar, así que le pedí a Chen Jiaren que me ayudara. Pero no tenía fuerzas y no podía moverme, así que el profesor me llevó abajo.

X: Qué mal, mi período también fue muy doloroso, pero **me parece que tú estás mucho peor que yo.**

W: ¿Verdad?

X: **Es una desgraciada para nosotras.**

W: ¿Sí?

X: Duele mucho cada vez.

W: ¡Qué desgraciadas somos!

X: Sí.

(Conversación 2, minuto 1:15-1:59)

En el fragmento del ejemplo (20), X y W son compañeras de habitación y de clase, y X se solidariza con la experiencia de dolor

menstrual de W, diciendo que, aunque ella también sufre, siente que W sufre más que ella. Y X dice que ambos son muy desgraciadas. Para Leech, sería *Maximize sympathy between self and other, Sympathy maxim* (Leech, 1983, p. 132). Para Lakoff, sería *make a feel good-be friendly* (1973, p. 298). Estas estrategias de cortesía se utilizan para mantener una buena relación.

(21):

W: 大姐, 我好像没带钱。

J: 没带钱? 稍等我一下, 刚刚好, 老妈上次给我的一百块没有花掉。

J: 你买完快点回来哦。

W: 好。

W: **Hermana mayor**, parece que no tengo dinero .

J: ¿No tienes dinero ? Espérame un momento, los cien yuanes que me dio mi madre la última vez no se han gastado.

J: Cómpralas y vuelve enseguida **O**.

W:Vale.

(Conversación 1, minuto 2:14-2:29)

En este fragmento, W es hermano de J. En China, se considera descortés que un hermano menor llame a su hermana mayor por su nombre directamente. Por respeto a su hermana, aquí el hermano menor llama a su hermana mayor de forma cortés. Según la teoría de Gu sería la máxima de tratamiento, es decir, sería una estrategia de cortesía de elegir el tratamiento apropiado (Gu, 1990, p. 239). W coge el dinero de la comida y sale, J le da la orden de volverse a casa pronto, pero añade una partícula modal 哦 (O) con el fin de minimizar la fuerza ilocutiva del imperativo y, de este modo, no amenazar la imagen

de W. Según la teoría de Lakoff, sería *make a feel good-be friendly* (1973, p. 298). Como dice Zhao (2020, p. 93), “Esta partícula se suele utilizar entre chicas jóvenes con el fin de mostrar la inocencia y acortar la distancia interpersonal”. En china, muchas chicas utilizan esta partícula modal con frecuencia para reducir la fuerza ilocutiva de la enunciación. Se utilizan partículas modales para indicar el tono. Chi (1970, p. 54) indica “Las partículas modales no tienen significado semántico y no pueden actuar como elemento sintáctico por sí misma”<sup>15</sup>. Para Liu (2004, p. 410), “La partícula *A* se añade al final de una frase para atenuar y suavizar el tono”<sup>16</sup>. Lee-Wong (1998, p. 389) explica que la partícula modal *BA* se utiliza para suavizar el tono.

En (22) vemos también un ejemplo con una partícula modal:

(22):

Y: 三妹，帮我去拿个快递吧，好不好。

W: 好吧，好吧，好吧。那我这样子出去怎么样？

Y: Tercera hermana, recoge una entrega por mí **BA**, ¿Vale?

W: Vale, vale, vale. ¿qué tal si salgo con este vestido?

(Conversación 11, minuto 0:00-0:06)

En fragmento 22, Y es la hermana de W. Y quiere que W recoja la entrega, y aunque W tiene la expresión facial de no querer hacerlo, finalmente accede a hacerlo por Y. Y utiliza una partícula modal *BA* para reducir la fuerza ilocutiva del imperativo, además, emplea un tono

---

<sup>15</sup> Versión original en chino: 虚词是指意义速泛，不能单独充当句法成分的词。

<sup>16</sup> Versión original en chino: “啊”加在这种句子的末尾，可以缓和语气。

más suave para minimizar la amenaza a la imagen de W. Como señala Zhao (2021, p. 94):

La partícula modal 吧 (ba) ha sido la partícula modal más utilizada como mecanismo de atenuación en el presente estudio. Se suele utilizar para expresar los actos directivos de forma indirecta y los actos asertivos en forma de probabilidad, de tal manera que el hablante ofrece posibilidades de negociación, no impone y, al mismo tiempo, muestra respeto hacia el interlocutor.

