



Minnesota State University, Mankato

Cornerstone: A Collection of Scholarly and Creative Works for Minnesota State University, Mankato

All Graduate Theses, Dissertations, and Other
Capstone Projects

Graduate Theses, Dissertations, and Other
Capstone Projects

2012

La mentira como una estrategia de cortesía verbal: estudio pragmalingüístico de la telenovela La Saga

Maria Carolina Torres
Minnesota State University - Mankato

Follow this and additional works at: <https://cornerstone.lib.mnsu.edu/etds>

 Part of the [Latin American Languages and Societies Commons](#), and the [Latin American Literature Commons](#)

Recommended Citation

Torres, M. C. (2012). La mentira como una estrategia de cortesía verbal: estudio pragmalingüístico de la telenovela La Saga [Master's thesis, Minnesota State University, Mankato]. Cornerstone: A Collection of Scholarly and Creative Works for Minnesota State University, Mankato. <https://cornerstone.lib.mnsu.edu/etds/254/>

This Thesis is brought to you for free and open access by the Graduate Theses, Dissertations, and Other Capstone Projects at Cornerstone: A Collection of Scholarly and Creative Works for Minnesota State University, Mankato. It has been accepted for inclusion in All Graduate Theses, Dissertations, and Other Capstone Projects by an authorized administrator of Cornerstone: A Collection of Scholarly and Creative Works for Minnesota State University, Mankato.

La mentira como una estrategia de cortesía verbal para engañar:

Estudio pragmalingüístico de la telenovela *La Saga*

By

María Carolina Torres

Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

Of Master of Science

In

Spanish

Minnesota State University, Mankato

Mankato, Minnesota

May 2012

04/03/12

This thesis has been examined and approved.

Examining Committee:

Dr. Gregory Taylor (Chair)

Dr. Kimberly Contag

Dr. James Grabowska

DEDICATORIA

Dedico esta tesis principalmente a Dios, porque fue él quien me dio la oportunidad y el privilegio de estar en este país, en este estado, en esta ciudad y en Minnesota State University, Mankato y me dio el regalo de conocer a Pat, Theresa y sus hijas. Esta familia me recibió en su casa aún sin conocerme y me brindaron su compañía y generosidad.

De igual forma dedico esta tesis a mi padre, a mi madre, a mis hermanos y mi hermana por su amor incondicional, su apoyo constante y sus voces de aliento y su paciencia. De igual forma dedico ésta tesis a mis líderes espirituales Luz Stella y Juan Naranjo por su tiempo, su dedicación, sus oraciones, por la motivación que inyectaban en mí en momentos difíciles y de presión.

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer al Dr. Taylor por sus aportes en cuanto a forma y estructura en mi tesis. De igual manera le agradezco a la Dr. Contag y al Dr. Grabowska por sus consejos, sugerencias y correcciones. A Juan y Luz Stella Naranjo por sus aportes significativos en cuanto al fondo y contenido de la presente tesis, por su interés, su valioso tiempo y dedicación en leer mi proyecto página a página detenida y detalladamente.

Quiero agradecer a mis padres por su amor, a mis hermanos por sus mensajes de aliento, por su apoyo, a la familia Forbes que me abrieron las puertas de su corazón, de su casa y de su familia y me quisieron como una hija más, a los amigos que me tuvieron presente en sus pensamientos y a los TAs con los que compartí la oficina.

La mentira como una estrategia de cortesía verbal para engañar:

Estudio pragmalingüístico de la telenovela *La Saga*

By Maria Carolina Torres

Master of Science in Spanish

Minnesota State University Mankato, 2012

ABSTRACT

Even though languages have many things in common they all differ in the way politeness is present in verbal interactions. What might be polite in certain cultures can be considered impolite in other cultures, and this is due to the relationships among the speaker and the hearer, their context, their social needs, desires, and expectations.

In this thesis I will try to provide a contextual explanation for some Colombians' use of lies (as a means of politeness to deceive) in their daily life through conversations based on some of Colombia's history. Lies have become so internalized by many Colombian people in their language that they even feel weird if they tell the truth. This is reflected in the soap opera *La Saga*, which was very well accepted among the TV viewers due in part to its realistic depiction of reality in Colombian society. The selected conversations will be analyzed taking into account the politeness theory and the concept of "face" proposed by Brown and Levinson. I will also analyze the maxims and the cooperative principle proposed by Grice. These

philosophers of language, along with Haverkate, analyzed language based on the idea that we do actions with words.

I selected thirteen conversations from the soap opera *La Saga*, which show the interlocutors lying. My idea is to identify if a speaker is using lies, as a politeness strategy to deceive the hearer.

As a result I found that some Colombian people use lies frequently; some lies are more socially- accepted than others and those lies can become acceptable when they satisfy social conventions.

Most of the lies found in the recorded conversations were used as a politeness strategy when the speaker intended to deceive the hearer (for whatever reason), which led me to conclude that the desire to protect the speaker's face is stronger than his/her desire to protect the hearer's, either to avoid confrontations, discrepancies, uncomfortable situations or unpleasant interactions.

Tabla de contenidos

Capítulo 1: Introducción.....	1
Capítulo 2: Marco teórico.....	10
Capítulo 3: Contextualización del problema y caso colombiano de <i>La Saga</i>	35
Capítulo 4: Revisión de la literatura	50
Capítulo 5: Análisis de lo enunciado y su contexto en <i>La Saga</i>	118
Capítulo 6: Transcripciones de las conversaciones seleccionadas y análisis.....	120
Capítulo 7: Conclusiones.....	141
Bibliografía.....	151

Capítulo Uno

Introducción de la tesis

La presente investigación pragmalingüística nos permite estudiar lo enunciado entre individuos en un contexto particular (el de una representación del contexto social colombiano) para poder entender mejor las relaciones entre personas en culturas y situaciones específicas en general. El trabajo parte de la premisa que en la cultura colombiana hay una predilección por preservar la apariencia de la dignidad a todo costo, aunque fuera mentira dicha con buena o con mala intención. Para hacer tal estudio ha sido imprescindible para mi preparación poder estudiar los conceptos, teorías y métodos de análisis en cuanto a la cortesía, la mentira, la imagen, y las máximas conversacionales para poder probar la función de la cortesía en la cultura colombiana. La estructura de este estudio, por lo tanto, refleja bien el proceso por el que tuve que pasar para poder entender el asedio al análisis pragmalingüístico de una telenovela colombiana, *La Saga*. Como verán los lectores, el análisis sirve más como un modelo a seguir en cuanto al estudio de enunciados y su significado socio-cultural. He recopilado para los futuros estudiosos del tema la información más significativa de los expertos en el campo y he proveído un ejemplo de cómo un análisis pragmalingüístico puede abrir camino a un estudio cultural de una sociedad a base de lo enunciado y su contexto.

Aunque los idiomas comparten ciertos rasgos que vienen de sus raíces, cada país maneja el principio de cortesía de forma única. En unas culturas ciertas expresiones pueden ser tomadas como corteses y en otras culturas pueden ser tomadas como descorteses. Parte del criterio en el que cada cultura se basa para

juzgar o calificar un acto de habla como cortés o descortés tiene que ver bastante con las convenciones sociales y para poder llegar a entender y explicar esas convenciones es necesario acudir a la cortesía verbal y a todos los elementos sociales y pragmáticos que permiten analizar fenómenos lingüísticos como el uso de las mentiras como una estrategia de cortesía verbal.

La mentira ha demostrado de igual manera ser parte de una cultura, pero en cada cultura es juzgada desde puntos de vista diferentes: morales, lingüísticos, cognitivos y sociales. Existen entonces enunciados y expresiones que en unas culturas pueden ser consideradas como mentiras y en otras no, dependiendo de la falsedad del enunciado en sí y de si el hablante cree lo que está diciendo y pretende engañar al oyente con lo que está diciendo.

Se plantea de esta manera encontrar mentiras presentes en las conversaciones seleccionadas y transcritas de la telenovela *La Saga* y analizar si estas son usadas como una estrategia de cortesía verbal por parte del hablante con la intención de engañar al oyente.

También se analizará como se ve en las mentiras reflejada la cultura, las convenciones sociales y lo que es socialmente aceptado especialmente en el contexto comunicativo de Colombia.

Al identificar cuando las mentiras son una estrategia de cortesía verbal (en las interacciones verbales que los colombianos tienen a diario) para engañar completamente al interlocutor se puede:

- Conocer la idiosincrasia y la cultura colombiana como contexto social en que se hace uso de las mentiras.

- Aplicar las teorías de Brown y Levinson, Grice, y Haverkate en el análisis de las conversaciones seleccionadas de la telenovela *La Saga*.
- Mostrar cómo el lenguaje que se usa en la televisión refleja en gran parte la realidad de la sociedad colombiana.

La interacción comunicativa ha despertado un interés especial en los estudiosos del lenguaje por el hecho de que refleja aspectos sociales y culturales y ocurre en situaciones de la vida cotidiana.

Dentro de la interacción comunicativa existe un tipo de actuación verbal social específico que implica un conjunto de normas que regulan el comportamiento cotidiano y con las que el hablante le quiere demostrar consideración al oyente y viceversa. Esto es lo que se conoce como la cortesía verbal.

Al hablar de cortesía es necesario acudir a la etimología de la palabra remitiéndose así a la época de la Edad Media. A fines de la Edad Media los cortesanos se distinguían del pueblo común porque crearon y manejaron un sistema de modales que los distinguía de los demás. La etiqueta correspondiente abarcaba formas de comportamiento público y privado. Estas normas tenían que ver sobre todo con situaciones formales como los sepelios y las bodas. De ahí que diferentes sociedades hayan adoptado estas normas en su diario vivir en situaciones sobre todo formales para poder llegar a un consenso o contrato conversacional.

Haverkate (1994) habla de Fraser, quién sostiene que en la cortesía verbal es indispensable hacer uso del <contrato conversacional> en cualquier interacción verbal. Por este contrato se entienden los derechos y las obligaciones mutuos de las personas que entablan una conversación. Esto quiere decir que si se violan esos

derechos y obligaciones no hay cortesía y por ende se rompe el contrato. Las convenciones correspondientes pueden variar de una cultura a otra. De esa forma, los interlocutores deciden si fijan de forma implícita o explícita las fórmulas de su tratamiento. Por ejemplo, los colombianos deciden tutearse o hablarse de usted de acuerdo con la situación en la que se desarrolle la conversación, teniendo en cuenta la categoría social de los interlocutores, la edad, el sexo, las relaciones de cercanía o familiaridad que hay entre ellos y la fuerza ilocutiva de sus enunciados.

Como caso específico de la aplicación del contrato conversacional, existen las conversaciones que se llevan a cabo a diario en la televisión. Es de particular interés estudiar la cortesía verbal en representaciones prescritas y grabadas en telenovelas porque la cortesía verbal permite que el hablante comunique sus intenciones de una forma directa o indirecta al oyente, pero de una forma sutil con la que se quiere preservar la imagen positiva del oyente y lograr lo deseado. De esa forma el estudio de la cortesía verbal permite entender más de la expresión única de una cultura específica.

En esta tesis se analizará la cortesía verbal en varios episodios de la telenovela *La Saga* porque ésta es una telenovela que refleja diálogos prescritos (guiones) que para tener éxito deben representar conversaciones reales. Se pueden analizar varios aspectos de estas conversaciones prescritas y, de hecho, en la telenovela las interacciones no son completamente espontáneas pero reflejan en gran manera el lenguaje en uso y los elementos que hacen una conversación exitosa o no.

