

¿Hacia dónde se dirige señora? vs. ¿pa' dónde te llevo mami bella?
**Caracterización sociopragmática de los tratamientos nominales
empleados por los moto-taxistas para dirigirse a sus clientas
en la ciudad de Mérida (Venezuela)**

¿Hacia dónde se dirige, Señora? vs. ¿Pa' dónde te llevo, mami bella?:
**Social and Pragmatic Characterization of Nominal Forms used by Moto-taxi Drivers
in Addressing Female Customers, in Mérida, Venezuela**

Jílmer Medina

Maestría en Lingüística

Universidad de Los Andes. Mérida, Venezuela

jilmermedina22@gmail.com

Yaymar Dávila

Maestría en Lingüística

Universidad de Los Andes. Mérida, Venezuela

ydavila07@gmail.com

Resumen

Se analizan socio-pragmáticamente las formas de tratamiento nominales (FTN) empleadas por los moto-taxistas para dirigirse a sus clientas emeritenses, cuando estas les son desconocidas. Para tal fin, se observaron los siguientes factores: i) variables sociolingüísticas (edad de los moto-taxistas; apariencia, grado etario e instruccional de las clientas); ii) variable lingüística (tipo de cortesía verbal presente en las FTN) y iii), como variable interviniente, la línea a la que se adscribe el moto-taxista). Se aplicó un cuestionario mixto a 18 clientas y se efectuó entrevista antropológica a 6 moto-taxistas. Los datos obtenidos fueron sistematizados cualitativamente y cabe destacar los siguientes resultados: i) la evaluación positiva o negativa de la atención lingüística otorgada por los moto-taxistas a las clientas encuestadas parece estar relacionada con las FTN que profieren aquellos hacia estas, ii) las damas apeladas mediante tratamientos afectivos (en su mayoría menores de 25 años) perciben tal hecho como un acto de habla descortés; iii) a menor edad de los moto-taxistas mayor será la posibilidad de que estos sean menos corteses, iv) a una mujer + atractiva, los choferes entrevistados la referirán con tratamientos menos deferenciales y v) el trato descortés podría obedecer a una suerte de juego grupal.

Palabras clave: tratamientos nominales, apelativos honoríficos y afectivos, proximidad impuesta, cortesía y descortesía verbal.

Abstract

Nominal forms of address used by moto-taxi drivers to address female customers in Mérida, Venezuela, were analyzed sociopragmatically. Three variables were considered in the study: (1) Sociolinguistic variables (age, for moto-taxi drivers; physical appearance, age, and level of study, for female customers); (2) a linguistic variable (type of verbal courtesy in the use of nominal forms); and (3) an intervening variable (the moto-taxi association from which the driver is a member). A mixed questionnaire was applied to eighteen female customers, while an interview was

applied to six moto-taxi drivers. Data collected were qualitatively analyzed. Results show that (i), positive/negative valuation of language used by moto-taxi drivers appears to be related to the nominal forms they address to female customers; (ii) female customers, mostly under the age of 25, perceive nominal forms used by moto-taxi drivers as discourteous; (iii) the younger the moto-taxi driver, the higher the possibility of not being courteous; (iv) attractive female customers may be addressed discourteously by moto-taxi drivers; and (v) discourteous forms of address may be the result of a sort of group game.

1. INTRODUCCIÓN

En la sociedad venezolana contemporánea, se ha desarrollado aceleradamente el oficio del “moto-taxista” como alternativa laboral para diversos ciudadanos que han hecho de la motocicleta, más que un medio de transporte, un *modus vivendi*. En la ciudad de Mérida (Venezuela), cada vez es más evidente el número de personas que se suman a este oficio, por el exponencial incremento de asociaciones (o líneas) organizadas que ofrecen el servicio motorizado a la colectividad. Igualmente, es de resaltar que gran parte de la población venezolana (la emeritense en particular) ha incorporado como alternativa de transporte el empleo de los moto-taxis, dado que estos representan una opción económica, accesible y de gran funcionalidad, pues al ser la moto un vehículo compacto, esta permite a sus usuarios desplazarse con mayor facilidad y rapidez dentro del ajetreado devenir urbano al que se enfrenta el ciudadano común en sus quehaceres diarios. En este orden de ideas, resulta interesante que cada vez es mayor la cantidad de mujeres que emplean el moto-taxi como medio de transporte intraurbano. No obstante, son diversas las valoraciones que tienen las féminas en cuanto a los hábitos lingüísticos de los moto-taxistas y, puntualmente, sobre la manera como estos se dirigen hacia ellas. En tal sentido, el interés de la presente investigación se centró en abordar, desde un enfoque socio-pragmático, las FORMAS DE TRATAMIENTO NOMINALES (en adelante FTN) con las que son referidas las mujeres merideñas por parte de los choferes. Para llevar a cabo lo anterior, se partió del PRINCIPIO DE CORTESÍA VERBAL para evaluar los datos obtenidos mediante cuestionarios y entrevistas aplicadas a clientas y moto-taxistas, respectivamente. Así pues, lo previamente planteado supone un valioso aporte, pues, si bien es cierto que son numerosos los estudios versados en torno a la cortesía verbal, es de resaltar que dicha temática se ha aplicado poco al uso de las FTN y, menos aún, a las empleadas por los moto-taxistas para referirse a sus clientas, pues aquellos se inscriben en un fenómeno social de reciente data en la Venezuela contemporánea.

Como principal antecedente teórico del siguiente estudio se consideró el trabajo de Castellano (2012), en el cual se analiza, desde un enfoque socio-pragmático, el vínculo entre cortesía verbal y las FTN en el habla de Medellín. Para tal efecto, el investigador estableció dos momentos metodológicos, el primero de ellos consistió en la clasificación de las fuentes (en *orales* y *escritas*); ya que ambas instancias contribuyeron a la recolección de las unidades léxicas a considerar por el autor. Las fuentes de tipo oral consistieron en conversaciones espontáneas recopiladas en calles, restaurantes, parques, universidades y autobuses; en tanto que las fuentes escritas consistieron en novelas, cuentos y crónicas contentivas de diversas temáticas. En el segundo momento metodológico, Castellano propuso tanto el diseño del instrumento para la recolección de los datos (un cuestionario),

como la discusión de los criterios aplicados en el muestreo, para tal fin, el autor mencionado estableció dos variables independientes: i) el estrato socioeconómico y ii) el sexo. De los resultados obtenidos, el investigador concluyó que las FTN no tienen únicamente un valor referencial, sino que también se corresponden con significados sociales y psicológicos subyacentes a la elección de una determinada alternativa para la apelación de un oyente en particular. A su vez, el autor concluye que las FTN, como transmisoras de cortesía, pueden aparecer reforzando actos corteses (actos reforzadores de la imagen positiva), o bien atenuando actos no corteses (actos amenazadores de la imagen negativa). Castellano, a su vez, concluye que la caracterización de las FTN como exclusivamente indicadoras de un tipo de cortesía es un aspecto que puede estar sujeto a discusión, dado que el investigador explora una serie de casos en los que un tratamiento nominal de aparente cortesía positiva (p. ej. *mami, mamita, bella, mi amor, hija*, etc.) puede ser percibido, según el contexto, como una afrenta a la imagen negativa y, por ende, como un acto descortés, tal cual sucede en la expresión “*de malas mamita, si no quiere que la empujen, pa’ qué anda de atravesada*”. En este sentido, una FTN puede contener diversos valores pragmáticos, conforme a la situación espaciotemporal en la que se encuentra inmerso el destinatario de la misma.

En consonancia con lo anteriormente reseñado, podría estimarse que no todos los tratamientos se encasillan en un mismo tipo de cortesía. Sobre este aspecto versa el presente estudio, pues desde un enfoque socio-pragmático se busca caracterizar algunos de los tratamientos nominales que profieren los moto-taxistas a su clientas cuando, aparentemente, aquellos buscan reforzar y enaltecer la personalidad de estas en contextos deferenciales donde la aplicación de una FTN, de aparente cortesía positiva, puede tener un considerable coste pragmático para la imagen negativa de su destinataria.

Al enmarcar esta investigación en el contexto recién descrito, es preciso plantear las siguientes interrogantes: i) en el continuo de cortesía y descortesía verbal ¿dónde se ubican las FTN emitidas por los moto-taxistas para referirse a sus clientas merideñas?, ii) ¿cómo se proyecta lingüísticamente la DISTANCIA SOCIAL¹ entre estos personajes?, iii) ¿la edad y el físico de las usuarias influye en la manera como son *tratadas*?, iv) el nivel educativo de estas determina el modo como perciben las FTN que reciben de los choferes?; v) ¿las cooperativas que ofrecen el servicio de moto-taxi establecen políticas enfocadas en regular la manera como sus empleados deben dirigirse a las clientas?; y vi) ¿la juventud del chofer implica descortesía?

2. NOCIONES TEÓRICAS

En el trabajo acá desarrollado se analizan las FTN que emplean los moto-taxistas para referirse a las usuarias de tal servicio en la ciudad de Mérida. En este orden de ideas, es preciso puntualizar algunas pautas teóricas a emplear en lo que sigue. Por su parte, Castellano (2012: 124, 125) explicita que en la expresión nominal de la segunda persona

¹ Wardhaugh y Fuller (2015: 266) estiman que los conceptos de *origen común* y de *distancia social* son centrales en los estudios sociopragmáticos y particularmente en el estudio de la cortesía verbal. El concepto de origen común se centra en la igualdad o aspectos comunes existentes entre los interactuantes, en tanto que la distancia social refiere a las diferencias socioeconómicas que aquellos puedan tener.

del singular, los interlocutores ponen de manifiesto una serie inagotable de recursos resultantes de la “combinación de elementos léxicos y gramaticales”. A través de los constituyentes lexicales específicamente, que pueden ser sustantivos comunes o nombres propios, se pueden crear diversas expresiones que permiten a los hablantes, no solo referir apelativamente a sus destinatarios, sino también manifestar una serie de contenidos y significados sociales de los cuales pueden inferirse las relaciones interpersonales entre los interactuantes.