Las estrategias de cortesía por partículas modales es una estrategia muy común en el corpus. En chino, las partículas modales se utilizan con frecuencia en las conversaciones. En este trabajo se registran tres partículas modales: 吧 (BA), 啊 (A) y 哦 (O). Estas partículas modales se sitúan al final de la frase y no modifican el contenido proposicional, ya que no tienen significado semántico, sino que minimizan la fuerza ilocutiva del enunciado y previenen así una posible amenaza a la imagen del otro.

Podemos resumir todas las estrategias de cortesía utilizadas y las finalidades en nuestro análisis en la siguiente tabla:

**Tabla 5:** *Las estrategias de cortesía utilizadas*

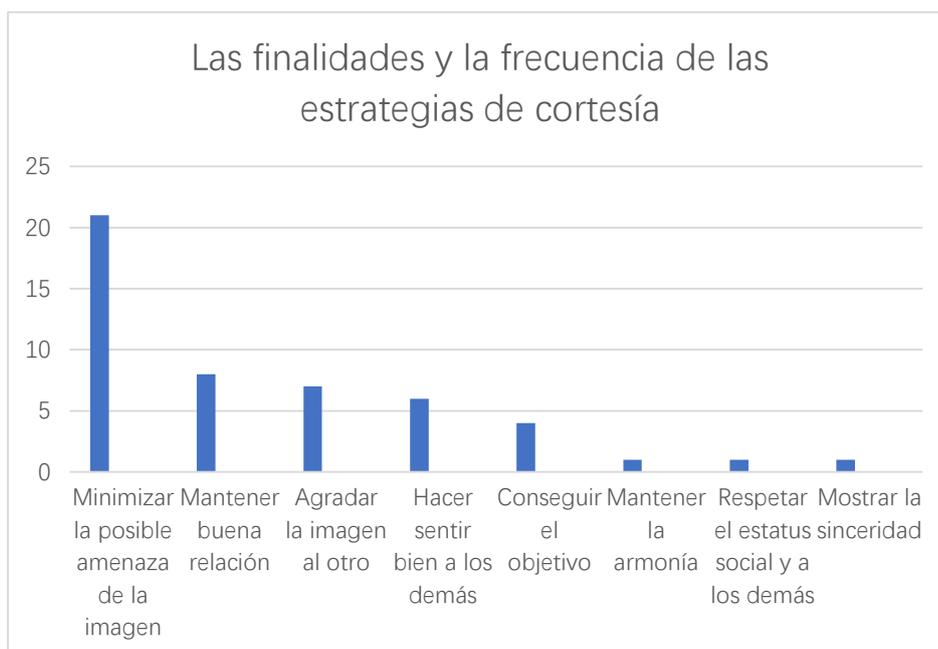
Autor/ra	Estrategia de cortesía	Finalidad del uso de la estrategia.
Lakoff (1973)	1. <i>Make a feel good-be friendly</i> (1973, p.298)	Conseguir el objetivo, hacer sentir bien a los demás, mantener buena relación y la armonía
	2. <i>Give options</i> (1973, p.298)	Minimizar la posible amenaza de la imagen, hacer sentir bien a los demás y conseguir el objetivo
	3. <i>Don't impose</i>	Minimizar la posible amenaza