El lenguaje dice mucho de una cultura y sobre todo lo que se ve en la televisión refleja lo positivo y negativo de las ideas, actitudes, la moda, el estilo de vida y el lenguaje de las personas, entre otros. A través de estas representaciones se pueden ver reflejados varios factores que permiten que la interacción se lleve a cabo y tenga éxito. Entre esos factores se encuentran: el contexto social de los interlocutores, la edad, el sexo, las relaciones de distancia o familiaridad que hay entre ellos y, especialmente, el contenido de los actos de habla y las intenciones con las que se comunica el hablante e interactúa con el oyente.

Se usa el término “actos de habla” porque como afirma Austin (1962) los seres humanos realizan acciones al hablar. En el caso de la telenovela *La Saga*, los televidentes se identifican con: las historias de amor y desamor, con los chismes, envidias y celos dentro de una empresa y dentro de una familia, la competencia entre hombres por conseguir dinero, y por ende, adquirir más poder. De igual manera los televidentes se identifican y se ven reflejados en el uso de mentiras y del ser indirecto en las conversaciones.

El ser humano ha hecho uso de la mentira en las conversaciones que se llevan a cabo a diario como estrategia para preservar su propia imagen positiva y/o la imagen del oyente o interlocutor. Si el hablante no estuviera interesado en que lo que dice o hace sea aprobado hasta cierto punto por el oyente, no haría uso de las mentiras. Pero la mayoría de las veces es más fuerte el deseo de preservar su propia imagen positiva, lo cual lo lleva a decir cosas que no son ciertas.

Esto tiene que ver mucho con “el que dirán”, que está bastante arraigado a la cultura colombiana, en donde lo que piensen los demás puede llegar a ser más

importante que lo que se piense de sí mismo. Y esto puede ser uno de los principales motivos por los cuales muchos hablantes hacen uso de las mentiras en sus interacciones verbales. La mentira tiene lugar cuando el hablante no quiere atentar contra la imagen positiva del oyente y por eso muchas veces lo más fácil es desviarse de la verdad y tomar los atajos de la mentira.

El propósito de esta tesis es analizar cuándo el hablante colombiano hace uso de la mentira como una estrategia de cortesía verbal para engañar a su interlocutor.

Ser cortés muchas veces implica emitir enunciados que mantengan la armonía entre los interlocutores sin que haya obstáculo o impedimento alguno para comunicarse exitosamente. De igual manera es de particular interés demostrar cómo muchas veces los hablantes hacen uso de enunciados indirectos con la intención de evadir la verdad para preservar su propia imagen positiva como hablante y, a veces, preservar la imagen positiva del oyente desviándose o evitando al máximo el ser directo, lo cual puede sonar fuerte, agresivo y, aunque cierto, parecería descortés y se atentaría contra el fluir armonioso de la interacción verbal, con el principio de cooperación y las condiciones de felicidad de las que habla Grice.

Las telenovelas reflejan qué tan cortés o descortés pueden ser las conversaciones en la realidad; del mismo modo reflejan el uso de las mentiras presentes en las interacciones verbales. Cabe resaltar que la obra que escogí para este análisis, la telenovela *La Saga*, fue escogida por la forma en que refleja la realidad colombiana y por el impacto que tuvo en los televidentes. Esta telenovela fue transmitida en el año 2004, dirigida por Diego Mejía Montes y Juan Carlos Villamizar Delgado y Dago García fue su productor. Esta telenovela se desarrolla en

una ambientación que representa varias épocas de la historia de Colombia, desde 1935 hasta el 2005. De igual manera, se sale de lo predecible y sienta un precedente en la historia de la telenovela colombiana, porque se hace referencia a circunstancias que algunas familias han vivido debido a la mala situación económica; pero por encima de eso, los deseos de mantener una imagen ante la sociedad, un estatus, una apariencia de prosperidad, un querer mostrar que se pertenece a las mejores familias, no sólo por el hecho de vestirse bien, de comer bien, sino también de darse los mejores lujos, muchas veces sin importar los medios por los cuales se consiguen esos lujos.

Es un hecho que no todas las personas viven bien en Colombia y desafortunadamente es llamativo para muchas de ellas acudir a cualquier medio con el que se pueda obtener dinero fácil, sin importar su legalidad o el quebrantamiento de la ley. Este tipo de personas se sienten “seguras” siempre y cuando no sean descubiertas por la policía y así poder seguir haciendo sus fechorías.

Esta telenovela servirá como modelo para tomar de ella conversaciones en las que se vea representada la mentira como una estrategia de cortesía verbal que un hablante usa para engañar a su interlocutor. La función de tal análisis también proveerá ideas sobre la cultura colombiana cuya estructura social juega papel importante en preservar la imagen del individuo. Para poder comprender el engaño o el desengaño hay que reconocer la cortesía verbal como tal.

Desde el punto de vista de la cortesía verbal según Brown y Levinson (1987), ésta se da cuando no se atenta contra los derechos de los interlocutores, derechos a una imagen pública positiva. La cortesía verbal está presente o ausente en las

interacciones sociales y lingüísticas. Ella es un valor social y una forma de control emocional que trata de preservar la estima del interlocutor y trata de reducir cualquier tipo de fricción entre el hablante y el oyente. La cortesía es propia de los actos de habla que suelen ser indicados por medio de algunas estrategias verbales y que dependen básicamente del contexto y la situación.

Esta investigación hace énfasis en los contratos conversacionales de la telenovela *La Saga*, en la que se observan categorías relacionales tales como: jefe-empleado(a), amigo-amigo(a), compañeros de trabajo, hombre-esposa de delincuente, persona de clase alta- persona de clase baja, y sobretodo, está presente una relación muy marcada en la telenovela que refleja el pensamiento y actitud machista de algunos colombianos. Esta relación es: mujer bonita-hombre delincuente; ella dispuesta a vivir bien, es decir con todo tipo de comodidades materiales; sumisa y sometida a un esposo delincuente, agresivo que le impone siempre su voluntad, la oprime psicológicamente, y al mismo tiempo, le da todos los lujos materiales que ella desea.

En este proyecto de investigación se analizarán enunciados en contexto (las mentiras) para entender las estrategias que permiten lograr un nivel de cortesía entre los interlocutores. Los enunciados vendrán de los capítulos más representativos escogidos en la telenovela, la cual deja ver fácilmente no sólo el uso del lenguaje oral sino también la importancia de la comunicación no verbal. Los gestos y expresiones corporales pueden comunicar una mirada nerviosa, así como también guardar silencio; un movimiento inusual de alguna parte del cuerpo podría

indicar que el hablante está mintiendo. Aunque la comunicación no verbal es importante, este proyecto no se concentra en este fenómeno.

Capítulo dos

Marco teórico

La lingüística, como ciencia que se ocupa de estudiar el lenguaje en todos sus contextos, incluye a la pragmática como una disciplina práctica que se centra en el lenguaje en uso y en su aplicabilidad en las interacciones verbales que se llevan a cabo a diario en toda sociedad.

Como elemento clave y representativo de la pragmática está el acto de habla, el cual hace referencia a un enunciado que emite un hablante con una intención y propósito específico para lograr que el oyente actúe de cierta manera. A esa intención se le conoce como fuerza ilocutiva que lleva cualquier enunciado y al efecto que el hablante quiere lograr en el oyente se le conoce como fuerza perlocutiva. Estos términos se usarán constantemente a lo largo de esta tesis y por eso es necesario tenerlos en cuenta desde el principio.

Dentro de las interacciones verbales se observan factores que hacen parte del comportamiento lingüístico, el cual permite que la comunicación sea exitosa. Como elementos que facilitan ese éxito está la cortesía verbal y la imagen positiva y negativa. La cortesía verbal es más que una serie de pasos a seguir como procedimientos de un código social establecido y más adelante se definirá y trabajará en detalle. La cortesía verbal es usada por el hablante para crear un ambiente conversacional adecuado en donde el oyente sienta que su personalidad está siendo valorada y respetada. Esa personalidad es la que se conoce como imagen, la cual el oyente no quiere que sea amenazada por las palabras que emite el hablante ni por su comportamiento no verbal que ocurre a la par.

Cuando un oyente quiere sentirse apreciado, tenido en cuenta por el hablante y tomado en consideración, se habla de la **imagen positiva**, y cuando un oyente no quiere ver que sus actos sean impedidos por el hablante, se habla de la **imagen negativa**. La imagen va muy ligada a la cortesía verbal, ya que siempre que el hablante hace uso de ésta es porque quiere cuidar las imágenes positiva y negativa del oyente. Cuando un hablante no es cortés, está amenazando la imagen positiva o negativa del oyente y eso hace que aparezcan inconvenientes o mal entendidos en la conversación y que ésta no fluya de manera exitosa. Lo anterior es propuesto por Brown y Levinson (1987).

Es necesario hablar de un hispanista que ha hecho aportes significativos desde el punto de vista pragmalingüístico; ha sido reconocido por su interés en estudiar la cortesía verbal y la imagen en el español peninsular. Henk Haverkate hace una investigación teórica y empírica sobre las características pragmalingüísticas de la cortesía verbal en España. Este investigador insiste en: los conceptos de imagen positiva o imagen negativa propuestos por Brown y Levinson (1987), el análisis coste-beneficio y las máximas conversacionales propuestas por Grice (1975). Haverkate logra definir y diferenciar claramente los actos corteses de los no corteses como se verá más adelante.

En toda interacción verbal se puede evaluar si la cortesía está presente o no teniendo en cuenta estrategias verbales usadas por un hablante para mostrarle consideración y cooperación al oyente y viceversa. Haverkate (1994) cita a Lakoff (1973), quien distingue tres estrategias verbales básicas de las que se vale el hablante cortés:

- (I) [No impongas tu voluntad al interlocutor.
- (II) Indica opciones.
- (III) Haz que tu interlocutor se sienta bien; sé amable] (p. 16).

Lakoff afirma que las estrategias I y II son típicamente desarrolladas por hablantes exhortativos, mientras que la III no se asocia con ningún acto verbal en especial. Las dos primeras se usan para prevenir que el interlocutor se sienta amenazado por el acto exhortativo; es decir, el hablante que emite una exhortación penetra en el ámbito intencional del interlocutor, incitándole a que realice cierta acción en beneficio del hablante. Por lo tanto, el hablante que respeta las máximas I y II, da a entender al interlocutor que se da cuenta de que amenaza su libertad de acción. Esto quiere decir que, cuando se evita imponer la voluntad propia y se indican opciones, se está expresando un ruego y no un mandato. Las dos clases de cortesía manifestadas mediante las estrategias I y II, por una parte, y la estrategia III, por otra, se denominan *cortesía negativa* y *cortesía positiva*, respectivamente.

Haverkate cita a Mey (1979) para comprobar que ningún hablante, cualquiera que sea su lengua materna, es capaz de expresarse de forma neutra. Sus locuciones son corteses o no lo son. Es igual que afirmar que la cortesía está presente o está ausente; no hay término medio.

Brown y Levinson (1987) introdujeron el concepto de *imagen*, que en inglés significa literalmente "cara". Éste término se refiere a la personalidad del hombre como miembro individual de la sociedad a la que pertenece. La imagen de cada ser humano se compone de dos factores complementarios, el término *positivo* y el

término *negativo*. El primero se refiere a la imagen positiva que el individuo tiene de sí mismo y que aspira a que sea reconocida y reforzada por los otros miembros de la sociedad. El segundo se refiere al deseo de cada individuo de que sus actos no se vean impedidos por otros. Brown y Levinson (1987) definen el concepto de *imagen* así:

“Central to our model is a highly abstract notion of «face» which consists of two specific kinds of desire («*face-wants*») attributed by interactants to one another: the desire to be unimpeded in one’s actions (negative face). And the desire (in some respects) to be approved of (positive face)” (p. 13).