Según Castellano, las FTN no solamente desempeñan en el discurso una función de tipo deíctica, pues también aportan otro tipo de información, puntualmente se trata de aspectos socio- pragmáticos a través de los cuales se manifiestan (directa o indirectamente) estrategias comunicativas que emplean los hablantes de acuerdo al tipo relacional que buscan establecer entre sí, es decir, los tratamientos nominales, al igual que los pronominales, permiten identificar datos concernientes al ROL y al ESTATUS de los interlocutores. Álvarez (2007: 30) estima que el primer término refiere al emisor, pues este debe reconocer la función que la sociedad le asigna con respecto a su oyente, bien sea de superioridad o subalternidad. Por ende, el orador debe estar plenamente consciente de su rol social para estimar el estatus de su destinatario, y, con mayor frecuencia, el correlato lingüístico de dicho ‘cálculo’ se aprecia tanto en el uso del sistema pronominal para la segunda persona del singular, como en el uso de las FTN, dado que ambos mecanismos deferenciales posibilitan (discursivamente) el reconocimiento de funciones sociales del tipo, p. ej., empleado/empleador. Es de resaltar que particularmente los nombres asignados a los destinatarios, permiten establecer el grado de formalidad imperante en la comunicación, en consecuencia “se habla de estilos: congelado, formal, consultativo, casual e íntimo”. (Álvarez, 2007: 30).

A su vez, en lo que respecta a los valores semántico-pragmáticos identificables a partir de los tratamientos nominales, Castellano (2012: 126) estima el vínculo existente entre estos con el principio de cortesía verbal. Leech (1983) estima que dicho postulado es garante de que el equilibrio social y las relaciones amistosas aseguren la cooperación de los interlocutores conforme a sus intenciones. Haverkate (1994: 14), citando a Fraser, sostiene que la cortesía verbal reside esencialmente en lo que el segundo llama el *contrato conversacional*; por este se asumen los derechos y las obligaciones mutuas concernientes a los participantes de una conversación. Así pues, Haverkate estima que una locución es cortés cuando el hablante, a juicio del oyente, “no ha violado los derechos u obligaciones vigentes” al momento de proferir su enunciación.

Para Leech (1983), la cortesía lingüística es un principio regulador que busca el equilibrio subyacente a la posible distancia social imperante entre dos o más interlocutores. El autor evalúa la cortesía en términos de *coste y beneficio*, de manera que una acción verbal es más descortés cuanto mayor es el coste que debe asumir el destinatario y menor su beneficio, y más cortés en la situación contraria a lo recién descrito. Leech distingue cuatro tipos de actos de cortesía verbal: i) *competitivos*, los cuales entran en conflicto con la cortesía, como ordenar, pedir, preguntar, solicitar, exhortar, etc.; ii) *sociales*, que apoyan la cortesía, p. ej. agradecer, felicitar y saludar; iii) *indiferentes*, que ni apoyan ni van en contra de la cortesía, hecho apreciable en los enunciados declarativos, y iv) *conflictivos*, aquellos que van en

contra de las buenas relaciones sociales entre los interlocutores, tal es el caso de la amenaza, la riña, la burla, etc.

Un término clave para la explicación de las estrategias de cortesía lo constituye la noción de IMAGEN PÚBLICA (*face*). Haverkate (1994: 18), citando a Brown y Levinson (1987: 13), plantea que los mencionados autores usan la noción de imagen refiriéndose a la personalidad del humano como miembro individual de una sociedad. La imagen de cada ser humano se compone de dos factores complementarios, marcados con los términos *positivo* y *negativo*. El primero designa la imagen que un individuo tiene de sí mismo y la cual aspira sea reconocida y reforzada por los participantes del grupo social que integra. En tanto, la imagen negativa refiere puntualmente al deseo de cada persona de que sus actos no se vean impedidos por sus interlocutores.²

Haverkate (1994: 19) estima que al postular la validez universal del concepto de imagen, se justifica la hipótesis de que la interacción social en general y, especialmente la verbal, impone a los participantes la norma de respetar los deseos que los interlocutores persiguen con respecto a su personalidad. Así pues, el autor estima que la imagen humana “es un objeto sagrado cuya violación no suele quedar impune”. Para evitar que dicho contexto se suscite, los oradores buscan un equilibrio entre la protección de la personalidad propia y la del otro. En consecuencia, es necesario desarrollar estrategias que mitiguen ese ‘ataque’ a la imagen pública ajena.

Entre los actos de habla que amenazan la imagen negativa, Haverkate manifiesta que *la exhortación* ocupa un lugar central, dado que el *objeto ilocucionario* de la misma busca influir en el comportamiento del oyente, de manera tal que este actúe o ejecute alguna acción proferida mediante el ACTO ILOCUTIVO.³ En consecuencia, según Ramos (2003: 113), el hablante que considere necesario aminorar verbalmente la imposición que supone un mandato sobre el receptor del mensaje, se fundamentará en pautas corteses socialmente establecidas. De lo contrario, el hablante que desee imponer de forma abrupta sus deseos sobre el interlocutor, preferirá un enunciado brusco e imperativo, que no deje dudas de la obligatoriedad del pedimento requerido. “Así pues, el acto más cortés sería aquel que mitigue su fuerza ilocucionaria. El acto menos cortés sería el acto de habla directivo, sin más”.

Vale acotar que, según Haverkate (1994), los mecanismos corteses empleados para aminorar el daño a la imagen negativa suponen el grado más alto de elaboración y

² Álvarez (2005) señala que los objetos llamados por Goffman *territorio* y *rostro* son rebautizados por Brown y Levinson como *imagen negativa* e *imagen positiva*. Álvarez, citando a Kerbrat-Orecchioni (1991), afirma que la cara negativa de la imagen corresponde a lo que los etnólogos llaman el *territorio del yo* (corporal, espacial, temporal, bienes y reservas materiales o cognitivas) y la cara positiva corresponde al narcisismo y recubre el conjunto de las imágenes valorizadoras que los interlocutores construyen y buscan imponerse ellos mismos en la interacción.

³ Es decir, la intención. Vale recordar que según la teoría de los actos de habla de Austin (1982) y Searle (1994, 1976), en los enunciados se pueden distinguir tres tipos de actos: i) *acto locutivo*, se refiere a la emisión del enunciado como tal y a su significado literal; ii) *acto ilocutivo*, corresponde a lo que se hace al emitir el enunciado según la ‘fuerza ilocutiva’ o valor intencional que se imprime al acto locutivo; y iii) *acto perlocutivo*, se refiere a los efectos que los hablantes tienen sobre los oyentes (efecto perlocucionario).

convencionalismo lingüístico. Por otra parte, los actos de habla favorecedores de la imagen positiva subyacen a expresiones socialmente establecidas como buenos días, que tengas buena tarde, que te mejores; al igual que los cumplidos (entre ellos *el piropo*),⁴ las felicitaciones y las invitaciones.

Respecto a la importancia que tiene el principio de cortesía verbal en la vida cotidiana, Lakoff (1973: 293-298) considera que una oración puede evaluarse a nivel sintáctico, es decir, determinar si la misma está adecuadamente constituida conforme a la norma lingüística; pero, además, una cláusula puede evaluarse como correcta (o no) dependiendo del contexto en el que es proferida. En razón de lo anterior, el referido autor propone dos reglas generales correspondientes al correcto desarrollo de la interacción verbal. La primera de ellas predica *sé claro* y podría catalogarse como un resumen de las máximas y submáximas conversacionales de Grice (1989). Por su parte, la segunda regla sugiere *sé cortés* y, a su vez, esta se desdobla en las submáximas: i) *no impongas tu voluntad al interlocutor*, ii) *indica opciones* y iii) *haz que tu interlocutor se sienta bien: sé amable*.

La determinación de los actos de habla como favorecedores o perjudiciales para la imagen (bien sea positiva o negativa), corresponde exclusivamente a convenciones de tipo social, las cuales pueden variar de una cultura a otra, aunque para Haverkate (1994: 14) “en su mayoría, son de carácter universal”. Un ejemplo claro de lo anterior se puede observar en el sistema nominal y pronominal establecido para la denominación de la segunda persona gramatical (en singular), pues los interlocutores, en función de los roles que ocupan, fijan las fórmulas de tratamiento que mejor resulten conforme a los deseos y el estatus social de sus destinatarios. En este orden de ideas, Castellano (2012: 125) menciona que las FTN constituyen correlatos lingüísticos tanto de cortesía positiva (o valorizante) como de cortesía negativa (o mitigadora). Al respecto, Alonso-Cortés (1999) estima que la cortesía negativa se manifiesta en tratamientos que denotan respeto, los cuales están directamente relacionados con el estatus del interlocutor. Sin embargo, en el análisis que ejecuta Castellano, se exploran una serie de casos en los que una FTN, aparentemente de cortesía positiva, puede ser percibida, según el contexto, como un acto descortés. En tal sentido, una FTN puede desempeñar un rol pragmático totalmente diferente al que prototípicamente se le atribuye, pues el sentido asignado a la misma está sujeto a frecuentes variaciones una vez concretada la situación espaciotemporal en la que el apelativo nominal se inserta.

3. METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación

Según el nivel de la investigación, el presente estudio es de tipo descriptivo-correlacional, pues se buscó caracterizar, desde el principio de la cortesía verbal, los tratamientos nominales empleados por los moto-taxistas para dirigirse a sus clientas y cómo dichas

⁴ Malaver y González (2006: 269), citando a Calvo Pérez 2005, refieren que el piropo consiste en la evaluación pública del físico, generalmente femenino, mediante palabras aisladas, o juegos de estas, que obedecen a una función lúdica del lenguaje. Dicho acto de habla no se produce buscando fomentar intimidad o alguna posible respuesta por parte de su destinataria.

formas pueden estar asociadas a algunos factores contextuales que se explicitan a continuación.

3.2. Diseño de la investigación

Este trabajo se enmarca en un diseño de campo, dado que la recolección de los datos se ejecutó directamente acudiendo a los sujetos investigados (moto-taxistas y clientas) e, inclusive, a la realidad donde ocurren los hechos (las líneas o cooperativas); sin manipular o controlar variable alguna, pues se trabajó con datos totalmente espontáneos obtenidos en contextos no controlados. A su vez, es importante destacar que para llevar a cabo el estudio acá reseñado se observaron las siguientes variables:

Cuadro 1. Variables sociolingüísticas

Variables sociolingüísticas o contextuales ⁵ (independientes)
i) Variable cuantitativa simple: edad de los moto-taxistas y las clientas.
ii) Variable cualitativa policotómica: grado de instrucción de las informantes.
iii) Apariencia de la mujer: medida a través del rasgo binario: + atractiva / -atractiva. ⁶
iv) Variable interviniente: línea (o cooperativa) a la que pertenece el moto-taxista.

Respecto a la operacionalización de la variable lingüística (dependiente), es de resaltar que, en consonancia a lo establecido por Álvarez (2007: 141), se determinó emplear la categoría de MARCADORES en lugar de INDICADORES, pues los primeros, según la autora mencionada, constituyen variables sociolingüísticas “más desarrolladas y sensibles tanto a los factores sociales como a los estilísticos” y, por oposición a los indicadores, los marcadores se llevan a cabo por los hablantes de manera consciente, en función tanto de sus deseos comunicativos, como de los contextos situacionales a los que se circunscriben las interlocuciones. En tal sentido, al estar las FTN sujetas a las intenciones de los emisores y al ser recursos empleados conscientemente por estos conforme a las situaciones de habla, se prefirió emplear la categoría de marcadores para referir a las FTN que son objeto de la presente investigación. Es importante destacar además que las dimensiones de la variable (ver cuadro 2) no están asociadas a un tipo de marcador en específico, pues tal relación se llevará a cabo más adelante, en la discusión de los resultados, conforme a las impresiones obtenidas por las informantes.

⁵ Considerando la distinción entre variables contextuales y cotextuales planteada por Álvarez (2007: 134-138).

⁶ Se determinó emplear este rasgo binario para reproducir los datos obtenidos gracias a los moto-taxistas entrevistados por las siguientes razones: i) el atractivo es un factor, evidentemente, sujeto a la subjetividad; ii) quienes acá escriben no desean incurrir en valoraciones específicas sobre la apariencia femenina que pudiesen resultar incómodas o irrespetuosas hacia las lectoras y, en consideración a lo anterior, iii) no se quiere restar credibilidad y seriedad a la presente investigación.

Cuadro 2. Operacionalización de la variable lingüística

Variable lingüística o cotextual (dependiente)	Dimensiones de la variable (o variantes)	Marcadores para evaluar el tipo de cortesía
<p>Tipo de cortesía verbal presente en los tratamientos empleados por los moto-taxistas para dirigirse a sus clientas</p>	<p>1) Tratamientos corteses (FTN reforzadoras de la imagen positiva y negativa de las usuarias)</p> <p>2) Tratamientos descorteses (FTN resultantes en una afrenta a la imagen negativa de las encuestadas)</p>	<p>1) Tratamientos honoríficos (+ deferencia)</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Señora</i> - <i>Señorita</i> - <i>Joven</i> - <i>Muchacha</i> - <i>Chica</i> - Otras opciones <p>2) Tratamientos de proximidad y solidaridad (-deferencia)</p> <p>2.1) De mayor carga afectiva, amorosa y familiaridad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Mami(ta), mamacita</i> - <i>Princesa</i> - <i>Cosita</i> - <i>Bebé</i> - <i>Mi amor</i> - <i>Chama</i> - <i>Corazón</i> - Otras opciones <p>2.2) Tratamientos del tipo <i>piropo</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Bella</i> - <i>Ángel</i> - <i>Ojitos lindos</i> - <i>Hermosa</i> - Otras opciones <p>2.3) Tratamientos referentes a alguna característica fenotípica de la destinataria:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Flaca (flaquita)</i> - <i>Gorda (gordita)</i> - <i>Morenaza</i> - <i>Catira</i> - <i>Negra</i> - Otras opciones

3.3. Población y muestra

La investigación acá descrita se realizó sobre una población finita y accesible de 18 informantes femeninas y 6 informantes masculinos, todos nacidos, criados y actualmente residentes en la ciudad de Mérida (Venezuela). En el caso de las mujeres se ejecutó un muestreo intencional (u opinático) pues las informantes fueron seleccionadas atendiendo a los siguientes criterios:

- i) Que las encuestadas hubiesen utilizado el servicio de moto-taxi un mínimo de 5 veces;
- ii) Se consideró oportuno descartar a aquellas informantes que acudiesen regularmente a moto-taxistas que les son conocidos, pues en el presente estudio interesan los tratamientos empleados por los choferes para referirse a sus clientas en contextos donde prevalece el desconocimiento mutuo;
- iii) Aunque las variables edad y grado instruccional se evaluarán más adelante, estos aspectos no se tomaron en cuenta para la selección de las informantes, pues no se incluyó o excluyó alguna en consideración a tales factores.

Respecto a la clasificación de la muestra, a cada informante se le asignó un código constituido por la inicial M (de mujer), seguida de un número (del 1 al 18) para cada una. Tal cifrado se corresponde con las edades (en orden creciente) de las encuestadas, es decir, el número 1 indica a la mujer con menos edad, mientras que el número 18 refiere a la mayor. La muestra total de mujeres se dividió en 2 grupos generacionales, uno constituido por las informantes de 16 a 25 años y el otro por las encuestadas de 26 años en adelante.⁷ Obsérvese a continuación la clasificación general de la muestra (mujeres):

Cuadro 3. Muestra de informantes merideñas usuarias de moto-taxi

Muestra	Edad	Estudios	Ocupación
M1	16	5 ^{to} año (bachillerato)	Estudiante
M2	17	1er semestre de Química	Estudiante
M3	17	1er semestre de Química	Estudiante
M4	18	2do semestre de Química	Estudiante
M5	20	5 ^{to} semestre de Enfermería	Estudiante y ama de casa
M6	23	T.S.U. en Enfermería	Enfermera
M7	24	Técnico medio en Enfermería	Enfermera
M8	24	Bachiller	Camarera
M9	25	Lcda. en Idiomas	Estudiante
M10	25	Ing. Agronómico	Planificadora de cultivos
M11	25	Magíster en Educación	Docente

⁷ Vale señalar que 3 de las encuestadas son menores de edad, por ende, para que estas llenasen el cuestionario, en primera instancia se les notificó tal hecho a sus respectivos padres, garantizándoles el anonimato y los fines académicos de la información obtenida por medio de sus hijas. Tal precaución obedece al procedimiento reglamentado en el *Código de Bioética y Bioseguridad* (2008), específicamente en la II parte (cap. 2) referente a la investigación con niños, niñas y adolescentes.

2	M12	27	Médico Internista	Médico
	M13	28	Socióloga y Lcda. en Educación	Docente
	M14	30	Lcda. en Enfermería	Enfermera
	M15	31	Magíster en Educación	Docente, estudiante
	M16	31	Lcda. en Letras	Docente, estudiante
	M17	37	Primaria completa	Camarera
	M18	45	Bachillerato incompleto	Encargada de mantenimiento

Por su parte, en lo concerniente a la selección de los moto-taxistas (más allá del sexo,⁸ la procedencia geográfica y su oficio) no se establecieron criterios de mayor especificidad para considerarlos como informantes. En tal sentido, siguiendo a Guber (2005: 83), se delimitó una muestra de oportunidad, pues al aplicar el instrumento N° 2 (ver § 3.4), se recorrieron algunas zonas de Mérida visitando varias cooperativas de moto-taxistas y, acorde a la disposición y receptividad de estos, se los fue interrogando conforme a las inquietudes que mediante el presente trabajo se pretenden discutir. En consecuencia, la muestra de choferes quedó constituida de 6 informantes pertenecientes a 4 cooperativas emeritenses. Vale acotar que, si bien es cierto la variable edad será considerada posteriormente, dicho aspecto no se consideró para incluir (o excluir) a uno u otro moto-taxista a la hora de efectuar las entrevistas. Por otra parte, al igual que en la muestra anterior, a cada informante se le asignó un código constituido por las iniciales HM (de hombre moto-taxista) seguidas de un número (del 1 al 6) asignado de forma creciente considerando las edades de los encuestados. Obsérvese en el siguiente cuadro que, además del código y la edad correspondiente a los moto-taxistas, se indicó la localización geográfica de las cooperativas a las que pertenecen los mismos, ello con la finalidad de hacer notar el desplazamiento realizado por varias zonas de Mérida a la hora de recoger las entrevistas.

Cuadro 4. Muestra de los moto-taxistas entrevistados

Muestra	Edad	Línea a la que pertenece el chofer
HM1	19	Línea 1: calle 17, entre avenidas 5 y 6.
HM2	20	
HM3	22	Línea 2: calle 25, entre avenidas 2 y 3.
HM4	25	
HM5	38	Línea 3: calle 18, entre avenidas 4 y 5.
HM6	40	Línea 4: avenida 8 (final Viaducto Campo Elías)

⁸ Pues hay mujeres moto-taxistas en la ciudad de Mérida.