	(1973, p.298)	de la imagen y conseguir el objetivo
Leech (1983)	4. <i>Agreement maxim</i> (1983, p.132)	Mantener buena relación
	5. <i>Approbation maxim</i> (1983, p.132)	Agradar la imagen al otro y mantener buena relación
	6. <i>Sympathy maxim</i> (1983, p.132)	Conseguir el objetivo y mantener buena relación
Brown y Levinson (1987)	7. <i>Intensify interest to H</i> (1987, p.107)	Minimizar la posible amenaza de la imagen
	8. <i>Token agreement</i> (1987, p.113)	Minimizar la posible amenaza de la imagen
	9. <i>Joke</i> (1987, p.116)	Minimizar la posible amenaza de la imagen
	10. <i>Avoid disagreement</i> (1987, p.116)	Minimizar la posible amenaza de la imagen
	11. <i>Give reason</i> (1987, p.127)	Minimizar la posible amenaza de la imagen y conseguir el objetivo
	12. <i>Include both S and H in the activity</i> (1987, p.127)	Minimizar la posible amenaza de la imagen
	13. <i>Be conventionally indirect</i> (1987, p.132)	Minimizar la posible amenaza de la imagen
	14. <i>Question, hedge</i> (1987, p.145)	Minimizar la posible amenaza de la imagen
	15. <i>Give overwhelming reasons</i> (1987, p.189)	Minimizar la posible amenaza de la imagen y conseguir el objetivo
Gu (1990)	16. <i>Máxima de tratamiento</i> (1990, p.239)	Respetar el estatus social y a los demás
	17. <i>Máxima de refinamiento</i> (1990, p.239)	Minimizar la posible amenaza de la imagen
	18. <i>Máxima de denigración de uno mismo</i> (1990, p.239)	Mantener buena relación
	19. <i>Máxima de acuerdo</i> (1990, p.239)	Mantener buena relación
	20. <i>Invitación: tres</i>	Mantener buena relación

	<i>invitaciones y dos rechazos indirectos</i> (1990, p. 253)	
Kerbrat-Orecchioni (2004)	21. Reparador: risa (2004, p.50)	Minimizar la posible amenaza de la imagen
	22. Cumplido (2004, p.50)	Agradar la imagen al otro y mantener buena relación
	23. Invitación (2004, p.50)	Mantener buena relación
	24. Pregunta (2004, p.50)	Minimizar la amenaza de la imagen
	25. Rechazo múltiple antes de la aceptación	Mantener buena relación
	26. Partículas modales: <i>BA, A, O</i>	Minimizar la posible amenaza de la imagen

En la Tabla 5 se enumeran 26 estrategias de cortesía utilizadas en nuestro análisis. 3 estrategias de cortesía corresponden a la teoría de Lakoff (1973), 3 a la de Leech (1983), 9 a la de Brown y Levinson (1987), 5 a la de Gu (1990, p.239), 4 a la de Kerbrat-Orecchioni (2004). Además se han utilizado las partículas modales: *BA, A, O* y el rechazo múltiple antes de la aceptación como estrategias cortesía en este trabajo.

También resumimos todas las finalidades y la frecuencia de las estrategias de cortesía en nuestro análisis en la siguiente figura:



**Figura 7:** *Las finalidades y la frecuencia de las estrategias de cortesía*

En la figura 7 se pueden observar 8 finalidades de uso de estrategias de cortesía utilizadas en nuestro corpus. Podemos ver que la finalidad más frecuente para el uso de estas estrategias de cortesía en nuestro corpus es minimizar la amenaza de la imagen, con 21 frecuencia de uso, seguido por mantener buena relación (8), agradar la imagen al otro (7), hacer sentir bien a los demás (6), conseguir el objetivo (4), mantener la armonía (1), respetar el estatus social (1) y a los demás (1) y mostrar la sinceridad (1).

## 5. DISCUSIÓN

Este trabajo parte de un objetivo principal y dos objetivos específicos. Nuestro objetivo principal es analizar qué estrategias de cortesía utilizan los sinohablantes en las conversaciones entre familiares y amigos. Los objetivos específicos son, por una parte, clasificar las estrategias de cortesía utilizadas en las conversaciones y, por otra parte, analizar la finalidad del uso de las estrategias de cortesía empleadas en diferentes contextos conversacionales.