[“ El centro de nuestro modelo lo ocupa una noción muy abstracta, que consiste en dos clases específicas de deseos («*face-wants*»), que los interactantes se atribuyen mutuamente: el deseo de que uno no vea impedidos sus actos («*negative face*») y el deseo de que los actos de uno sean aprobados (hasta cierto punto) («*positive face*»).] (Traducción hecha por Haverkate p.18)

De acuerdo con la propuesta de Brown y Levinson, la interacción social y verbal imponen a los participantes la norma de que respeten mutuamente los deseos, “*face-wants*”. Cuando no se respetan estos “*face-wants*” o deseos se genera un conflicto. Para evitar este inconveniente, los interactuantes buscan equilibrio, intentando proteger su propia imagen y la del otro. Lo normal es que al desarrollar estrategias de cortesía, los interactuantes partan de la interpretación más desfavorable de sus actos. Por ejemplo, sugerir que el interlocutor está equivocado o mal informado puede implicar que es incompetente o ignorante. Para evitar la

interpretación desfavorable, suele usarse la mitigación con expresiones como: *en mi opinión, si no me engaño y puede ser que me equivoque, pero...*

En caso de disconformidad, muchas veces lo más importante no es la verdad o la falsedad de lo discutido, sino más bien la vulnerabilidad del interlocutor. Así afirma Haverkate (1994) al citar a Maas y a Wunderlich (1978):

[Los actos de habla indirectos se efectúan sobre todo en los casos en que los hablantes conceden gran valor a llegar a un acuerdo respecto al tema discutido. De esta manera procuran evitar que su relación se vea amenazada de discrepancias. Se trata especialmente de discusiones en las que importa fingir o demostrar que los interlocutores están de acuerdo (por ejemplo, en las discusiones televisivas).] (p. 20)

Cuando se habla de la *imagen negativa* del interlocutor, es necesario mencionar las normas de interacción que establecen que los actos del individuo no se impidan injustificadamente, es decir que el hablante debe hacer lo posible por no impedir los actos del oyente, debe ser lo más cooperativo posible para que la conversación fluya sin ningún impedimento y no cause molestias entre los interlocutores.

Brown y Levinson (1978) hablan de la cortesía negativa de la siguiente manera:

When we think of politeness in Western cultures, it is negative politeness behavior that springs to mind. In our culture, negative politeness is the most elaborate and the most conventionalized set of linguistic strategies; it is the stuff that fills the etiquette books...(p. 134-135)

[Cuando pensamos sobre la cortesía en las culturas occidentales, lo primero que se nos viene a la mente es el comportamiento de cortesía negativa. En nuestra cultura, la cortesía negativa es la categoría más elaborada y convencionalizada de las estrategias lingüísticas...; es la materia que llena los manuales de urbanidad...] (Traducido por Haverkate p. 21).

De acuerdo con lo anterior es evidente que la cortesía se ha tomado como las normas de protocolo social, pero dentro del contexto comunicativo está relacionado con la forma en que se respeta la imagen del oyente, la forma en que se valoran sus aportes a la interacción y la forma en que se coopera para que la conversación se lleve a cabo exitosamente.

Brown y Levinson (1987) propusieron un ejemplo que ilustra la cortesía de un hablante que considera muy alto el grado de imposición e invierte gran cantidad de energía verbal al formular el ruego:

I am terribly sorry to bother you with a thing like this and in normal circumstances I wouldn't dream of it since I know you are very busy but I'm simply unable to do it myself (p.93).

[Siento terriblemente tener que molestarle con una cosa como ésta y, en circunstancias normales, no se me habría ocurrido pedírselo, porque sé que está muy ocupado, pero me es materialmente imposible hacerlo yo mismo](Traducido por Haverkate p.41).

Haverkate (1994) afirma que existen cinco estrategias para realizar un acto de habla que amenaza potencialmente la libertad de acción del interlocutor. Esas cinco estrategias son:

- (I) se realiza el acto directamente sin mostrar cortesía;
- (II) se realiza el acto mostrando cortesía positiva;
- (III) se realiza el acto mostrando cortesía negativa;
- (IV) se realiza el acto indirectamente;
- (V) dejar de actuar el acto (p. 22).

La última estrategia, dejar de actuar el acto, es la que se prefiere en los casos en que la personalidad del interlocutor se ve amenazada gravemente. Por ejemplo, usar preguntas indiscretas, críticas personales e insultos atentan de forma directa contra la imagen del oyente y pueden causar inconvenientes que afectan la relación entre los interlocutores.

En cuanto a las cuatro estrategias anteriores, Haverkate (1994) las explica claramente a través de un ejemplo concreto, suponiendo que el hablante **A** quiere que el oyente **B** le pague una factura dentro de un mes. Según la estrategia que se seleccione, **A** puede dirigirse a **B** por lo menos de cuatro maneras distintas:

- (1) Usted deberá pagar la factura dentro de un mes.
- (2) Comprenderá usted que tengo que disponer del dinero dentro de un mes, ¿no?
- (3) ¿Podrá usted pagarme la factura dentro de un mes?
- (4) Para financiar un gran proyecto tengo que cobrar las facturas de mis clientes dentro de un mes.

(1) es un ejemplo de un acto de habla directo. **A** expresa su enunciado sin ninguna forma de cortesía y por ende, **A** no manifiesta consideración por la imagen de **B**. Cuando **A** usa cortesía negativa, refleja que está emocionado o enfurecido.

Haverkate (1994) cita a Goffman (1969), quien señala que en los interrogatorios policiales el que dirige las preguntas recurre, a menudo, a estrategias que sirven para desestabilizar emocionalmente al que ha de contestar.

En el ejemplo (2), **A** acude a la solidaridad de **B** de dos modos diferentes. Primero da a entender, mediante *comprenderá usted*, que considera a **B** capaz de formarse un juicio sobre la situación, sugiriendo que **B** es una persona inteligente. Luego, **A** solicita la conformidad de **B**, indicándole con la interrogación *¿no?* que la solución del problema depende de su colaboración. Es obvio que con estas dos estrategias, **A** quiere reforzar la imagen de **B**; por ende, esta es cortesía de tipo positivo.

El ejemplo (3) representa una forma convencional de cortesía exhortativa. Haciendo una pregunta informativa sobre la capacidad de **B** de realizar el acto pedido, **A** protege la imagen negativa de **B**, porque da a entender que es consciente de que accede al campo intencional de **B**.

La estrategia (4) es un acto de habla indirecto. **A** no refleja ninguna intención de exhortar a **B**, es decir que **A** no tiene el propósito de amenazar la libertad de acción de **B**. Esto le permite al oyente responder al acto locutivo, sin tener que prestar atención al acto exhortativo implícito.

En cuanto a la imagen positiva, Haverkate afirma que está basada en el anhelo de cada individuo de que otras personas deseen para él lo que él espera para sí mismo. Ejemplo, cada individuo espera que los demás le deseen bienestar en su salud, su libertad y su honor. Algunos ejemplos típicos de actos de habla que apoyan la imagen positiva del oyente son: el cumplido, la felicitación y la invitación, ya que

estos alaban la personalidad del oyente haciéndolos sentir aprobados por el hablante.

La imagen positiva se manifiesta a través de actos de habla y también de actos no verbales, puesto que con una mirada, gesto o silencio, se puede manifestar la aprobación de la imagen del oyente. La imagen positiva no sólo se manifiesta en los actos de habla intrínsecamente corteses, también se maneja para mitigar actos de habla no corteses y eso es lo que más les concierne a Brown y Levinson. Entonces la finalidad primaria de respetar la imagen positiva del oyente es establecer la impresión de que se le considera como una persona competente, capaz de pensar y actuar racionalmente. El hablante debe tener autoridad o poder sobre el oyente; específicamente, se puede citar como ejemplo: la comunicación entre padres e hijos, maestros y alumnos, y enfermeras y pacientes.

Para no manchar la imagen positiva del oyente, el hablante puede trasgredir la imagen de otro. De acuerdo con Haverkate (1994) es un recurso estratégico de cortesía positiva del que se sirve el hablante para conseguir diferentes objetos perlocutivos o reacciones en el oyente de acuerdo con la intención del hablante al reforzar o proteger la imagen social del interlocutor y manifestarle al oyente que le considera digno de formar parte del grupo o de la clase social a la que él mismo pertenece (p. 34).

Haverkate afirma que en la interacción verbal los locutores suelen ser conscientes de su propia imagen y de la del interlocutor. El hablante aplica una estrategia de cortesía para conseguir un determinado objeto comunicativo,

utilizando el procedimiento racional para buscar, seleccionar y desplegar la estrategia.

Haverkate (1994) cita a Kasher (1986) y traduce su aporte para comprobar que la racionalidad constituye la base de la cortesía lingüística: [la cortesía del discurso es un parámetro de coste de un principio general de racionalidad que regula toda actividad intencional relativa a los actos de habla.] (p. 35)

Haverkate explica que la racionalidad inherente a la cortesía verbal se manifiesta de dos modos distintos:

- (I) por medio de la justificación del acto de habla;
- (II) por medio de la valoración del balance coste-beneficio.

En el primer caso se encuentran aclaraciones hechas para motivar qué es lo que induce al hablante a realizar el acto de habla. Este tipo de comportamiento racional se refleja particularmente en la realización de los actos exhortativos como los mandatos. Las exhortaciones constituyen la clase de actos de habla que amenazan el espacio intencional del interlocutor. El hablante desea que el oyente lleve a cabo la acción especificada por el contenido proposicional de la locución. El acto exhortativo es un acto de cortesía que indica al oyente que su libertad de acción no se ve impedida arbitraria o inútilmente. Frecuentemente, la justificación se realiza mediante un acto de habla indirecto.

De acuerdo con Haverkate (1994), los actos exhortativos se dividen en impositivos (en beneficio del emisor) y los no impositivos (en beneficio del destinatario), esta distinción está fundada en la intención del hablante. "El hablante impositivo procura conseguir que el oyente realice el acto exhortado primariamente

en beneficio del hablante mismo" (p. 148). Ejemplos prácticos de este tipo son: el ruego, la súplica y el mandato. "El hablante no impositivo, en cambio, procura conseguir que el oyente realice el acto exhortado primariamente en beneficio de sí mismo" (p. 148). Ejemplos son el consejo, la recomendación y la instrucción.

Por otro lado, Haverkate afirma que al hablar de cortesía es necesario mencionar el término coste-beneficio, el cual es derivado de las ciencias económicas. Los economistas que se valen del análisis coste-beneficio aplican una técnica que expresa y cuantifica las ventajas y desventajas de un proyecto, basándose en una unidad monetaria común. El objeto de este análisis es la maximización de los beneficios. En el contexto de la interacción verbal, dado un objeto comunicativo determinado, el hablante escogerá la estrategia de cortesía que, con menor coste verbal, alcance ese objetivo. Como las estrategias son variables, adaptándose particularmente a la situación comunicativa concreta, el grado de cortesía de un acto de habla aislado no puede medirse, más bien queda determinado por el contexto o la situación en que se efectúa.