3.4. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

Al exponerse acá un diseño de campo y con la finalidad de recopilar un corpus de tipo transversal, se aplicó como técnica para recopilar datos la encuesta escrita, específicamente un cuestionario mixto, con la finalidad de obtener información referente tanto a las variables contextuales anteriormente descritas, como a las valoraciones de las informantes en cuanto a los tratamientos que los moto-taxistas emplean para referirse a ellas y la pertinencia de dichas fórmulas nominales con respecto al contexto situacional en el que son emitidas. En atención a los criterios de selección explicitados en el punto anterior, se aplicaron 18 cuestionarios, 12 de manera presencial y 6 vía correo electrónico, cada uno contentivo de 8 preguntas.

Para validar los datos obtenidos en los cuestionarios, a modo de triangulación, se efectuó entrevista antropológica a 6 moto-taxistas adscritos a 4 cooperativas merideñas. Para la aplicación de la mencionada técnica se acordó entre los dos investigadores que cada una de las entrevistas debían ser realizadas por una mujer y una acompañante, pues, dados los intereses del presente estudio, interesó evaluar directamente el trato nominal que los moto-taxistas otorgan a sus clientas cuando estas les son desconocidas. En tal sentido, Yaymar Dávila (acompañada de una segunda observadora, ajena a los estudios lingüísticos), se movilizó abarcando cuatro puntos distintos de Mérida⁹. Las entrevistas realizadas fueron semiestructuradas, puesto que la investigadora propuso en la conversación los temas que acá interesan, es decir, se interrogó a los moto-taxistas sobre las FTN que profieren a sus clientas y los factores que inciden en la producción de aquellas. No obstante, los datos obtenidos son totalmente espontáneos, pues no se ejerció ningún tipo de control informacional para su recolección.

En la realización de las entrevistas, Dávila se valió de los procedimientos explicitados para tal fin por Guber (2005: 92-94), pues aquella preparó una presentación clara y sencilla (a nivel léxico) para dar apertura a los encuentros con los moto-taxistas, haciéndoles saber la confidencialidad, anonimidad y fines lingüísticos de la información que se pretendía obtener, factores que ellos aceptaron de buen modo, ahondando, desde luego, en el porqué del interés por el tema acá presentado. Es de resaltar que, como las entrevistas duraron no más de 15 minutos cada una, no fue necesario pagar por el tiempo que los choferes destinaron para atender las inquietudes de la investigadora. Vale puntualizar además que los 6 informantes se mostraron, en todo momento, respetuosos de la entrevistadora, de su acompañante y dispuestos a solventar las interrogantes planteadas. Como instrumento para la ejecución de las entrevistas, Dávila se valió de las notas de campo para respaldar los datos, pues se prefirió no llevar a cabo grabaciones para no importunar a los informantes y que tal hecho no repercutiera en la calidad de los datos obtenidos.

4. ANÁLISIS Y RESULTADOS

Para el análisis de los resultados obtenidos a través de las técnicas e instrumentos anteriormente descritos, en lo siguiente se efectuará descripción cualitativa de las impresiones recogidas tanto por parte de las usuarias, como de los propios moto-taxistas. Es

⁹ Ver cuadro 4.

de precisar también que los datos obtenidos en los cuestionarios y las entrevistas fueron bastante coherentes, pues en la progresión individual de cada muestra no se observó contradicción en cuanto a los aspectos tratados, en tal sentido las opiniones fueron muy categóricas y confiables.

En lo concerniente a las respuestas suscitadas, vale precisar que a través de la primera y la segunda pregunta del cuestionario se buscó ahondar en qué tan reiteradamente las informantes consideran el moto-taxi como medio de transporte intraurbano. De las 18 encuestadas, 14 indicaron utilizar el referido servicio *de vez en cuando*, 3 *pocas veces* y 1 *frecuentemente*. De estos datos se pueden discutir las siguientes impresiones:

i) El moto-taxi actualmente se está estableciendo como una opción a considerar por las mujeres merideñas en situaciones donde requieren de un transporte compacto y rápido que agilice el tránsito de las mismas dentro de la constante congestión ciudadana, aunque es de precisar que la referida alternativa se reserva a situaciones aisladas, esporádicas, e inclusive accidentales; por ende, el moto-taxi no es una opción por la que las mujeres se deciden fácilmente;

ii) la edad puede influir en el uso del moto-taxi en las mujeres, pues gran parte de las usuarias encuestadas son menores de 37 años, aunque tal afirmación no es del todo categórica dado que, por ejemplo, M18 tiene 45 años y usa el moto-taxi “de vez en cuando”. Igualmente, es de precisar que el nivel educativo de la usuaria no influye en la frecuencia de uso, pues entre las 17 mujeres que aseguraron usar el moto-taxi “de vez en cuando o poco”, se contabilizan estudiantes (de bachillerato y escuela superior), enfermeras, camareras (con primaria o secundaria incompletas), licenciadas, ingenieras e, inclusive, magísteres. De hecho, es importante destacar que la única informante que señaló ser usuaria frecuente del moto-taxi es médico internista (M12), quizá ello se deba a los complicados horarios inherentes a tal oficio, por ende, la galena requiere de un transporte ágil, inmediato y eficaz mediante el cual pueda agilizar su traslado ciudadano, una vez presentadas las eventualidades hospitalarias.

En otros aspectos, a través de la pregunta 3 específicamente, se buscó elaborar un panorama inicial sobre la opinión general de las informantes con respecto al trato verbal que les ofrecen los moto-taxistas. Así pues, se les pidió a las encuestadas que evaluaran tal aspecto en función de los indicadores i) *educado*, ii) *tosco*, iii) *atrevido* y iv) *maleducado*. Es de resaltar que la interrogante 3 no solo se centró en evaluar el aspecto referido, sino que la información obtenida en este punto se empleó tanto para identificar posibles contradicciones de las encuestadas (que no se registraron), como para validar algunas impresiones a las que se hará referencia en posteriores instancias del presente análisis. Entretanto, como respuesta a la pregunta 3, vale puntualizar que 9 de las encuestadas (4 mujeres del grupo generacional 1 y 5 pertenecientes al grupo generacional 2) estimaron que los moto-taxistas son *educados*. Por su parte, M7 y M17 los calificaron como *toscos*, mientras que M3 y M11 indican que son *atrevidos*. Las 5 encuestadas restantes (M2, M4, M5, M10 y M12) señalaron que los choferes con los que han interactuado son *maleducados*.

En respuesta a la pregunta 4,¹⁰ 8 de las encuestadas reseñaron que los moto-taxistas, cuando no saben sus nombres, se refieren a ellas con tratamientos honoríficos o exaltativos (en adelante FTNH) del tipo *señora, señorita, joven, dama*, etc. Este tipo de apelativos, según Haverkate (1994), reflejan la intensión del orador por otorgarle reconocimiento al destinatario de la referencia nominal. En relación a la pregunta 3, resulta interesante puntualizar que 7 de las 8 informantes acá comentadas, calificaron a los moto-taxistas como *educados*,¹¹ es decir, valoraron positivamente el trato verbal de estos hacia ellas. Por ejemplo, M13 estima que los moto-taxistas que ha empleado “se han comportado como todos unos caballeros” y M9 infiere el esfuerzo que hacen aquellos por ser educados y así evitar la incomodidad de sus clientas.

Contrariamente, 10 de las encuestadas aseguraron ser tratadas por los moto-taxistas mediante fórmulas nominales propias del ámbito familiar y amoroso, caracterizadas principalmente por aminorar la carga deferencial que debería imperar en el intercambio verbal. En tal sentido, las FTN que indicaron las mencionadas informantes (y los choferes encuestados), a juicio de quienes acá reseñan, se pueden agrupar en 3 tipos de tratamientos, tal y como se aprecia en el cuadro que sigue:

Cuadro 5. Formas de tratamiento nominal de proximidad (FTNP)

Tratamientos afectivos del ámbito familiar y amoroso	<i>Bebé, cariño, chama, corazón, cosita, mami, mamita, mi amor, mi vida</i> , entre otros.
Tratamientos afectivos del tipo <i>piropo</i> (o cumplido)	<i>Ángel, bella, hermosa, linda, ojitos lindos, princesa</i> y demás valoraciones no altisonantes. ¹²
Tratamientos referentes a alguna característica fenotípica de la destinataria ¹³	<i>Catira, flaca (flaquita), gorda (gordita), mi negra, morenaza</i> , etc.

Es importante destacar que 2 de las 10 referidas encuestadas (M1 y M15) calificaron a los moto-taxistas como *educados*, aunque la menor de ellas estimó que dicha cualidad obedecía al hecho de querer “llamar la atención”. Casualmente, las 8 informantes restantes fueron las que calificaron negativamente el trato verbal recibido por parte los choferes mediante los rótulos de *toscos, atrevidos y maleducados*. En este punto, vale la pena acotar algunas salvedades, por ejemplo, M8 (apelada mediante tratamientos honoríficos) estima que los moto-taxistas “puede que le digan *mami* o *princesa* a todas las mujeres con la intención de

¹⁰ ¿Cuáles son las expresiones utilizadas por los moto-taxistas cuando se dirigen a usted?

¹¹ A excepción de M17, apelada honoríficamente, quien calificó como *toscos* a sus moto-taxistas.