Con el fin de conseguir los objetivos planteados en este trabajo, se han ejemplificado 22 fragmentos del corpus, en los que se utilizan un total de 26 estrategias de cortesía con 8 diferentes finalidades de uso de esas estrategias, una de estas no aparece reflejada en los trabajos de investigación del marco teórico en el que se basa este trabajo, a saber, las de Lakoff (1973), Leech (1983), Brown y Levinson (1987), Gu (1990) y las de Kerbrat-Orecchioni (2004). Esta estrategia que se ha utilizado en nuestro corpus es la estrategia de cortesía a través de partículas modales.

En lo referente a las partículas modales, estas son palabras que no tienen un significado semántico. Se utilizan mucho en chino para atenuar y suavizar, por lo que se consideran una estrategia de cortesía. Esta estrategia, si bien existe en otras lenguas como el alemán, no existe en la lengua española.

Es importante señalar que estrategias de cortesía utilizadas en nuestro corpus, como el rechazo múltiple antes de la aceptación no existen en español. En la cultura china el acto de aceptación suele repetirse en forma de múltiples dádivas y rechazos. Es característico del chino, pues en España, por ejemplo, la gente suele aceptar directamente y mostrar su agradecimiento.

Destacar que estrategias de cortesía a través de la denigración de uno mismo (Gu, 1990, p.239) o la máxima de tratamiento de Gu (1990, p.239) son características de la lengua china. En cuanto a estas estrategias de denigración, una de las características más destacadas del lenguaje cortés chino es el principio de la modestia, debido a la fuerte influencia del confucianismo tradicional. Por eso los chinos suelen denigrarse y humillarse a sí mismos o a lo que les concierne, y respetar y elevar a los demás o a lo que les concierne a estos. Las expresiones de cortesía españolas, en cambio, hacen hincapié en el respeto a todos los miembros de la sociedad y se centran en la dignidad del individuo, respetan a los demás, pero no se rebajan.

Referente a la máxima de tratamiento, en la cultura china es importante elegir el tratamiento adecuado. En la comunicación interpersonal es necesario tener en cuenta muchos factores como las jerarquías en las relaciones familiares, el cargo, el género y la ocasión etc.

A través del análisis de las estrategias de cortesía utilizadas en nuestro corpus de conversaciones coloquiales entre sinohablantes, pudimos comprobar que estas estrategias de cortesía se utilizan con diversas finalidades. En las conversaciones con los mayores, estas estrategias de cortesía se utilizan por respeto al estatus social. En las conversaciones con los compañeros, los hermanos y los amigos, las estrategias de cortesía se emplean para minimizar una posible amenaza a la imagen, para agradar la imagen del otro, también para conseguir un objetivo, así como para hacer sentir bien a los demás o como una forma de mantener la armonía y una buena relación con los demás. Por ello, tras nuestro análisis del corpus de conversaciones coloquiales entre sinohablantes, podemos concluir que las estrategias

de cortesía han sido utilizadas principalmente como una forma de mantener las relaciones interpersonales a partir del respeto mutuo.

## 6. CONCLUSIÓN

En este trabajo de investigación se han analizado estrategias de cortesía empleadas en conversaciones coloquiales por sinohablantes que fueron grabadas en vídeo sobre todo, en hogares particulares en China. Tras analizar estas conversaciones se pudo comprobar que los hablantes de nuestro corpus utilizaron veintiséis diferentes estrategias de cortesía con ocho finalidades de uso de estas estrategias, como se ha comentado en el capítulo anterior. Lo destacable de nuestra investigación es que se han analizado estrategias de cortesía como las partículas modales y el rechazo múltiple que son estrategias características de la lengua y cultura china.