Lo anterior quiere decir que de acuerdo con el contexto, ser cortés puede no costarle mucho al hablante y puede beneficiarlo en gran manera, tanto a él (porque el oyente realiza el acto deseado por el hablante), como al oyente (porque cuando el hablante es cortés está preservando las imagen positiva y negativa del oyente). También puede darse el caso que aunque le cueste mucho ser cortés, vale la pena el precio que paga porque al final él será el beneficiado por usar sus estrategias de cortesía, que le permiten lograr un efecto perlocutivo que realizará su interlocutor.

Haverkate (1994) cita y traduce el aporte de Fraser y Nolen (1981), para hacer énfasis en su afirmación [...ninguna oración es inherentemente cortés o descortés. Muchas veces ciertas expresiones nos parecen descorteses, pero no lo son las expresiones sino las circunstancias en las que se emplean las que determinan la calificación de cortesía] (p. 38). Esto quiere decir que un enunciado en sí no es cortés ni descortés; lo hace cortés o descortés el contexto en que es emitido y el juicio que ofrezca el oyente pues es el oyente quien decide si es cortés o no.

Haverkate afirma que el hablante racional busca un equilibrio entre coste verbal y beneficio interactivo, guiándose tanto por su relación social con el interlocutor como por la índole de la situación comunicativa. Para medir el grado en que el acto de habla amenaza la imagen del interlocutor, Brown y Levinson (1987) idearon un esquema analítico de tres parámetros, con el que se propone una hipótesis sobre la selección de estrategias de cortesía, la cual depende de la correlación de estos factores. El esquema tiene estructura de una ecuación (p. 76):

$$W = D(S,H) + P(H,S) + R$$

Los símbolos deben interpretarse así: *W* (*weightiness*) corresponde al peso del acto de habla en cuanto amenaza la imagen del interlocutor. *D* (*distance*) es la distancia social que media entre *S* (*speaker*, o sea, hablante) y *H* (*hearer*, o sea, oyente). *P* (*power*) representa el poder que el oyente tiene sobre el hablante y vice versa. De acuerdo con una metáfora espacial, *D* y *P* pueden asociarse con las dimensiones horizontal y vertical de la relación social entre locutor e interlocutor, respectivamente. El símbolo *R* (*rank*), por último, se refiere al grado de imposición

implicado por el acto de habla. Ese grado de imposición puede diferir de una cultura a otra.

Haverkate afirma que en lo que se refiere a la realización cortés del acto de habla, están vigentes las siguientes correlaciones (p. 39):

- (I) la cortesía aumenta en la medida en que es mayor la distancia entre hablante y oyente;
- (II) la cortesía aumenta en la medida en que es mayor el poder del oyente sobre el hablante;
- (III) la cortesía aumenta en la medida en que es mayor el grado de imposición.

Brown y Levinson afirman que de estas correlaciones se infieren dos conclusiones: primera, si el peso de la imposición es muy reducido, como en el caso en que el hablante tiene poder sobre el oyente y la exhortación es rutinaria, no hace falta aplicar una estrategia de cortesía especial; el hablante puede limitarse a la realización directa del acto de habla. Segunda, la situación inversa se da cuando el peso de la imposición es muy grande, incluyendo el riesgo de amenazar la relación social de los interlocutores; en tal caso, el hablante preferiría no realizar el acto de habla. Cuanto más difícil de efectuar sea el acto exhortado y mayor sea el poder o la competencia del oyente, más se le impone al hablante la necesidad de aumentar la energía verbal requerida para la expresión cortés de la exhortación.

Como se mencionó anteriormente, la cortesía verbal representa una forma de comportamiento regida por principios de racionalidad. En circunstancias normales, los que participan en un diálogo o conversación se guían por estos principios para prevenir que la relación social con el interlocutor entre en un estado

de desequilibrio. Aquí es importante hacer referencia al principio de cooperación postulado por Grice (1975), el cual explica las máximas derivadas:

- (I) Quantity relates to the quantity of information to be provided, and under it fall the following maxims: (1) make your contribution as informative as is required (for the current purposes of the exchange). (2) Do not make your contribution more informative than is required.
 - (II) Quality falls a super maxim – ‘Try to make your contribution one that is True’ – and two more specific maxims: (1) Do not say what you believe to be false (2) Do not say that for which you lack adequate evidence.
 - (III) Relation refers to ‘Be relevant.’
 - (IV) Manner, which I understand as relating not to what is said but, rather, to How what is said is to be said, I include the super maxim – ‘be perspicuous’ – and various maxims such as: (1) Avoid obscurity of expression, (2) Avoid ambiguity, (3) Be brief (avoid unnecessary prolixity), (4) Be orderly (p. 26-27).
- (I) La máxima de **calidad** concierne a la sinceridad del hablante:
 - no digas lo que crees que es falso;
 - no digas lo que no puedes probar adecuadamente.
 - (II) La máxima de **cantidad** se refiere a proporcionar la cantidad de información requerida por el objetivo del intercambio verbal.
 - (III) La máxima de **relación** se refiere a que la contribución conversacional del hablante sea relevante.

- (IV) La máxima de **modo** se refiere a evitar usar expresiones oscuras o ambiguas (p. 44).

Estas máximas pueden ser quebrantadas y cuando esto sucede se incumple el principio de cooperación y las condiciones de felicidad, las cuales se dan cuando tanto el hablante como el oyente manejan la conversación de tal manera que no hay altercados entre ellos y fluye exitosamente. La cortesía verbal puede respetarse aunque se quebranten estas máximas. Por ejemplo, si una persona dice una mentira, está quebrantando la máxima de calidad, pero está diciendo la mentira porque no quiere afectar la imagen positiva del oyente, ya que la verdad podría ser dolorosa y el hablante prefiere evitar cualquier situación incómoda y lo más fácil es acudir a una mentira.

Dentro de las estrategias de cortesía se encuentran las *implicaturas*, las cuales hacen referencia a situaciones en que el acto proposicional no coincide con las fuerzas ilocutiva y perlocutiva con que el hablante emite un enunciado. Cuando lo que dice el hablante no se transmite de forma literal, el oyente tiene que acudir a las implicaturas, es decir, tiene que interpretar cual fue la verdadera intención y propósito con que se emitió el enunciado.

La máxima de **calidad** se incumple por motivos de cortesía si decir la verdad encierra una evidente amenaza de la imagen positiva del oyente. Esto es lo que se conoce como una mentira piadosa.

Con relación a la máxima de **cantidad**, puede darse el caso de que no sea posible transmitir toda la información que se tiene a disposición, porque conllevaría a expresar opiniones desfavorables sobre el interlocutor u otras personas. A menor

cantidad de información, mayor grado de cortesía. Un ejemplo propuesto por Leech (1983) es:

A: *¿Dónde está mi bombonera?*

B: *Los niños estuvieron en tu habitación esta mañana.*

Aquí la implicatura conversacional de B, que burla la máxima de relación, corresponde a la respuesta directa: *Los niños pueden haberla cogido*. Se observa que hay un deseo de B de evitar referirse explícitamente a un posible acto reprochable de los niños. Para no acusarlos, B hace una observación aparentemente inocente sobre su paradero temporal, dejando al interlocutor sacar la conclusión descortés (p. 45).

Los enunciados indirectos en lugar de preguntas directas, contribuyen a proteger la imagen positiva del interlocutor. Los hablantes que proceden de esta manera incumplen la máxima de cantidad, puesto que, estrictamente, le comunican al interlocutor información con la que el hablante está más familiarizado que el oyente.

La máxima de **relación** se quebranta cuando el hablante hace contribuciones a la conversación que no son relevantes y que no se adaptan de modo racional al contexto lingüístico.

En cuanto a la máxima de **modo**, ésta se quebranta cuando el hablante construye un mensaje de tal forma que puede ser interpretado de manera equivocada.

Contrario a lo que afirma Grice, Haverkate (1994) cita a Lauerbach (1989), quien propone la siguiente afirmación: [Sabemos que, cuando somos corteses, no

nos inclinamos a ser tan sinceros como nos prescribe Grice, ni tan breves, claros y precisos -la cortesía se paga con insinceridad, vaguedad y verbosidad.] (p. 47). La anterior cita deja ver que Lauerbach considera que lo propuesto por Grice puede ser un poco utópico y demasiado idealista porque no siempre se está pensando en el oyente y en preservar su imagen positiva y negativa.

Haverkate afirma que las máximas conversacionales no abarcan el componente social de la interacción verbal; la cortesía sólo entra en juego cuando el hablante incumple las máximas, pero no sirve de parámetro para definir las. De igual manera, sea cual fuere el caso, incumplimiento o cumplimiento, la interpretación de cortesía o descortesía es siempre la interpretación del oyente, es él quien juzga el efecto perlocutivo del acto de habla independientemente de la intención comunicativa del hablante (p. 47).

Leech (1983) establece un principio de cortesía análogo al principio de cooperación de Grice, el cuál se manifiesta a través de seis máximas: *tacto, generosidad, aprobación, modestia, unanimidad y simpatía*. Cada una de estas máximas encierra dos normas complementarias basadas en factores minimizadores y maximalizadores. Así la máxima de tacto prescribe al hablante que minimice el coste para el hablante y que maximalice el beneficio para el interlocutor. Cuando el hablante respeta la máxima de unanimidad, minimiza la disconformidad y maximaliza la conformidad entre él y el interlocutor.

Las máximas de cortesía están asociadas con determinadas clases de actos de habla, relacionándose de la siguiente manera: las máximas de tacto y generosidad se aplican a los actos exhortativos y comisivos (la promesa), las

máximas de aprobación y modestia se aplican a los actos expresivos (agradecer, felicitar y dar la bienvenida), y las máximas de unanimidad y de simpatía se aplican a los actos asertivos.

Leech ilustra dos de estas correlaciones señalando que la máxima de aprobación se manifiesta típicamente en la realización del acto expresivo de felicitar y la máxima de modestia en el acto de pedir perdón. Las máximas conversacionales de Grice están orientadas hacia la estructura cognitiva de la conversación; éstas, determinan ante todo los aspectos sociales de la interacción verbal. Mientras el incumplimiento de las máximas griceanas tiene como fin producir efectos de cortesía, el incumplimiento de las máximas de Leech, da como resultado un comportamiento no cortés o incluso descortés.

La cortesía, como un sub-acto de habla, entonces, no representa una acción autónoma porque está integrada a la acción verbal total. El carácter transactivo de la cortesía se define según el balance de coste y beneficio. Las transacciones se verifican con base en la inversión de energía verbal por parte del hablante, con el objeto de lograr que el oyente reaccione de acuerdo con la finalidad comunicativa del acto de habla. En el caso del acto exhortativo, son fundamentales tres estrategias transactivas:

- (I) la justificación de la exhortación;
- (II) la minimalización del coste para el interlocutor;
- (III) la maximalización del beneficio para el interlocutor.

Por eso el hablante puede desarrollar, de acuerdo con la situación comunicativa, estrategias para reforzar la imagen positiva del oyente o para prevenir que la imagen negativa del mismo se vea amenazada.

Por otro lado, al considerar los orígenes de la interacción verbal, se observa que el ser humano es un ser social por su inclinación innata a reunirse y a disfrutar de la mutua compañía. Haverkate (1994) afirma que esta inclinación se ve mayormente representada en la *comunidad fática*, la cual crea un ambiente de solidaridad que permite entablar una conversación placentera para los interlocutores (p.57).