¹² De darse este otro tipo de valoraciones, ya se estaría hablando de *antipiropos*, definidos, según Malaver y González (2006: 267) como una expresión verbal altisonante, producida en la calle por hombres, dirigida a mujeres, y suele referirse tanto a características particulares del cuerpo femenino, como al acto sexual en sí mismo. El antipiropeo es una manifestación descortés pública, que no puede ser igualada al *insulto*, pues el antipiropeo no supone un enfrentamiento entre el emisor y la destinataria.

¹³ Castellano (2012: 135) estima que cuando el hablante desconoce o ha olvidado el nombre de su interlocutor, la FTN elegida para hacer la apelación, por lo general, se adapta a una (o varias) de las características sociales adscritas que definen al oyente, como p. ej. la edad, los rasgos físicos, etc.

ser agradables” y M16 (en condición similar a M8)¹⁴ plantea que ha “escuchado moto-taxistas que sí se dirigen a las mujeres de forma atrevida”.

En relación a las opiniones obtenidas de las preguntas 3 y 4 se puede estimar que quienes valoraron positivamente el trato lingüístico que reciben de los moto-taxistas han sido referidas por estos mediante tratamientos honoríficos, en tanto que las apeladas a través de FTNP tildan negativamente la atención verbal de los choferes para con ellas. En consideración a lo anterior, podría intuirse que la evaluación del trato lingüístico emitido por los moto-taxistas para referir a sus clientas se ubica en dos polos: uno positivo y otro negativo, extremos que parecieran poseer correlato lingüístico en las FTN bien sea honoríficas o afectivas (respectivamente).

A su vez, hay que enfatizar en esta instancia que la variable edad influye tanto en las apreciaciones de las encuestadas referentes al trato lingüístico recibido por parte de los moto-taxistas, como en las fórmulas nominales que estos emplean para referirse a ellas. Dicha aseveración cobra sentido al observar que 8 de las 10 mujeres designadas mediante tratamientos afectivos de menor carga deferencial corresponden al grupo generacional 1. Por su parte, 5 de las 8 mujeres referidas mediante tratamientos honoríficos pertenecen al grupo generacional 2. A partir de estos datos, podría implicarse que a mayor edad de la clienta, mayor será la deferencia con la que el moto-taxista se referirá a ella. Empero, a menor edad de la usuaria, mayores serán las intenciones de generar familiaridad y cercanía por parte del chofer a través de FTNP. Esta observación se validó en las entrevistas realizadas a los informantes HM1 y HM2, quienes afirmaron estimar “a primera vista” la edad de la usuaria; si esta parece mayor que ellos, la apelarán con fórmulas como *señora* o *señorita*; ahora bien, si la clienta parece de menor o igual edad la referirán más “cariñosamente”, es decir, con apelativos de mayor afectividad y familiaridad, aun cuando los moto-taxistas desconozcan a la usuaria. En concordancia a lo anterior, es preciso mencionar que, cuando Yaymar Dávila abordó la línea 2 para continuar las entrevistas, uno de los choferes (HM3, de 23 años) profirió el enunciado “a la orden *señorita*”; desde luego, dicho tratamiento honorífico iba dirigido a la referida entrevistadora quien, casualmente, se ubicaría en el grupo generacional 2 conforme a la clasificación etaria de la muestra acá tratada.

Ahora bien, en lo anterior se evalúan las apreciaciones de las informantes en cuanto al trato verbal que reciben de los moto-taxistas y los tratamientos que estos profieren para referirse a aquellas. Sin embargo, en esta fase del presente análisis se busca caracterizar las FTN propuestas por las encuestadas en función tanto de sus propias impresiones, como de los postulados concernientes a la teoría de la cortesía verbal. En tal sentido, a través de las preguntas 5 y 6¹⁵ se buscó indagar tanto en la apreciación que las mujeres entrevistadas tienen de los tratamientos que les profieren los moto-taxistas, como en la repercusión

¹⁴ Es preciso recordar que M8 y M16 calificaron como *educados* a los moto-taxistas que emplean.

¹⁵ 5) Dadas las expresiones empleadas por los moto-taxistas para referirse a usted ¿cómo se siente como mujer? y 6) ¿Tales tratamientos influyen positiva o negativamente en su personalidad? es decir ¿esas palabras definen la manera en la que usted se muestra socialmente?

(positiva o negativa) que pueden tener tales fórmulas en la imagen pública que intentan proyectar las usuarias informantes en la COMUNIDAD DE HABLA¹⁶ que integran.

Puntualmente, a través de la pregunta 5 se les pidió a las mujeres que evaluaran los tratamientos (bien sea honoríficos o de proximidad) en función de sus propias apreciaciones, es decir, para la respuesta a la interrogante no se ofrecieron opciones, sino que las mismas informantes propusieron las categorías que, para fines del presente análisis, se mantendrán y expondrán a continuación. Por ejemplo, las encuestadas que reciben tratamientos honoríficos de sus moto-taxistas dijeron sentirse *respetadas* (M6, M8, M14 y M16), *bien* (M9, M13) y *cómodas* (M17, M18). Contrariamente, 7 de las informantes apeladas mediante tratamientos de proximidad manifestaron que, al escuchar dichos términos, se sienten *ofendidas* y *asustadas* (M2, M4, M12 y M11), de hecho, esta última encuestada manifestó que le “generan temor y rechazo ese tipo de confianzas que asumen los moto-taxistas” y, en consecuencia, a veces duda en usar el servicio”. Por su parte, M12 se siente *intimidada* y la más joven de las informantes asegura que se siente *incómoda* de que le esté “echando los perros” un desconocido al proferirle apelativos como *mi reina*, *bella*, *ricura*, etc. En el caso de las 3 mujeres restantes, igualmente mencionadas por los moto-taxistas a través de FTNP, estipulan que cuando oyen tales expresiones prefieren *no prestar atención* (M3, M10, M15) y, puntualmente la esta última informante, sugiere que dicha situación *la entretiene*.¹⁷

En este orden de ideas, y en lo que respecta a la pregunta número 6, las encuestadas consideraron si las FTN que reciben de los moto-taxistas influyen positiva o negativamente en la imagen pública que desean proyectar dentro de la comunidad discursiva que integran. Así pues, 5 de las 8 mujeres que reciben tratamientos honoríficos estiman que los mismos *no influyen* en su imagen pública, en tanto que M9 y M14 sugirieron que dichas formas *sí repercuten y positivamente*. Por el contrario, 9 de las 10 mujeres referidas mediante FTNP establecen que tales términos influyen *negativamente* en su imagen pública, de hecho M16 explicita lo siguiente: “no me gustan esos apodos y no definen la manera como quiero mostrarme ante la sociedad”.

Una vez estipuladas las impresiones anteriores, corresponde en este punto sintetizar un poco la información recién planteada. Las 9 informantes que valoraron negativamente el trato verbal que les brindan los moto-taxistas y que a su vez se sienten *intimidadas*, *ofendidas*, *incómodas* y *asustadas* cuando estos las mencionan a través de FTNP, concuerdan en que tales expresiones repercuten negativamente en su imagen pública. En este orden de ideas, ahora vale la pena establecer una aproximación teórica a tal apreciación.

¹⁶ Según Moreno Fernández 1998, para los estudios sociolingüísticos actuales, una comunidad de habla, se constituye a través del consenso subyacente a un grupo de hablantes de una misma lengua, es decir, una suerte de ‘pacto’ entre grupos de individuos distintos. En tal sentido, todo discurso individual reproduce, hasta cierto punto, el discurso de la comunidad y, a su vez, determina la manera en que la personalidad pública del hablante será apreciada por sus semejantes.

¹⁷ Es de recordar que M15 fue la única informante que evaluó como *educado* el trato verbal que recibe de los moto-taxistas, aun cuando recibe FTNP.

Inicialmente, siguiendo a Castellano (2012: 130), las FTNP, en contextos donde los interlocutores se conocen, constituyen expresiones “propias del campo de las relaciones familiares y amorosas” y se emplean con la intención de manifestar afecto a los destinatarios de la mismas. En tal sentido, formas como *mami*, *flaca*, o *hermosa* (y otras a fines) constituyen recursos nominales propios de *dominios* o *ámbitos de conducta sociolingüística* como la familia y la calle, por ende, estos tratamientos se enmarcan en situaciones de menor carga deferencial. Por su parte, apelativos del tipo *amor* y *cariño*, según el citado autor, esbozan una suerte de “efecto psicológico” que aparentemente el oyente produce sobre el hablante, además de cierta exaltación del segundo con respecto al primero. En consecuencia, considerando lo anterior, Castellano afirma que el empleo de FTNP ubica la relación entre los interlocutores en el plano de la cercanía social y dicho recurso da cuenta de *cortesía positiva*, es decir, apelativos como los mencionados en el cuadro 5 (entre conocidos) van en favor de la imagen positiva de los interlocutores, particularmente del destinatario.

Ahora bien ¿qué sucede cuando tales formas de aparente cortesía positiva y características de las relaciones familiares y amorosas son empleadas por el moto-taxista para referirse a las clientas que le son desconocidas?. En principio, es preciso caracterizar el dominio y el tipo de relaciones sociales que se establecen entre los referidos personajes. Las usuarias, por su parte, le pagan al chofer para que las transporte, tal información permite deducir que el *rol social* del segundo corresponde a la categoría de *empleado*, aspecto que inmediatamente determina el *estatus* de las clientas, las cuales fungen, desde luego, como *empleadoras*. Socialmente, la relación *empleado-empleador* se constituye de manera asimétrica y tal factor debe reflejarse lingüísticamente para mantener, en palabras de Leech (1983), “el equilibrio social y las relaciones amistosas”. Al considerar este último aspecto, podría inferirse entonces que el uso de FTNP por parte de los moto-taxistas (empleados) para con sus clientas (empleadoras) puede, en cierta forma, transgredir el estatus social de estas al disminuir la carga deferencial que el rol del chofer supone para con la usuaria. En otras palabras, a pesar del desconocimiento mutuo y de la desigualdad social, el moto-taxista establece (¿u obliga quizá?) una situación de cercanía y familiaridad a través de los mecanismos nominales que implementa para con sus clientas, los cuales, en algunos casos, podrían ser asociados por las destinatarias con algún efecto psicológico (una atracción intencionadamente explícita, para ser exactos) del chofer sobre estas. Tal panorama podría describir las razones que llevaron a 8 de las encuestadas a sentirse *incómodas*, *ofendidas*, *asustadas* e *intimidadas* por los moto-taxistas que emplean, pues expresiones como *ricura*, *hermosa* y *mami* representan para ellas una suerte de “proximidad impuesta”¹⁸ por parte de un desconocido. En consecuencia, al darse la situación recién descrita, el moto-taxista estaría violando la submáxima de cortesía *no te impongas* propuesta por Lakoff.