En cuanto a las limitaciones de este trabajo, comentar que nuestro corpus consiste de 11 conversaciones coloquiales grabadas en vídeo con una duración de 15 minutos y 32 segundos. Conseguimos este corpus con la ayuda de familiares y amigos residentes en China y, gracias a ello, hemos podido analizar las estrategias y alcanzar los objetivos planteados en este trabajo. No obstante, es un corpus pequeño y, por tanto, puede haber influido en los resultados obtenidos, por lo que, en futuras investigaciones se podrían contrastar estos resultados con los de otros corpus de conversaciones coloquiales chinas. Sin embargo, a pesar de ello, pensamos que este corpus ayuda a mejorar la escasez de corpus de conversaciones coloquiales de sinohablantes.

Dado que este corpus consta de conversaciones grabadas en vídeo, futuras investigaciones se podrían centrar en el estudio de estrategias de cortesía no verbales. Este estudio podría complementar nuestra investigación sobre las estrategias de cortesía lingüística. El

estudio de las estrategias de cortesía no verbales podría ser muy interesante dada la forma peculiar de los movimientos corporales tan característicos de los chinos, muchos de los cuales se utilizan por cortesía y por respeto al prójimo.

Por último, desde la perspectiva del aprendizaje de la lengua y la cultura china, pensamos que, a partir de este trabajo, una posible línea de investigación podría ser un enfoque didáctico con el fin de ayudar a estudiantes de chino como lengua extranjera a aprender expresiones de cortesía en este idioma, a comprender, la forma de pensar china y los hábitos que la caracterizan y que la distinguen de otras culturas de países europeos.

Asimismo, esperamos que este trabajo sea útil para los investigadores en el estudio de la cortesía china y que pueda ayudar a la comprensión intercultural entre otras culturas y la china y evitar posibles malentendidos.