Esta comunidad fática es un medio eficaz para formarse una idea del estatus social del otro, así como de sus intenciones comunicativas (p.59). En las interacciones verbales se ve reflejado cómo las personas que no pertenecen a la misma clase socioeconómica y, en especial, el hablante de una clase superior es el que toma la iniciativa de invadir el espacio mental del que pertenece a una clase inferior. Si la persona de clase social inferior está bajo algún tipo de poder por parte del que pertenece a la clase superior, esto hace que haya más presión a responder a todas las preguntas que se le quieran hacer y tiene más presión a ser cortés y a ser lo más sincero posible con sus respuestas, porque en esos casos puede que su posición dependa de la forma en que interactúe con su superior.

En este tipo de interacción relacional, así como en otras situaciones, lo ideal es que se evite el uso de las mentiras. Haverkate (1994) cita a Beinhauer (1985), quien sostiene que la mentira piadosa pretende no defraudar las expectativas del interlocutor, por eso es una estrategia de cortesía positiva. La mayoría de las veces

la mentira es enunciada como una respuesta preferida por parte del interlocutor, así la mentira, más adelante, no sea del agrado del oyente por el hecho de ser mentira. Las respuestas no preferidas suelen producirse con un breve retraso, intercalándose una pausa o una interjección monosilábica como *eh....* (p.75).

Haverkate afirma que existen interacciones verbales en las que la respuesta que se escucha es o no cortés, así sea una mentira. Si la realización del acto de habla no beneficia al oyente, el acto no es cortés. Si, por el contrario, la realización del acto de habla redundante en beneficio del oyente, el acto es cortés. Esto puede parecer un poco contradictorio, pero la diferencia yace en la superficialidad del enunciado; es decir puede que un acto de habla sea cortés porque beneficia de manera temporal al interlocutor, como en el caso en que un hablante le diga una mentira al oyente. Aparentemente emite una respuesta que en la superficie es cortés en el momento, pero que más adelante, si se llega a saber la verdad, no es cortés por el hecho de ser una mentira.

La mentira, por ejemplo, es usada muchas veces como una estrategia de cortesía, sobre todo para proteger la imagen propia y, de paso, la del interlocutor. Al hablar de la mentira como acto de habla, es necesario hacer referencia a lo que Haverkate (1994) llama la *condición de sinceridad*, la cual es primordial e irreducible en el sentido de que el hablante debe tener realmente intención de llevar a cabo lo prometido a través de su emisión; esto no se puede saber completamente en el momento en que el hablante está emitiendo su acto de habla, sino más adelante; pueden pasar horas, días, meses, años, dependiendo del compromiso asumido. Ejemplo: *quiero ayudarle a usted y tengo la intención de prestarle dinero* (p. 108).

Haverkate (1994) afirma que existen actos de habla no corteses que se definen, de modo negativo, como los actos cuyo objeto ilocutivo no beneficia al interlocutor. De cierta manera las mentiras encajan en esta categoría, ya que por su esencia afectan al interlocutor; así esa mentira haya sido la respuesta que la persona esperaba escuchar en ese momento, así ese enunciado haya logrado un efecto que no corresponde a la realidad porque manipuló la verdad.

Las mentiras no comunican cortesía intrínseca, únicamente extrínseca, es decir, se muestra una cortesía en la apariencia, en lo superficial, para lograr un beneficio momentáneo o temporal pero realmente no hay cortesía cuando se engaña al oyente.

Muchas personas emiten el enunciado que es mentira pretendiendo ser corteses. Meibahuer (1994) clasifica la mentira entre los actos de habla asertivos, porque un hablante emite un enunciado de este tipo con la intención de convencer al oyente de que el hablante cree sinceramente que la proposición expresada corresponde a un estado real de las cosas. La cortesía asertiva atenúa el contenido proposicional o la fuerza ilocutiva de la aserción.

La mentira podría considerarse como un tipo de interacción no preferida, ya que amenaza a largo plazo y potencialmente la imagen positiva que los interlocutores tienen de sí mismos y, por tal razón, el hablante tiene cuidado de las palabras que emite. La mentira se presta para evitar situaciones argumentativas y discrepancias innecesarias, y contrarrestar una posible reacción negativa del interlocutor maquillando y/o transformando un poco o completamente los hechos.

El hablante debe ser capaz de sostener lo que dice y por razones tácticas le conviene recurrir a la mentira como una estrategia mitigadora para hacer ver su punto de vista más aceptable ante el oyente. Esto da a entender que entre más mitigación más cortesía. Además hay enunciados que pueden ser manipulados por hablantes que, sin disponer de información fidedigna, fingen responder a la verdad con lo que dicen. Estos hablantes violan la segunda máxima de calidad de Grice(1975), que dice: << Do not say that for which you lack adequate evidence>> (p. 46). (No digas aquello que no puedas probar con certeza). Concretamente, la verdad se ve manipulada con expresiones como: *sé a ciencia cierta que..., estoy seguro que..., no cabe duda que..., creo que..., pienso que..., me parece que....*

Existen casos en los que el hablante tiene buenos motivos para no expresar explícitamente la verdad de un enunciado y por eso lo mitiga o suaviza añadiendo información. Por ejemplo, el caso de la empresa que debe terminar el contrato laboral a un empleado cuyo desempeño no ha sido el esperado. Al empleado se le anuncia su retiro con expresiones tales como: *su posición ha desaparecido, el presupuesto para esta posición ya no existe, esta posición se va a unificar con otras y por eso la empresa debe dejarlo ir.*

Estos hablantes desean proteger tanto su imagen positiva como la del interlocutor, así lo afirma Haverkate (1994):

Obsérvese que la mitigación asertiva es un fenómeno tan general del habla cotidiana que los hablantes que quieren evitarla explícitamente tienen a su disposición un modismo particular, *a decir verdad*, que sugiere, literalmente,

que la veracidad no es una cualidad natural de una interacción verbal". (p. 126)

Haverkate (1994) cita su anterior trabajo (1984) para afirmar que muchas veces el hablante hace uso de una estrategia desfocalizadora como táctica para distanciarse del oyente, y reducir o minimizar el efecto que causa a su propia imagen a través de lo enunciado. La mentira es un claro ejemplo de esta estrategia.

La presente tesis hace referencia a la mentira como un tipo de acto de habla asertivo indirecto que sirve como estrategia de cortesía para prevenir que el oyente se vea enfrentado a una reacción negativa explícita. La mentira funciona como un efecto atenuador, que es lo mismo que un efecto mitigador, con el cual se quiere prevenir que se lleve a cabo una amenaza a la imagen del interlocutor.

Muchas veces se miente a través de enunciados impersonales como: *se dijo que...*, *se hizo...*, *se compraron esos productos hace dos meses*, entre otras expresiones. Este distanciamiento que el hablante hace del enunciado hace referencia a la relación que hay entre la fuerza ilocutiva y el contenido proposicional con la distancia interaccional entre hablante y oyente (p. 131).

El hablante afecta la imagen positiva del oyente con la mentira y no la imagen negativa, ya que esta última es el deseo de un interlocutor de que otros no invadan su territorio reduciendo o impidiendo su libertad de acción; mientras que con la mentira el hablante no le impone nada al oyente.

Si consideramos la mentira como un acto de habla, no se miente a través de ruegos, súplicas y mandatos pero sí se puede mentir a través de consejos, recomendaciones e instrucciones. Consideren los ejemplos: *te aconsejo que vayas*

donde ese doctor porque es el mejor del mundo; te recomiendo que viajes por la aerolínea más barata, ésta será la más segura; si volteas a la derecha y después a la izquierda llegarás en un minuto. Es el caso de la ironía y del resultante sarcasmo.

En toda interacción verbal siempre está presente la condición relacional entre los interlocutores. El uso de las mentiras depende de qué tan cercano o familiarizado el hablante esté con respecto al oyente. Explico: cuando hay cierta manifestación de poder por parte del hablante hacia el oyente, el hablante se siente con la autoridad de preservar su imagen positiva, por lo cual acude a la mentira cuando lo necesita. Como ejemplo de relaciones de poder están:

1. el hablante se halla en una posición de poder o autoridad con respecto al oyente, ya sea de poder físico o social;
2. entre hablante y oyente no hay relación social jerárquica;
3. el oyente tiene poder o autoridad sobre el hablante.

Estas relaciones de poder indican que la cortesía verbal queda determinada por las relaciones sociales entre los interlocutores. El hablante hace uso de la cortesía mitigadora para llevar a cabo la mentira pero la evaluación de su función en cuanto a la cortesía depende de la relación social que se presenta en cada situación. Es más, Haverkate (1994) cita a Brown y Gilman (1989), quienes establecen la siguiente correlación: a mayor grado de afecto, mayor grado de cortesía, y a menor grado de afecto, menor grado de cortesía y explica que ese afecto está sujeto a la relación social de los interlocutores (p. 219).

De igual manera, ese afecto que facilita o dificulta la cortesía entre el hablante y el oyente, hace parte de la perspectiva del análisis coste-beneficio. Es

evidente que la cortesía representa el coste especial que el hablante está dispuesto a asumir para acentuar la distancia social que le separa del interlocutor. Lo anterior deja ver que entre más afecto haya por parte del hablante hacia el oyente, menos le cuesta hacer uso de la cortesía verbal y entre menos afecto haya más le cuesta pensar en los enunciados apropiados que carguen la cortesía verbal en su esencia. En ambos casos el hablante se beneficia porque logra que el oyente realice la acción que él desea o que reaccione de la manera que él espera.

Por último se podría decir que existen otras formas de interrelación hablante-oyente que están dadas por la cultura, las convenciones sociales, lo que es aceptable o no, las relaciones de poder, distancia y familiaridad entre los interlocutores, entre otros aspectos. Lo importante para esta investigación es explorar como funcionan en *La Saga* porque al analizar la interacción verbal, primero se podrá entender su función lingüística y, tal vez, la importancia de la función social de la mentira.

Capítulo Tres

Contextualización del problema y el caso colombiano de *La Saga*

Un país es definido por su idiosincrasia y su cultura, las cuales conforman su identidad, sus hábitos, sus formas de pensar y de actuar, sus formas de usar el lenguaje y de entablar relaciones. Es esa identidad la que caracteriza a una sociedad y la diferencia de las demás, ya sea por las cosas positivas o negativas por las cuales se conoce. Parte de la idiosincrasia y cultura de la sociedad colombiana se ve reflejada en las telenovelas, que como guiones filmados para ser retransmitidos por capítulos a través de la televisión, representan en gran manera la realidad social. Un claro ejemplo de esto es *La Saga*, telenovela producida por Caracol Televisión en el 2004 que fue nominada a premios nacionales y ganó varios de ellos. Su libreto se vendió a Argentina, Chile y Venezuela como prueba de su gran impacto en la teleaudiencia nacional e internacional.

Se podría llegar a pensar que *La Saga* es simplemente una telenovela y que por el hecho de que los personajes principales son delincuentes no aplica a la realidad; todo lo contrario, refleja la realidad y presenta al televidente un espejo de la problemática bajo la cual viven los colombianos. Se esperaría que al ser expuesto a su propia realidad el televidente sea sensibilizado y cree consciencia en cuanto a la verdad que lo rodea y deje de ser indiferente ante ella, evitando actuar como si nada estuviera pasando.

Antes de comenzar a desglosar esa realidad es importante conocer a grandes rasgos la historia y trama de la telenovela *La Saga, negocio de familia*. Ésta

comienza con una violenta y armada radicalización partidista en el sector rural de Colombia que obligó a Tomás Manrique, su esposa Josefina y su hijo Pedro a trasladarse a la capital. Allí, en complicidad de Pascual, un ladrón de poca monta, del que pronto se hizo amigo, decidió buscar fortuna en el mundo de la delincuencia. El arma para su primer golpe, la obtuvo dejando a su hijo Pedro como prenda de garantía. Fue en aquel asalto que el señor Manrique cobró su primer víctima, casualmente el único hombre que le ofrecía un trabajo respetable y un próspero futuro.