En este punto, resulta interesante evaluar cómo de un aparente intento de cortesía positiva generado por el chofer, pues este supone que empleando FTNP exalta la imagen de sus clientas, se desata toda una red de implicaciones que, como se comentó anteriormente, terminan motivando emociones bastante negativas en algunas usuarias. Es decir, en miras a la mitigación de actos amenazadores de la imagen negativa, como p. ej. exhortaciones (*súbase*), interrogaciones (*a dónde va*) y afirmaciones directas (*son 300 bs*); el moto-taxista

¹⁸ Castellano (2012: 130).

probablemente se valga de FTN transmisoras de cortesía positiva para atenuar los riesgos de un acto no cortés. En tal sentido, como consecuencia de la referida mitigación, el chofer profiere enunciados del tipo i) *súbete a la moto **mami***, ii) *¿a dónde te llevo **mi amor**?* y iii) *son 300 bolos **belleza***.¹⁹ Como resultado de lo anterior, el empleo de tales recursos nominales resulta en todo lo contrario a la pretensión inicial del orador, pues este termina (inconscientemente) insubordinándose al rol que le corresponde desempeñar socialmente con respecto al estatus de su interlocutora, o en otros términos, citando las palabras de M11, el moto-taxista trata de generar “confianzas” que terminan implicando un alto coste pragmático para la imagen de su clienta. En consecuencia, una forma de supuesta cortesía positiva termina convirtiéndose en una afrenta a la imagen negativa de la mujer usuaria del moto-taxi.

La anterior apreciación podría cobrar sentido en las ideas de Blas Arroyo (1995), quien estima que el tipo de cortesía atribuible a una determinada FTN depende, en gran medida, de las valoraciones situacionales que los hablantes ejecutan y de las relaciones que estos establecen con sus respectivos interlocutores. De tal modo, el contexto cumple un papel de gran relevancia en la comprensión e interpretación de las FTN. Según el mencionado autor, parece ser que un constituyente léxico apelativo-nominal no está determinado, necesariamente, por el dominio lingüístico con el que prototípicamente se relaciona, dado que esta determinación dependerá de las valoraciones socioculturales que hacen los hablantes con respecto al *texto*²⁰ producido. En este orden de ideas, podría deducirse que una FTN de cortesía positiva, empleada en contextos situacionales donde los interlocutores se desconocen, puede resultar en un absoluto agravio a la imagen negativa de quien recibe tal tratamiento. Así podría estar sucediendo con las 9 informantes a quienes las FTNP proferidas por los moto-taxistas les parecen negativamente influyentes para la imagen pública que desean proyectar. Es decir, al *imponerse* la proximidad por parte del chofer, además de vulnerarse el estatus de la clienta, se está lesionando la imagen positiva y negativa (el *territorio*) de esta, quien probablemente no se perciba a sí misma como *la mami*, *el amor*, *la flaca* y *la muñeca* del moto-taxista; por tal motivo la usuaria no quiere ser vinculada (ante el público) sentimental y afectivamente con alguien a quien acaba de conocer. En síntesis, la *imposición* de información afectiva por el moto-taxista y la no correspondencia de tal hecho con la imagen negativa de su clienta podría identificarse como un *acto de habla descortés*. Quizá esta pueda ser la explicación a las apreciaciones negativas que las mencionadas 9 informantes establecieron en sus respectivos cuestionarios.

En contraste a lo anteriormente descrito, es de recordar que 5 de las 8 informantes referidas mediante tratamientos honoríficos consideraron que dichos términos no influyen en la imagen pública que desean proyectar. A su vez, 2 encuestadas (del grupo acá tratado) establecieron que las FTNH con las que son apeladas por los choferes influyen positivamente en la personalidad que transmiten a nivel social, ante tal situación, las encuestadas dicen sentirse *bien* y *cómodas*. En este orden de ideas, los tratamientos

¹⁹ Estos contextos en los cuales se pueden registrar FTNP en las interacciones moto-taxista / clienta (que no son los únicos desde luego) corresponden a posibilidades experimentadas por algunas de las encuestadas.

²⁰ Es de resaltar que, para Halliday (2004: 3), cuando las personas hablan o escriben producen *textos*. Dicho término, para el autor, refiere a cualquier instancia de la lengua, bien sea oral o escrita.

honoríficos con los que estas 8 mujeres son mencionadas por los moto-taxistas se corresponden con apelativos transmisores de cortesía positiva (o valorizante) y negativa (o mitigadora), pues dichos recursos nominales buscan tanto regular la carga deferencial correspondiente al estatus que ocupa la usuaria del moto-taxi, como atenuar el riesgo subyacente a actos descorteses (p. ej. la exhortación). A su vez, siguiendo las opiniones de las 8 informantes que a este punto conciernen, podría decirse que los choferes no se *impusieron* en el *territorio* de estas y conservaron la distancia necesaria para el adecuado manejo de las relaciones sociales, por ende, el trato verbal de aquellos se enmarcó en la submáxima de cortesía *sé amable*.

Para sintetizar lo anterior, cabe efectuar las siguientes conclusiones parciales: en primer lugar, las mujeres que reciben tratamientos honoríficos por parte de los moto-taxistas interpretan tales manifestaciones, dentro de lo esperado quizá, como *actos corteses*, ya que estas suponen apego a la submáxima de amabilidad y respeto al espacio personal y a la imagen positiva y negativa. Contrariamente, las usuarias de moto-taxi que son apeladas mediante FTNP por sus respectivos choferes, evalúan tal comportamiento como una *imposición* de cargas afectivas en una situación cuyo comportamiento sociolingüístico debería enmarcarse en una alta carga deferencial, considerando el desconocimiento de las partes. Tal hecho, en lugar de constituir un acto de cortesía positiva, termina resultando en una afrenta a la imagen negativa de las clientas y, por ende, en un *acto descortés*. Esta apreciación negativa con respecto a las FTNP no se correlaciona al nivel educacional de las encuestadas, pues estas (casi todas pertenecientes al grupo etario 1, salvo M12) se ubican entre el 5^{to} año de bachillerato y los estudios de postgrado.

Una vez concretado lo anterior, valdría la pena indagar sobre las causas que originan los actos corteses y descorteses en la apelación que los moto-taxistas realizan a sus clientas. Según las apreciaciones planteadas al comienzo de este apartado, ya se estimó que la edad de la mujer sí influye en tal aspecto, aunque ¿el rango etario del chofer se correlaciona con la producción de las FTN como marcas de cortesía o descortesía verbal? Para abordar tal cuestionamiento, en la pregunta 7 de la encuesta, se interrogó a las informantes en torno a la inquietud recién planteada y las respuestas obtenidas fueron diversas. En principio, 12 de las 18 encuestadas afirmaron que a menor edad del moto-taxista mayor será la posibilidad de que este sea más descortés con los apelativos que emplea. Llama la atención que de las 12 mujeres recién mencionadas, M6, M8 y M13 afirmaron ser tratadas honoríficamente por los choferes y, aun así, opinaron igual que las 9 restantes. A continuación algunas respuestas de las encuestadas:

Cuadro 6. Respuestas a la pregunta 7 (I parte)

Informantes que reciben FTNP por los moto-taxistas	
M1	Sí, los jóvenes quieren llamar la atención, por eso usan más ese tipo de palabras (<i>mami, princesa, mi amor</i>). Los mayores son más respetuosos, no andan con esas boberas, le dicen a uno <i>señorita</i> o <i>chica</i> .
M3	Sí, una vez me monté con un señor mayor y fue muy respetuoso, de hecho suelen manejar hasta con más cuidado.

M5	Los moto-taxistas que son señores son un poco más educados que los jóvenes.
M10	Sí, he podido detallar, en la mayoría de las oportunidades, que a mayor edad más respeto y educación tiene el moto-taxista para con las mujeres; mientras que, cuando son más jóvenes, tienden a ser más confianzudos.
M11	Últimamente busco moto-taxistas que sean mayores y serios, ²¹ que solo se limiten a trasladarme de forma segura, sin hacer comentarios inoportunos.
M12	Mientras más jóvenes, más atrevidos son.
M15	Sí, los más jóvenes pueden llegar a utilizar expresiones menos formales.
Informantes que reciben tratamientos honoríficos de los moto-taxistas	
M6	Sí, por lo general, los jóvenes son los que suelen utilizar expresiones tipo <i>mami</i> , <i>princesa</i> , <i>ricura</i> , etc. Los moto-taxistas con más edad puede que se dirijan con mayor respeto a sus clientas.
M13	Sí, las veces que he usado ese servicio he procurado que sean personas mayores y que me inspiren respeto. ²²

En contraposición con lo anterior, 2 informantes estimaron que los moto-taxistas más jóvenes no necesariamente tienen por qué ser menos corteses y, más aún, cuando perciben a la clienta mayor que ellos. Por ejemplo, M9 dice: “cuando el moto-taxista es más joven que una, tiende a ser más respetuoso” y M16 concuerda con lo anterior planteando: “he agarrado moto-taxistas que son más jóvenes que yo y han sido muy respetuosos”. Ambas afirmaciones coinciden con los testimonios ofrecidos por HM1 y HM2, quienes tratan a la clienta según la edad que le “calculan”.