## BIBLIOGRAFÍA

- Bravo, D. (2005). Categorías, tipologías y aplicaciones. Hacia una redefinición de la cortesía comunicativa. En D. Bravo (eds.), *Estudios de la (des)cortesía en español: categorías conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos* (pp. 21-52). Estocolmo-Buenos Aires: Editorial Dunken.
- Briz, A. (2006). Atenuación y cortesía verbal en la conversación coloquial: su tratamiento en la clase de ELE. En C. Pastor Villalba (Coord.), *Actas del Programa de Formación del Profesorado de Español como Lengua Extranjera 2005-2006* (pp. 227-255). Múnichi: Instituto Cervantes.
- Brown, P. y Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- 池昌海. (1970). *现代汉语语法修辞教程*. 杭州: 浙江大学出版社.
- Chi, C. H. (1970). *Curso de gramática y retórica china moderna*. Hangzhou: Zhejiang University Press.
- Escandell, M. V. (1996). *Introducción a la pragmática*. Barcelona: Ariel.
- Goffman, E. (1955). On Face-Work: An Analysis of Ritual Elements in Social Interaction. *Psychiatry*, 18(3), 213-231.
- Goffman, E. (1967). *Interaction ritual: Essays on face-to-face behaviour*. New York: Penguin Books.
- Grice, H. P. (1975). Logic and conversation. *Syntax and Semantics 3: Speech Acts* (41-58). New York: Academic Press.
- Gu, Y. (1990). Politeness phenomena in modern Chinese. *Journal of pragmatics*, 14(2), 237-257.
- 顾曰国. (1992). 礼貌, 语用与文化. *外语教学与研究*: 4, 10-17.
- Gu, Y. G. (1992). Polite pragmatics and culture. *Foreign Language Teaching and Research*, 4, 10-17.
- Ho, D. Y. F. (1976). On the Concept of Face. *American Journal of Sociology*, 81(4), 867-884.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations across Nations*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Hofstede, G., Hofstede, G. J. y Minkov, M. (2010). *Cultures and Organizations Software of the Mind: Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival*. New York: McGraw-Hill.
- Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1), 1-26.
- Hu, H. C. (1944). The Chinese concepts of "face". *American Anthropologist*, 46(1), 45-64.
- 金文婷. (2019). 浅析中国和西班牙语礼貌用语的差异. *国际公关*, 10.
- Jin, W. T. (2019). Análisis de las diferencias entre el lenguaje cortés chino y el español. *PR Magazine*, 10.
- Kdar, D. Z. y Haugh, M. (2013). *Understanding politeness*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Kerbrat-Orecchioni, C. (2004). ¿Es universal la cortesía?. En D. Bravo y A. Briz (eds.), *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de la cortesía en español* (pp. 39-53). Barcelona: Ariel Lingüística.
- Koike, D. A. (1989). Requests and the role of deixis in politeness. *Journal of Pragmatics*, 13(2), 187-202.
- Lakoff, R. (1973). The logic of politeness: Or, minding your p's and q's. *Chicago Linguistic Society*, 9(1), 292-305.
- Leech, G. N. (1983). *Principles of Pragmatics*. New York: Longman.
- Lee-Wong, S. M. (1998). Face support—Chinese particles as mitigators: a study of BAA/YA and NE. *Pragmatics*, 8(3), 387-404.
- Liu, Y. H. Pan, W. Y y Gu, W. (2019). *Practical modern Chinese grammar*. Beijing: The Commercial Press.
- 刘月华, 潘文娉, 故鞞 (2019). *实用现代汉语语法*. 北京: 商务印书馆.
- Lustig, M. W. y Koester, J. (2010). *Intercultural competence: Interpersonal communication across cultures*. Boston: Pearson Education.
- Mao, L. R. (1994). Beyond politeness theory: 'Face' revisited and renewed. *Journal of Pragmatics*, 21(5), 451-486.
- Placencia, M. E. (2008). Requests in corner shop transactions in Ecuadorian Andean and coastal Spanish. En K. P. Schneider y A. Barron (eds.), *Variational Pragmatics: A Focus on Regional Varieties in Pluricentric Languages* (pp. 307-332). Chicago: John Benjamins Publishing.
- Ting-Toomey, S. (1988). Intercultural conflicts: A face-negotiation theory. En Y. Y. Kim y W. Gudykunst (eds.), *Theories in intercultural communication* (pp. 213-235). Newbury Park, California: Sage Publications.
- Tu, W. M. (1985). Selfhood and otherness in Confucian thought. En A. J. Marsella, G. A. De Vos y F. L. Hsu (eds.), *Culture and self: Asian and Western perspectives* (231-251). New York: Tavistock Publications.
- Tylor, E. B. (1871). *Primitive culture: Researches into the development of mythology, philosophy, religion, art and custom*. London: John Murray.
- 王谦润. (2018). 语言与文化的关系研究. *散文百家*, 3.
- Wang, Q. R. (2018). Estudio de la relación entre lengua y cultura. *Hundred Home of Prose*, 3.
- 王西成, 曾涛. (2000). 也谈礼貌原则——兼与顾曰国先生商榷. *湖南大学学报社会科学版*, 2.
- Wang, X. C. y Zeng, T. (2000). Discussion on the Principle of Politeness A talk with Mr. Gu. *Journal of Hunan University Social Science*, 2.
- Yang, K. S. (1981). Social orientation and individual modernity among Chinese students in Taiwan. *The Journal of social psychology*, 113(2), 159-170.
- 余秋雨. (2012). *何谓文化*. 武汉:长江文艺出版社.
- Yu, Q. Y (2012). *¿Qué es la cultura?*. Wuhan: Changjiang Literature.
- Zhao, L. (2020). *Estudio de la atenuación en conversaciones coloquiales chinas*. [Tesis doctoral, Universidad Politécnica de Valencia]. <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/164921/Zhao%20-%20Estudio%20de%20la%20atenuaci%C3%B3n%20en%20conversaciones%20coloquiales%20chinas>

20coloquiales%20chinas.pdf?sequence=1

Zhao, Z. L. (2017). *Análisis contrastivo de la cortesía en español y en chino* [trabajo Fin de Máster, Universidad de Valladolid]. [https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/25443/TFM\\_F\\_2017\\_86.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/25443/TFM_F_2017_86.pdf?sequence=1&isAllowed=y)