Perpetrado el crimen, Tomás recuperó a su hijo y regresó a casa, sintió que había hecho lo debido. Su fechoría marcaba el inicio de los Manrique en el mundo de la delincuencia y los condenaba a una inevitable desgracia.

Diez años después, Tomás muere baleado por hombres de la mafia. Pedro, su hijo, en complicidad de Pascual, dedica sus días a estafar incautos en la mesa de póquer. Allí conoce a Marlén, quien por una deuda de juego acepta casarse con él. Por ella, el joven traiciona y asesina a Pascual, su gestor y mejor amigo, quien antes de perecer, maldice la descendencia de los Manrique asegurando que ninguno de ellos moriría de viejo.

Pasan los años y Pedro, para mejorar su nivel de vida, se aventura en el mundo del boxeo. Lleva a la fama al "Kid Romano". Apuesta en su contra y secuestrando a su esposa, lo obliga a perder. Tal traición, marcaba el inicio de los Manrique en el mundo de las apuestas ilegales; el nacimiento de Armando y Antonio, la primera víctima de una terrible maldición, ya que desde que nacieron

una bruja le leyó las cartas a Marlén y le aseguró que con ellos dos se repetiría la historia de Caín y Abel.

Pedro fortalece su negocio y sus hijos se encargan de cobrar las apuestas. Armando es esposo de Ana María, padre de Tito y Manuel. Antonio, por su parte casado con Pilar, es padre de Ernesto y amante de la esposa de su hermano. Ana María al sentirse traicionada por Antonio, confiesa ante su familia la infidelidad y sin dar tiempo a represalias, escapa al exterior. Armando, desecho, secuestra y asesina a su propio hermano. La familia lo exonera de toda culpa; sin embargo, Ernesto, hijo del ajusticiado, está seguro de que su tío asesinó a su padre y se jura así mismo cobrar venganza.

Por otro lado, Armando ve en el reinado Nacional de Belleza, el espacio propicio para fortalecer su negocio. Encarga a Tito y a Manuel Manrique, sus hijos, de tal tarea. Es allí donde los jóvenes conocen a Helena, candidata a la corona, y a su hermana Clemencia. La atracción entre ellos es inmediata. Pero Helena, para ese momento es secuestrada. Tiberio, padre de las muchachas, encarga a Jaime, prometido de su hija Patricia, del rescate. Tito y Manuel lo contactan con Marieta, la hija del secuestrador y la joven por el amor que siente hacia Jaime traiciona a su padre. Luego queda en embarazo, pero Jaime no está dispuesto a responder. La mujer defraudada, decide asesinar a Patricia, la prometida de Jaime, haciendo uso de brujería y hechicería. Manuel Manrique asesina al esposo de su amada Clemencia y Tito, extorsiona a Tiberio para que apruebe su relación con Helena. Al cabo de seis meses en una sola ceremonia religiosa se llevan a cabo los dos matrimonios, Helena con Tito y Manuel con Clemencia.

Pasan veinte años, Manuel Manrique y Clemencia tienen tres hijos: Inés, Estela y Oscar. Manuel planea regresar a su familia a la legalidad, para lo cual envía a su hermano Tito, esposo de Helena y padre de Claudia, a establecer contactos con la familia Ruiz en los Llanos Orientales. Esta familia está compuesta por Casimiro, su esposa Hortensia y sus tres hijos: Héctor, Pipe y Carolina. La familia Ruiz acepta la alianza. Pipe viaja a Bogotá a concretar el negocio. Conoce a Helena, la esposa de Tito, pero esto en lugar de ayudar con los propósitos de la familia, desata una guerra porque Pipe se vuelve el amante de Helena, quien asesina a su esposo Tito y se suicida posteriormente. Manuel decide aliarse con José María Manosalva, un poderoso capo que no duda en utilizar los métodos menos ortodoxos para lograr su cometido, cobrando vidas y derramando sangre.

Una de las realidades que se mencionan al principio, es la indisciplina que hace parte de la mentalidad y comportamiento de algunos colombianos. Así lo afirma Puyana:

Como una virulenta endemia que afecta a toda la comunidad, la indisciplina tiene remoto origen en cierto primitivismo o estado de naturaleza que distingue a los pueblos carentes de educación y de conciencia ciudadana y que, precisamente por ello, no se comportan en forma civilizada, en el sentido del respeto a las disposiciones de la autoridad, a las normas sociales y a las prioridades naturales (p. 164).

Esto se observa claramente en *la Saga*, empezando por Tomás Manrique, quien decide dedicarse a robar y posteriormente a ser delincuente sin importarle quebrantar la ley. Su mayor motivación era conseguir dinero al precio que fuera.

Pero Tomás justifica sus actos porque fue desterrado junto con su esposa e hijo y tuvieron que salir corriendo de su pueblo con sus ahorros a la capital de Bogotá.

Algunos colombianos tratan de pasar por alto cuanta norma y restricción se les interponga en el camino, para de esa manera satisfacer sus deseos y caprichos. Puyana afirma que este fenómeno se ve en el diario vivir en el tráfico vehicular, la circulación de los peatones, el funcionamiento de las oficinas públicas, entre otros. Porque pareciera que costara demasiado trabajo someterse a las reglas, obedecer las señales, seguir los conductos regulares, respetar turnos y cumplir con fechas y horarios (p. 164).

Una realidad más es la religiosidad. Algunos colombianos profesan ser católicos o cristianos pero no viven como tal, no reflejan respeto a los mandamientos de Dios y atentan contra ellos mismos. Así lo afirma Puyana: “Precisamente, la práctica de la religión a nuestro estilo, formalista, vacía de contenidos morales y sin verdadero compromiso con los principios cristianos, ha sido una de las causas que más ha contribuido a la quiebra generalizada de los valores y al relajamiento de las costumbres de los colombianos” (p. 190).

Parte de la culpa se le puede atribuir al consumismo, al materialismo y a ese deseo casi insaciable por el dinero, el placer y el poder. Esto se ve claramente reflejado en la telenovela, puesto que la avaricia lleva a los hombres de la familia Manrique a volverse delincuentes y las mujeres saben parte de lo que está pasando y no hacen algo por cambiar su realidad porque saben que les conviene no hacer reclamos, quedarse calladas y de esa forma obtendrán todos los lujos, caprichos y comodidades materiales que apetezcan. Porque, como afirma Puyana: “cada día con

mayor fuerza nuestra sociedad reafirma su fe ciega en el dinero, que ha puesto hoy a la cabeza de sus demás valores para tener acceso a las posesiones materiales, el placer o el poder” (p. 195).

Algunos colombianos obran de mala fe, son corruptos o violentos, compran conciencias, calumnian y desconocen los derechos del prójimo y sus propios deberes individuales y sociales, adaptando en su comportamiento el oportunismo, la astucia y el egoísmo. Esta telenovela refleja la realidad que se podría aplicar a algunas personas que hacen parte de la sociedad colombiana.

En lugar de aferrarse a los mandamientos y enseñanzas dadas por Dios y la Biblia, algunos colombianos debido a sus grandes supersticiones, deciden aferrarse a curanderos, adivinos, hechiceros, pitonisas, astrólogos, quirománticos y demás milagreros profesionales, quienes ofrecen entre sus servicios elementos mágicos para predecir el futuro y alcanzar dinero, amor, salud y éxito en la vida. Así se observa en la telenovela, pues desde la primera generación de la familia Manrique, empezando por Josefina, las mujeres y, posteriormente los hombres, acuden a personas que les leen el tarot, les predicen el futuro, los alertan de peligros, les dicen qué deben o no hacer y por dónde deben o no ir. Es a través de estas personas que algunos colombianos adoptan prácticas como: la adivinación, la magia, los horóscopos, las cartas astrales, los conocimientos secretos o las consultas psíquicas, entre otras, como sustitutos de la fe en Dios.

Puyana afirma:

Intriga ver entonces cómo personas de cierto nivel cultural, que además se dicen católicas, no encuentren ninguna incompatibilidad entre la religión y la

brujería- que entre nosotros ha sido una vieja costumbre- ya que hasta presidentes en ejercicio, una hace tiempo en su casa en Cartagena se dedicaba a la magia y el espiritismo y otro, hace apenas algunos años, abandonaba el solio para ir a consultar pitonisas fuera de la capital (p. 199).

Otro elemento que hace parte del pensamiento y del comportamiento de algunos colombianos es la envidia, la cual se presenta cuando hay competencia por parte de algunos individuos hacia los de su misma raza. Algunas personas no pueden soportar la prosperidad de otros, situación que los impulsa a conductas incorrectas y egoístas tratando de satisfacer sus deseos de superar a los demás. La envidia lleva a muchas personas a involucrarse en asuntos ilegales y no les importa poner en riesgo su propia vida y la de sus familias. Aquí aplica la frase propuesta por el filósofo Nicolás Maquiavelo: “el fin justifica los medios”. Algunos colombianos con tal de lograr conseguir lo que anhelan pasar por encima de quien tengan que pasar con tal de cumplir sus propósitos malintencionados.

Así lo afirma Puyana:

Los envidiosos se delatan a sí mismos, no sólo por el tono airado de sus palabras cuando arremeten contra quienes triunfan o por lo falsas que éstas suenan si de pronto los elogian, en cuanto dejan ver su incógnita inquina al guardar un sugestivo silencio ante el éxito de los triunfadores y si acaso se deciden a romper su muda rabia, invariablemente comienzan con el clásico *pero...* de los resentidos... (p. 239).

Otra realidad que hace parte de la cultura de algunos colombianos es el robo, el cual se observa bastante en la telenovela. Puyana afirma que ese espíritu de robo

y de querer apropiarse de lo ajeno es algo heredado por los españoles, quienes al venir a conquistar impusieron su cultura, sus costumbres, se aprovecharon de los indígenas en todo el sentido de la palabra y robaron todo lo que quisieron para llevar con ellos de vuelta al continente europeo. Este fenómeno es parte del comportamiento de algunos colombianos, Puyana señala:

Modalidades como el raponazo o el atraco, existentes en muchos lugares de la tierra, alcanzan aquí extremos inconcebibles por el cinismo de delincuentes cebados con la impotencia de las autoridades y la inoperancia de un sistema de justicia como el nuestro, plagado de infinitos legalismos que invariablemente terminan por favorecer a los pillos, como que ordenan ponerlos de nuevo en la calle para que sigan robando, ya que una de nuestras últimas conquistas fue hacer del robo un delito excarcelable...” (p. 264).

Lo anterior se observa en la telenovela de manera muy marcada, ya que los delincuentes logran su propósito permanentemente y al final ni siquiera mueren a manos de la policía, sino por la justicia de su propia familia o de individuos bajo su misma tendencia. La mayoría de las personas que se dedican al robo no lo hacen tanto porque hayan aguantado hambre, sino por falta de moral y por una desbordada ambición que los empuja a robar en grande. Muchas veces las personas que roban se excusan en que simplemente están rebuscando la vida y justifican sus actos porque creen que a los otros individuos todo le sobra y eso les da derecho a robarles, aplicando el conocido proverbio: “ las cosas no son del dueño, sino del que las necesita”.