Sin embargo, 4 mujeres de las 18 encuestadas estimaron que la edad del moto-taxista no influye en qué tan cortés o descortés (o invasivo) pueda ser este con respecto a los tratamientos nominales que usa para referirse a las usuarias. Al igual que en el grupo anterior, a la opinión acá tratada se suman mujeres apeladas mediante tratamientos honoríficos y de proximidad. A continuación, vale exponer las siguientes impresiones (textuales) de las encuestadas:

Cuadro 7. Respuestas a la pregunta 7 (II parte)

Informantes que reciben FTNP por los moto-taxistas	
M4	Creo que la edad no influye en gran cantidad, porque el moto-taxista puede ser joven y educado, pero también puede ser mayor y ser un baboso con las damas.
M7	No, porque cuando son más viejos son más falta de respeto y cuando son más jóvenes solo quieren cuadrársela ²³ a una.

²¹ La informante asocia la seriedad con mayor rango etario.

²² Podría intuirse que esta informante toma la edad que aparenta el moto-taxista como una suerte de precaución para evitar posibles encuentros descorteses.

²³ Es decir, enamorarla.

Informante que recibe tratamientos honoríficos	
M18	No influye, porque la educación del moto-taxista viene del hogar.

Para establecer qué tan influyente es el físico de las usuarias en relación al tipo de FTN que emplean los moto-taxistas para dirigirse a ellas, se partió de las impresiones obtenidas gracias a los 6 informantes a los cuales se les aplicó la entrevista. De dichos encuentros con los choferes se puede estimar que estos, a una mujer + atractiva, la referirán con tratamientos de mayor proximidad y afectividad, de lo contrario, si la dama les parece – atractiva, los moto-taxistas informantes se dirigirán a ella mediante FTNH. Este último contexto, según los entrevistados, se suscitará con la intención de distanciar a la usuaria, aunque no por motivos deferenciales o para mitigar actos de cortesía negativa, sino “para evitar tener que conversar con la chica”.²⁴ La anterior apreciación, según los testimonios, aplica a contextos donde los personajes se desconocen. Aunque es de resaltar que el moto-taxista de mayor edad (HM6) señaló que cuando la dama es + atractiva, por lo general, espera a que la clienta entable una conversación con él para luego sí referirse a ella de manera más afectiva. Solo 1 de los de los encuestados (HM5) aseguró no emplear tratamientos propios de las relaciones familiares y amorosas, independientemente de las características físicas de la clienta, pues de hacerlo podría “perder la carrera”. En consideración a lo anterior, obsérvese las siguientes impresiones obtenidas de los entrevistados:

Cuadro 8. Correlación de la variable atractivo de la mujer con las FTN emitidas por los moto-taxistas

HM1	Trato con respeto y amabilidad a la dama, pero si llega una explotada ²⁵ todo cambia, ahí sí le digo <i>mi amor, bella</i> y cosas por el estilo.
HM2	Chicas no tan bonitas las tratamos como a una señora mayor, ahora si están buenas les pregunto <i>a dónde vas mi reina</i> .
HM4	Si la chama está bonita le digo cosas bonitas, como <i>a la orden bella</i> .
HM6	Si la dama da pie a una conversación y es bonita le digo <i>hermosa, o linda</i> .

Para culminar el presente análisis, deben estudiarse algunas de las impresiones obtenidas por parte de los informantes en cuanto a la variable interviniente *línea a la que pertenece el moto-taxista*. En primera instancia, es de resaltar que el interés por abordar tal aspecto surgió de algunas apreciaciones obtenidas de dos informantes (M7 y M15) quienes resultaron ser una suerte de “fuentes de hipótesis”²⁶, pues aquellas aportaron ciertos datos que sirvieron como punto de partida a la presente investigación. Aclarado lo anterior, vale precisar que 11 de las informantes encuestadas señalaron en sus respectivos cuestionarios que la línea (o cooperativa) a la que pertenecen los moto-taxistas no influye ni en los tipos de tratamientos nominales que emiten para referir a sus clientas, ni en la cortesía o

²⁴ Palabras textuales de HM3.

²⁵ Es decir, muy atractiva.

²⁶ Guber (2005: 87).

descortesía verbal atribuible a dichas expresiones. Las siguientes fueron algunas de las respuestas obtenidas de las mujeres:

Cuadro 9. Respuestas a la pregunta 8 (I parte)

M2	No influye, la mayoría usan las mismas expresiones.
M4	Si el moto-taxista es maleducado se va a comportar como tal, independientemente de la línea.
M6	No, la manera como se expresan los moto-taxistas con las clientas es personal, es una costumbre que traen desde sus hogares.
M11	No necesariamente, el comportamiento (o conducta) es una manifestación individual.
M14	No influye porque cada quien es dueño de sus actos

No obstante, las 7 encuestadas restantes, de las cuales 6 reciben FTNP, estimaron que la línea a la que pertenecen los moto-taxistas sí influye (negativamente) en la manera como estos refieren a sus clientas cuando no las conocen. Específicamente, el nexo que ven las informantes entre la FTN y la variable interviniente acá estudiada, se fundamenta en que muchos directivos de cooperativas moto-taxistas son conscientes de la manera, a veces descortés, mediante la cual los choferes se dirigen a las usuarias. En consecuencia, las líneas discuten este aspecto tratando de prevenir posibles agravios verbales por parte de sus empleados hacia la imagen pública de las mujeres. En otros términos, las informantes advierten un factor de tipo organizacional inherente al grupo en el que se desempeñan los choferes. Nótese que, a pesar de que las 7 mujeres anteriormente señaladas reciben FTNP (consideradas descorteses y agraviantes según sus propias respuestas) son estas mismas damas las que advierten cierta precaución de las cooperativas ante tal hecho. Es importante destacar que esta apreciación de las 8 encuestadas se verificó con los datos obtenidos en la línea 1, pues HM1 y HM2 (de 19 y 20 años respectivamente) señalaron que el administrador para el que trabajan los advierte constantemente sobre “no propasarse con las clientas y dirigirse a estas con respeto”. Quizá estas advertencias que señalaron los 2 entrevistados se correspondan con el estereotipo, discutido anteriormente, en el cual se correlaciona la juventud de una persona con posible descortesía lingüística. A continuación se explicitan algunas de las afirmaciones hechas por las 7 mujeres recién indicadas:

Cuadro 10. Respuestas a la pregunta 8 (II parte)

M3	Puede que influyan las líneas, ya que estas, a veces, exigen más respeto al público o son más organizadas.
M10	Sí, cuando pertenecen a líneas de moto-taxistas establecidas y reconocidas por los transeúntes de la zona, se tiende a observar mejor trato hacia las usuarias del servicio
M12	Si los moto-taxistas son de líneas piratas son aún más maleducados.
M15	Sí, algunas líneas parecen más estrictas con respecto al personal que admiten.

Finalmente, es de puntualizar la observación que hizo M9 como parte de su respuesta a la pregunta 8, pues ella no correlacionó las FTN que emiten los moto-taxistas con la organización y políticas internas dispuestas por las cooperativas. La mencionada informante estimó que ciertamente la línea a la que se adscribe el chofer podría repercutir negativamente en el aspecto acá discutido; aunque dicha influencia descortés sobre el moto-taxista por parte de la línea,²⁷ (particularmente del grupo laboral) podría interpretarse como una suerte de ‘juego’ entre iguales, en el que imponer proximidad a las mujeres y afrontar la imagen negativa de estas supone una marca de identidad y pertenencia al grupo, en este caso, al dominio lingüístico-laboral del moto-taxista. Así pues, lo anterior podría atribuirse como una explicación a la afirmación de M9, quien propuso tal posibilidad, aun cuando es referida por sus moto-taxistas honoríficamente. En este orden de ideas, la informante explicita: “detecto una clara incidencia en el comportamiento del moto-taxista con respecto a su clienta cuando se encuentra acompañado de su grupo laboral. Cuando está a solas con la clienta, y al no estar presentes sus compañeros de trabajo, es más respetuoso”. En tal sentido, el testimonio de la encuestada advierte una suerte de RED SOCIAL ESTRECHA²⁸ cuya *alta densidad* subyace al juego de identificación grupal anteriormente descrito. Para finalizar la presente intervención, resulta oportuno respaldar y sintetizar la opinión de M9 a través del siguiente planteamiento expuesto por López Morales:

[...] la conducta lingüística depende, no de los atributos que se perciben como caracterizadores de ciertos grupos, sino de una conjunción de pertenencia a determinada red en la estructura vital en la que se mueve el sujeto. En esta estructura vital, los factores determinantes son, por una parte, la actividad familiar y laboral que se desarrolle y, por otro lado, el tipo de relación que se mantenga con los individuos del grupo (2004: 121).

5. CONCLUSIONES

Del análisis efectuado anteriormente, se puede concluir que la alternativa del moto-taxi como medio de transporte intraurbano para las mujeres merideñas se está consolidando progresivamente, pues el referido servicio constituye una opción a evaluar en situaciones donde la dama amerita de un vehículo compacto y rápido que agilice su desplazamiento en el tráfico ciudadano. A pesar de los riesgos físicos que supone el empleo del moto-taxi, este se reserva a contextos de gran especificidad, cuando las opciones de transporte son limitadas y el congestionamiento vehicular es inevitable. Con respecto a las 18 informantes entrevistadas para la presente investigación, cabe destacar que la edad y el nivel educativo no influyen en el *poco, esporádico* o *frecuente* uso del moto-taxi; dado que tal aspecto obedece a los retos diarios que impone el tránsito urbano.