La impunidad es otra de las realidades que hacen parte de la cultura de algunos colombianos, es esa impunidad el hecho de que no se castigue al que trasgrede la ley. Esto lleva un mensaje erróneo a la sociedad y les puede incitar el pensamiento de que hacer lo bueno no paga, y respetar la ley no paga porque los que no la respetan no son castigados por sus actos. Así lo expresa en su pensamiento Antonio Montaña: “El delito es buen camino para obtener privilegios, puesto que no hay sanción o esta resulta simbólica y quien delinque puede burlar la justicia porque ésta se ha trocado en un remedo de sí misma” (p. 271).

La familia Manrique comete sus fechorías pero la mayoría de las veces logra su objetivo porque cuenta con “buenos” abogados que pagan las sumas más altas de dinero para que ellos no se queden presos. A uno de los delincuentes, amigo de los Manrique le otorgaron casa por cárcel por sus delitos, que más que una casa era un palacio con piscina y todas las demás comodidades que alguien pudiera desear. Acciones como ésta hacen dudar de la efectividad de la justicia de algunos colombianos, como así resalta Puyana:

La impunidad que hoy ha sentado sus reales en el país, se da por un complejo conjunto de causas: por la renuencia de los ciudadanos a denunciar los ilícitos, por su repugnancia a servir de testigos, por la desorbitada criminalidad que congestiona el aparato judicial, por su crónica ineficiencia, por la inoperancia del sistema acusatorio, por la blandura de las penas impuestas en los códigos a los delitos – de ordinario por debajo de los estándares internacionales- por la inexorable falta de su aplicación efectiva, por la habitual laxitud en las sentencias de los jueces, por la complejidad

operativa y las irregularidades en el funcionamiento del sistema jurisdiccional, por el festival de gracias y gabelas que se ofrecen a quienes delinquen y terminan por desvirtuar las penas impuestas por una justicia en la que nadie cree, por los múltiples esperpentos jurídicos que la han regulado, por la basta y siempre cambiante normatividad que crea confusiones entre quienes la administran, por la inveterada tolerancia del Estado y de la sociedad con quienes violan las leyes, por el torcido ejercicio que del derecho hacen tantos abogados y, en fin, por la pandemia de la inmoralidad que hoy contamina el país, de la cual virtualmente no escapa ninguna de sus instituciones” (p. 272).

Lo anterior permite afirmar que por eso la telenovela *La Saga* no es simplemente una telenovela hecha para entretener al televidente; es un llamado de atención para que la sociedad colombiana reflexione sobre las prácticas que ha adoptado durante tantos años como parte de su comportamiento, para se involucren responsablemente siendo parte de la solución y no del problema.

Por otra parte, se podría afirmar que la mentira se ha convertido en un hábito que caracteriza el comportamiento de algunos colombianos, tomando la telenovela de *La Saga* como elemento de ficción que refleja la realidad. Puyana cita un pensamiento de Horacio Gómez Aristizábal (1984): “En cualquier género de actividades que despliegue, el colombiano muestra la innata tendencia a mentir y a engañar porque, se le figura, son condiciones indispensables para el éxito” (p. 253).

Puyana afirma que existen bastantes hábitos que ha adoptado el ser humano a lo largo de la historia; entre esos hábitos se encuentra la mentira, la cual se ha visto presente según la cultura, el carácter del individuo y su circunstancia personal.

Mientras algunas personas reprochan, no aceptan y ven mal la mentira, ésta es habitual entre la gente, a tal punto que se acostumbran a fabular con tanta facilidad que termina por crearse una cultura del embuste, una cultura de *echar paja*, en otras palabras, decir lo que no es como si fuera.

Algunos colombianos hacen de la mentira un recurso para poder sobrevivir y conseguir *el pan de cada día*, y esto se les vuelve costumbre y un camino fácil para adquirir lo que necesitan sin ningún tipo de esfuerzo. La mentira ha llegado al punto de enraizarse profundamente en la psiquis de algunos individuos, quienes pueden extraviarse de la percepción de la realidad.

Puyana cita a Pedro Simón Fray, quien afirma que la mentira no tomó posesión por sí sola en el pueblo colombiano. Los españoles mentían, y engañaban. Esto fue impartido a nuestro país tan pronto fuimos “conquistados” por ellos. De ahí viene esa inclinación cultural que heredaron algunos colombianos a maltratar la verdad, incluso cuando resulta necesario decirla. Esto se debe en buena parte a la creencia que decir y repetir mentiras de modo convincente permite modificar y alterar la realidad en hechos que no se pueden cuestionar (p. 254).

Puyana firma que según resultados de encuestas que divulgan los medios, en ciertos lugares de Colombia existe el hábito de fabular, que ya hace parte de la cultura, porque se cree que la *mentira paga*. Aunque hay fundamentos éticos, la

mentira resulta ser más práctica, y por estar tan arraigada en las costumbres se vuelve más apreciable.

Según Puyana, pareciera que en algunos lugares Colombia no fuera una *cultura de culpa*, es decir una cultura donde algunas personas que han cometido alguna falla pretenden librarse de la carga moral con que se sienten abrumadas ante su sociedad y confiesan sus delitos sin querer montar una farsa de inocencia.

Algunos colombianos han aceptado la mentira como un comportamiento social normal por el hecho de que las personas lo han interiorizado y creen que todo el mundo lo hace y que por eso es justificable. Puyana afirma que:

La mentira constituye una afición nacional y en ciertos ámbitos como el de la política, una institución muy arraigada, ya que la sociedad la tolera y muestra gran permisividad hacia ella, quizás porque sabemos que de algún modo todos hemos mentido, como lo sostenía Andrés Holguín : “ En el país de la mentira, cada cual hace su comedia o representa su papel dentro de la gran farsa”, percepción compartida por investigadores extranjeros como el pedagogo Michael Eckhoff, quien llegó a afirmar que, en Colombia, hasta en los comerciales de TV, se promueve la cultura del engaño (p. 256).

Por eso es muy frecuente maquillar o usar una máscara de atractiva ficción antes de decir una verdad que duela. Es preferible ocultar a los ojos de los demás una fea realidad que molesta a otros y así se cuida su apariencia ante la sociedad.

Puyana dice:

Por ello, en la sociedad colombiana somos tan devotos de las mentiras piadosas como de las verdades a medias, que incluso resultan obligatorias en ciertas élites socioculturales para cualquier persona que se precie de educada, y entonces las dice con el propósito de quedar bien con todo el mundo, sin que sientan hacerle daño a nadie (256).

La mentira se ha llegado a arraigar tanto en algunos colombianos que se le considera inofensiva y bien recibida por algunas personas. Se ha llegado también al punto de creer que es preferible decir mentiras bonitas que decir feas verdades, creando así una atmósfera nada propicia para hablar con espontánea sinceridad.

Puyana afirma que ya sea por cortesía o por mal hábito, algunos colombianos han hecho de la mentira una costumbre de maquillar la realidad para que sea menos desagradable. Lo más curioso es que la áspera franqueza de los santandereanos o la desabrochada sinceridad de los costeños, repelan por completo y se toman como falta de modales.

Para Puyana uno de los motivos que explica en gran manera el uso de la mentira es la afición hacia las apariencias y el constante querer mejorar el pedigrí social. Es este deseo innato el que los dispone a todo tipo de maquinaciones o fabulaciones para lograr lo propuesto. Las mentiras sociales y políticas hacen que se respire una atmósfera de ficción, que inclina a las personas a permitir que se les mienta larga e impunemente.

Puyana concluye afirmando que la mentira es tan parte de la mentalidad de algunos colombianos que nuestra “democracia” sólo es una fantasía. “Una

democracia al fin y al cabo que preferimos que siga así, porque nos penetró mentalmente la ficción de su excelencia ya que se ajusta a nuestra manera de ser y por ello en nuestro inconsciente colectivo tal vez no deseamos cambiar...." (260).

Lo anterior muestra que la mentira, como afirmación opuesta a lo que se sabe o se piensa, aparenta cosas que no son y puede llegarle a hacer más daño a una sociedad de lo que ella misma se imagina. Por eso está tan arraigada en el pensamiento y comportamiento de algunos colombianos, y por la misma razón, es que los colombianos se identifican tanto con telenovelas como *La Saga*. Algunos colombianos ven las telenovelas solo como una forma de entretenimiento y actúan con indiferencia y otros ven reflejada la realidad, lo cual los lleva a tomar acción en cuanto a las problemáticas que afectan al país .

Fitch (1998) es otra investigadora que estudia la comunidad urbana y la clase media de Colombia y sus relaciones personales. Después de haber vivido en Colombia, Fitch logra identificar las fortalezas de este país en cuanto a sus paisajes y recursos naturales. De igual manera, identifica algunos de los factores sociales que hacen de la vida de un colombiano una constante lucha por sobrevivir debido al caos del tráfico vehicular, la incertidumbre económica, política y social, la inseguridad, entre otros.

Fitch también identifica y resalta la tan marcada diferencia entre clases sociales y cómo la clase alta le atribuye la culpa de quebrantar las leyes a los pobres, cuando en verdad, son muchas personas de la clase alta quienes infringen la ley la mayoría de las veces.

No solo el quebrantar las leyes es parte del comportamiento de algunos colombianos, también lo es la violencia y cómo ésta se ve reflejada en todos los medios de comunicación constantemente. Así lo afirman Fuentes y Alcaide (2008) en su estudio. Estas investigadoras también logran penetrar la cultura colombiana y algunas de sus problemáticas, como lo es la influencia de lo que se ve en televisión en el comportamiento de los ciudadanos. Ellas identifican los efectos de la televisión en las relaciones interpersonales y en la forma de hablar de los colombianos.

De igual manera encuentran que una de las manifestaciones de la agresividad es el hecho de no mencionar lo ocurrido en una interacción verbal. Fuentes y Alcaide observan que algunos hablantes usan recursos engañosos y emiten actos de habla en donde la fuerza ilocutiva no coincide con el contenido proposicional. Los hablantes se muestran insinceros haciendo uso de la cortesía como estrategia para engañar.

Las anteriores investigaciones resaltan la importancia del contexto colombiano para poder explicar problemáticas como la mentira en las relaciones sociales y en interacciones verbales. La mayoría de las veces una problemática no se da por sí sola aislada de los demás factores que afectan a un país. La raíz de muchos de esos factores muestra como se relacionan esas problemáticas entre sí y cómo una desencadena a la otra y cómo permiten explicarse y entenderse de manera recíproca.

Capítulo Cuatro

REVISION DE LA LITERATURA QUE PROPONEN

En esta investigación se toma en cuenta específicamente la interacción verbal en la cultura colombiana y cómo de una forma recíproca la televisión influye en la cultura, particularmente en el uso del lenguaje, y como la cultura influye en la televisión de igual manera. Dentro de las investigaciones relacionadas con el uso del lenguaje en la televisión existe un estudio sobre el impacto en general de las telenovelas en la cultura colombiana (Cervantes 2005). De igual manera existe una investigación hecha específicamente en la cultura colombiana y cómo las mentiras hacen parte de algunos colombianos a tal punto que hay ciudadanos que viven con ella y la hacen parte de su realidad (Puyana 2010). También existe un estudio pragmalingüístico del uso del lenguaje por parte de los jóvenes nacidos en la ciudad de Pereira, Colombia (Cisneros 2009). Estos tres estudios sirven como punto de partida en mi investigación.

Una de las investigaciones sobre la televisión colombiana fue hecha por Cervantes (2005), en la que se efectuó un estudio de la telenovela como objeto cultural. Se pretendía demostrar que la telenovela siempre se ha presentado como un fenómeno distinto en Latinoamérica porque expone parte de la historia a través de personajes que reconstruyen los conflictos de la clase trabajadora del país.