La evaluación de los tratos verbales ofrecidos por los moto-taxistas a las clientas encuestadas puede ubicarse en dos polos, uno positivo (cuando el chofer es *educado*) y otro negativo (si este se comporta *tosco, atrevido* o *maleducado*). Ambas posibilidades fueron

²⁷ Una influencia aceptada y valorada por quien la recibe, pues tal aspecto implica la solidaridad y la aceptación del grupo que integra.

²⁸ Álvarez (2007: 35), citando a Milroy y Milroy (1992).

respaldadas por igual número de informantes, concretamente 9 para cada caso. No obstante, la evaluación positiva o negativa de la atención lingüística otorgada por los moto-taxistas para con sus usuarias parece estar relacionada con las FTN que profieren aquellos a estas. Es decir, casi todas las encuestadas que evaluaron favorablemente el trato verbal otorgado por los choferes, reciben de estos FTNH del tipo *dama, señora, señorita*, etc. Contrariamente, la evaluación negativa hacia la atención lingüística de los moto-taxistas, según las opiniones de algunas informantes, podría obedecer a que estas reciben FTNP (como p. ej. *mami, gordita y hermosa*) en situaciones donde prevalece el desconocimiento entre los interlocutores. Igualmente, es de hacer notar que, según los datos obtenidos en las entrevistas y los cuestionarios, las mujeres menores de 25 años parecen recibir tratamientos de mayor afectividad por parte de los choferes, en tanto que las informantes de 26 años en adelante son referidas mediante apelativos portadores de una mayor carga deferencial.

Las damas encuestadas que reciben tratamientos honoríficos de sus moto-taxistas interpretan tales manifestaciones, dentro de lo esperado quizá, como actos lingüísticos corteses, pues la apelación enmarcada en la asimetría social existente entre los interlocutores supone un notable refuerzo a la imagen negativa, en este caso de la clienta, y apego a la submáxima de cortesía *sé amable*.

En oposición a lo anterior, la valoración negativa de los tratos verbales y el recibimiento de FTNP por parte de los moto-taxistas, suscitan en las 9 informantes restantes *intimidación, ofensa, susto e incomodidad*, pues estas recientes una suerte de proximidad impuesta que va en detrimento de la imagen (positiva y negativa) que pretenden proyectar. En consecuencia, siguiendo a Lakoff 1975, cuando el chofer *impone* cargas afectivas sobre las usuarias desconocidas (y la no correspondencia de tal hecho con la imagen pública de estas) estaría originado un acto de habla *descortés*. En otros términos, de un aparente intento de cortesía positiva por parte del moto-taxista, este termina socavando el estatus correspondiente a la destinataria dentro del acto comunicativo, lo cual implica un alto *coste* pragmático para la mujer. En consecuencia, una supuesta mitigación de posibles *actos conflictivos*, según Leech 1983, termina afrentando la imagen negativa de la dama 'moto-taxada'. Es importante destacar que la valoración negativa de las 9 mujeres referidas a través de FTNP por parte de los choferes no se correlaciona al nivel educacional de las mismas, pues dichas encuestadas (casi todas pertenecientes al grupo etario 1, salvo M12) se ubican entre el 5^{to} año de bachillerato y los estudios de postgrado.

Según 12 de las 18 encuestadas, a menor edad del moto-taxista mayor será la posibilidad de que este sea más descortés con los apelativos empleados para referir a sus clientas. Esta opinión es compartida tanto por 9 de las mujeres mencionadas con FTNP, como por 3 encuestadas que reciben formas nominales honoríficas de los choferes. Aunque este aspecto podría estar sujeto a discusión al observar los testimonios de M9 y M16, pues las informantes aprecian que los choferes en un rango etario menor al de ellas son más respetuosos.

Al examinar los testimonios de 5 moto-taxistas, estos plantearon que a una mujer +atractiva la referirán con tratamientos de mayor proximidad y afectividad, de lo contrario, si la dama les parece -atractiva, los entrevistados se dirigirán a ella disponiendo FTNH con la intención de distanciarse, aunque no como estrategia deferencial o para aminorar actos de

cortesía negativa, sino para evitar intimar con alguien que no les atrae desde el punto de vista físico. Solo 1 de los de los encuestados (HM5) aseguró no emplear tratamientos propios de las relaciones familiares y amorosas, independientemente de la apariencia apreciada en su clienta, pues tal hecho le acarrearía pérdidas económicas.

Por otra parte, según 11 de las informantes encuestadas, la línea a la que pertenecen los moto-taxistas no influye ni en los tipos de tratamientos nominales que emiten para referir a sus clientas, ni en la cortesía o descortesía verbal atribuible a dichas expresiones. Empero, las 7 encuestadas restantes advierten un factor de tipo organizacional en el que los directivos de ciertas cooperativas fomentan el trato cortés en sus empleados para con la clientela femenina. Interesante resulta ser que, a pesar de la preocupación apreciable en las líneas respecto al coste pragmático que algunos tratamientos acarrearán a la mujer, muchos moto-taxistas se refieren a sus clientas con tratamientos característicos de las relaciones amorosas, aun cuando este hecho lesiona la imagen pública de aquellas. En tal sentido, considerando la apreciación de M9, pareciera que tal insistencia descortés por parte de algunos choferes, independientemente de los riesgos laborales y económicos, podría obedecer a una ‘dinámica’ grupal en el que imponer proximidad a las mujeres y afrontar la imagen negativa de estas supone una marca de identidad y pertenencia al grupo laboral del moto-taxista. Tal hecho se explica en Halliday (1975: 10-11), quien establece que “mediante los actos cotidianos de significación, la gente representa la estructura social, afirmando sus propias posiciones y sus propios papeles, lo mismo que estableciendo y transmitiendo sistemas comunes de valor y de conocimiento”.

Finalmente, es de precisar que el presente estudio constituye tan solo un modesto aporte inicial hacia una caracterización más precisa y exhaustiva de los aspectos socio-pragmáticos subyacentes a las interlocuciones suscitadas entre los moto-taxistas y las usuarias de tal servicio. En consecuencia, sería necesario analizar una muestra más amplia y diversa de informantes para tratar de establecer tendencias más precisas que validen, o refuten en tal caso, las apreciaciones recién explicitadas. A su vez, es pertinente enfatizar la obligatoriedad que supone abordar con mayor amplitud los aspectos culturales inherentes al tema acá desarrollado, pues los mismos fueron deliberadamente inadvertidos en esta investigación dada la brevedad del tiempo como principal limitante de estudio. En síntesis, el trabajo que acá concluye, pretende fungir como un primer aporte tanto para la caracterización general de un posible *sociolecto moto-taxista*, como para estudiar la actitud social que poseen los usuarios de este servicio en cuanto a los hábitos lingüísticos apreciables en los choferes.

REFERENCIAS

Álvarez, Alexandra. 2005. *Cortesía y descortesía: teoría y praxis de un sistema de significación*. Mérida: Universidad de los Andes.

Álvarez, Alexandra. 2007. *Textos sociolingüísticos*. Mérida: Publicaciones Vicerrectorado Académico.

Blas Arroyo, José Luis. 1995. Los pronombres de tratamiento y la cortesía. *Revista de Estudios Hispánicos* 22: 439-466.

Castellano, Milton. 2012. Cortesía verbal y fórmulas de tratamientos nominales en el habla de Medellín. *Lingüística y literatura* 62: 123-139.

Duranti, Alessandro. 1997. *Linguistic anthropology*. Cambridge: University Press.

Guber, Rosana. 2005. *El salvaje metropolitano: reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Buenos Aires: Editorial Paidós.

Halliday, Michael. 1975. *El lenguaje como semiótica social: la interpretación social del lenguaje y del significado*. México: Fondo de Cultura Económica.

Halliday, Michael. 2004. *An Introduction to Functional Grammar*. Londres: Hodder Headline Group.

Haverkate, Henk. 1994. *La cortesía verbal: estudio pragmalingüístico*. Madrid: Gredos.

Lakoff, Robin. 1975. The Logic of politeness. *Papers from the Ninth Regional Meeting*, 292-305. Chicago Linguistic Society.

Leech, Geoffrey. 1983. *Principles of pragmatics*. Londres: Longman.

López Morales, Humberto. 2004. *Sociolingüística*. Madrid: Gredos.

Malaver, Irania y Carla González. 2008. El antipiropro, el lado oculto de la cortesía verbal. En Briz, Antonio, Antonio Hidalgo, Marta Albelda, Josefa Contreras & Nieves Hernández (eds.), *Cortesía y conversación: de lo oral a lo escrito*, 267-282. III Coloquio Internacional del Programa EDICE. Valencia: Departamento de Filología Española: Universidad de Valencia.

Moreno Fernández, Francisco. 1998. *Principios de la sociolingüística y sociología del lenguaje*. Barcelona: Ariel.

Ramos, Yus. 2003. *Cooperación y relevancia: dos aproximaciones pragmáticas a la interpretación*. Alicante: Universidad de Alicante.

República Bolivariana de Venezuela. 2008. *Código de Bioética y Bioseguridad* (3ª ed.). Caracas: Ministerio del Poder Popular para Ciencia y Tecnología, Fondo Nacional de Ciencias, Tecnología e Innovación.

Silva Corvalán, Carmen. 2001. *Sociolingüística y pragmática del español*. Washington: Georgetown University.

Wardhaugh, Ronald y Janet Fuller. 2015. *An introduction to sociolinguistics*. Maryland: Editorial Offices.