El estudio de Cervantes reconstruyó las historias centrales de tres telenovelas colombianas, escogidas especialmente por su temática y el gran impacto que causaron en su tiempo. *La Alondra* (1964), *Gallito Ramírez* (1986) y *Yo soy Betty la fea* (1999) representan tres épocas diferentes y tres momentos decisivos para la

historia de la televisión colombiana y dejaron ver como se ven reflejadas las identidades marginadas a través de sus personajes. Para su análisis se retomaron elementos claves como el secreto, la búsqueda de los orígenes, el malentendido y la separación de los amantes, quienes tienen que pasar por muchas pruebas para volverse a encontrar.

En segundo lugar, se analizaron los valores de los personajes teniendo en cuenta los pensamientos de Aristóteles en cuanto a que si el hombre nace bueno y la sociedad lo corrompe o no y Cervantes afirma que a través de estas telenovelas se ve reflejada la identidad marginada y la reconstrucción de los personajes que hacen parte de una cultura popular con conflictos socioeconómicos, la llegada de los campesinos a la ciudad y los conflictos al interior de la familia de clase media. Cervantes (2005) concluye: “Por eso se han visto en televisión mujeres más inteligentes que bonitas, hombres más sensibles y menos seguros de sí mismos, y más personajes que muestran cómo aparece la hibridación cultural en el país (p. 294).

Lo importante de la investigación de Cervantes deja ver la gran influencia que las telenovelas que reproducen, en celuloide o digitalmente, la sociedad que la produce y cómo los fenómenos históricos, culturales, políticos, sociales, económicos y lingüísticos, brotan de ellas a la vez.

Otra investigación que se enfoca en la influencia de las telenovelas, no sólo en la forma de actuar de algunos jóvenes, sino también la forma de expresarse en contextos informales, es el artículo de Cisneros (2009), en el cuál se analiza el uso de la lengua en la telenovela colombiana como estrategia que influencia las conductas

lingüísticas del habla cotidiana de jóvenes estudiantes de secundaria pertenecientes a algunos colegios de Pereira. Ésta es una ciudad pequeña ubicada en el valle occidental de Colombia, cerca de la cordillera de los Andes. En el estudio de Cisneros se hace un análisis del discurso que pone en evidencia los estratos sociales de acuerdo con el uso de la lengua, y de esta forma se refuerza la identidad del estatus quo de los individuos.

En cuanto a la recolección de datos para el corpus lingüístico de la investigación de Cisneros, se recurrió a los resultados de encuestas y observaciones hechas en el habla cotidiana de los estudiantes. Se analizó la influencia ejercida por la telenovela “Los Reyes” en el uso de la lengua en situaciones comunicativas concretas.

Cisneros (2009) deja ver a través de este estudio que, la televisión ejerce, en gran manera, influencia en el modo de vida de la sociedad contemporánea. La telenovela en Colombia difunde normas y tendencias culturales, y logra un efecto en las percepciones y opiniones del público, por lo que se hacen necesarios estudios desde el nivel discursivo que den cuenta de cómo la sociedad adopta el lenguaje de la televisión con toda su carga semántica, conceptual y pedagógica (p. 8).

Cisneros (2009) cita a Asqueta, Muñoz & Martínez (2005), quienes sostienen que: “ las telenovelas como parte de la diversidad de los discursos, mediáticos se constituyen en re -elaboradoras de estructuras de interpretación para la lectura del mundo, es decir, inciden radicalmente en la arquitectura del pensamiento de las audiencias consumidoras de estos contenidos...”(p.9).

Las observaciones y encuestas realizadas a los estudiantes de secundaria revelaron que: (a) los jóvenes que vieron “Los Reyes” recuerdan y comprenden el significado y uso contextual de los enunciados hechos por cada personaje, (b) la influencia lingüística es hecha por los personajes principales de la novela, (c) la influencia de la novela está dada con base en tres condiciones contextuales: el grupo debe manejar el “código” conformado por expresiones y muletillas de los personajes, el tema de conversación debe hacer referencia a la novela con un tono cómico, debe haber una relación familiar, de confianza e informal. (d) los estudiantes incluyen y adoptan expresiones como parte de una “moda lingüística”, (e) el estudiante es seducido por el humor y chiste presente en la novela, y (f) a pesar de la forma en que la tecnología absorbe la mayor parte del tiempo de los jóvenes, no les es para nada indiferente utilizar su tiempo en ser fieles televidente de esta telenovela.

Cisneros no llega a una conclusión porque se propone junto con Olave y Rojas (2009) a seguir esta investigación de una manera más profunda en donde incluirán más informantes y grabaciones de la telenovela que les permitan tener y analizar una muestra más representativa de la población.

En resumen, esta investigación resulta de gran importancia porque deja ver la telenovela colombiana como un todo, con todas las influencias e implicaciones que tiene sobre la vida cotidiana de la población colombiana, y específicamente, de los jóvenes. De igual manera la presente investigación muestra el contexto cultural, el impacto y efectos lingüísticos que una telenovela puede llegar a tener en

Colombia, por el hecho de que los televidentes se ven identificados con lo que sucede en ella como parte de su realidad.

Toda realidad tiene su historia y su explicación política, social, cultural y lingüística. Esto es lo que se propone en la obra escrita por Puyana (2010), la cual se concentra en el estudio del pensar, hablar y actuar del pueblo colombiano durante los períodos de finales del siglo XX y comienzos del XXI. Puyana considera de suma importancia la visión del ciudadano común, que observe y reflexione sobre la idiosincrasia y cultura, como vivencia personal, sin pretensiones científicas. Puyana se propone hacer referencias puntuales que facilitan al lector confrontar múltiples situaciones que forman parte de la cotidianidad colombiana.

Puyana acude a las constituciones políticas, a las leyes colombianas, a la historia de Colombia y al descubrimiento de América para intentar dar una explicación del porque Colombia se ve ante el mundo como un país problema, y para muchos de sus hijos, una virtual pesadilla. Este ensayo se elabora en tres partes: los rasgos generales del carácter nacional, los atributos del colombiano medio y las características de tales culturas que se arraigan en la sociedad y reflejan su malestar en el tiempo. “Porque a pesar de lo distintos que llegamos a ser, dadas las diferencias con que nos marcan: la región de origen, el estrato social, la condición económica o el nivel de educación, los colombianos nos identificamos, sin saberlo y hasta sin quererlo, en los diversos rasgos de la imagen trazada en estas páginas, ...” (p. 16). Está claro que el propósito esencial de este ensayo es que los colombianos se reconozcan a sí mismos en todo lo que abarca su cultura y así ser conscientes de sus cualidades y sus defectos, y para que puedan tratar de corregir algunas de sus

falencias y así contribuir a un cambio futuro. Aparte de esto, Puyana deja bien en claro que su objetivo no es divertir a nadie, sino hacer reflexionar y por ello, el título es un interrogante para que los mismos lectores lo respondan.

Es importante el estudio de Puyana porque a pesar de ser un ensayo temático e intencional, sirve como contrapunto de un análisis puramente verbal. Puyana lleva a cabo este ensayo basándose en sus propias experiencias y en observaciones hechas del comportamiento de algunos colombianos. También hace uso de la forma en que Colombia es percibida por otros países, y acude a los resultados de encuestas que divulgan los medios de comunicación. Puyana hace su estudio evitando al máximo ser subjetivo, aunque él también es colombiano lo que expresa lo trata de hacer desde una posición inconforme frente a la forma de pensar, hablar y actuar de un pueblo que pide a gritos un despertar y un cambio radical.

Puyana deja ver como algunos colombianos tienen una heredada tendencia a mentir y a engañar, y él le atribuye esta culpa a los españoles, quienes impartieron ese hábito de mentir cuando “conquistaron” a Colombia. Según él, de ahí viene la inclinación cultural que heredaron algunos colombianos a decir y repetir mentiras de modo convincente (p.255).

Según Puyana, algunos colombianos aceptaron la mentira como un comportamiento social corriente y la han interiorizado tanto que ha llegado a ser una afición nacional, mostrando permisividad hacia ella, porque se piensa que todos en algún momento han mentido especialmente cuando pudiera tener mal efecto en cuanto a la imagen decir la verdad.

Por ello, antes que decir una verdad que pueda dolerle a alguien o mostrar una fea realidad que moleste a otros, muchos prefieren ponerle la máscara de una atractiva ficción que la oculte a los ojos de los demás y salvar así las apariencias, a menudo más importantes entre nosotros que la verdad misma..." (p. 256).

Puyana afirma que algunos colombianos son muy devotos de las mentiras piadosas y de las verdades a medias, por eso hay personas que han adoptado la creencia de que decir siempre la verdad es una muestra de falta de educación, por el hecho de que la verdad puede herir susceptibilidades y confrontar a las personas de una manera inesperada (p.256). Desafortunadamente, se podría argumentar que la mentira ha estado tan presente y tan arraigada que hasta en la política y en la democracia tenía bien inmersa a la sociedad en ella.

En resumen, la investigación realizada por Puyana establece el contexto cultural e idiosincrático del hecho de que las mentiras estén tan presentes en los actos de habla que se emiten como una forma de ser cortés, es decir, una forma de preservar la imagen positiva del interlocutor, pero teniendo en cuenta "el qué dirán", es también una forma de querer proteger la propia imagen positiva del hablante. El "qué dirán" refleja los temores de las personas de lo que los demás puedan pensar de ellos, entonces se cuidan de los lugares a donde van, de con quien van, de cómo van vestidos, etc. Es esa creencia de que siempre habrá alguien pendiente de lo que se haga o se deje de hacer y comente al respecto afectando sobre todo el prestigio del individuo ante los demás, y eso le importa a muchos colombianos, sobre todo a los de las clases media y alta.

Gran culpa de ese pensamiento se le atribuye a los medios de comunicación, especialmente a la televisión. Así lo expresan Fuentes y Alcaide (2008), quienes afirman que la principal afectada con el comportamiento social de los individuos, reflejada en la televisión, es el lenguaje. Fuentes y Alcaide encontraron que la violencia se ha filtrado en la forma de hablar de algunos colombianos y en la forma de nombrar las realidades y esto ha causado que se infrinjan las mínimas reglas en una conversación, sobre todo en interacciones padres-hijos, esposo-esposa, jóvenes.

Fuentes y Alcaide resaltan en su artículo de los modos y efectos de la violencia y la agresividad verbal en la sociedad. De igual manera, estudian la agresividad verbal en la televisión, la cual fija modelos de comportamiento descorteses y envía el mensaje de que 'todo vale' en las relaciones humanas en todos los niveles sociales. Al mismo tiempo, la televisión refleja la violencia verbal por parte de las personas que tienen más poder frente a los que no lo tienen.

Fuentes y Alcaide hicieron encuestas y grabaciones de situaciones comunicativas reales. Sus principales objetivos con este estudio fueron ofrecer a la sociedad un estudio de los comportamientos lingüísticos actuales vinculados con la violencia, crear consciencia en cuanto al cambio de actitudes lingüísticas y ofrecer a la sociedad soluciones en cuanto al uso del lenguaje violento en los medios de comunicación como la televisión.

Fuentes y Alcaide comienzan su artículo hablando de la influencia que tiene la lingüística pragmática en su investigación. Se comienza hablando de Lakoff (1990), quien propone que uno de los principios discursivos para que haya cortesía verbal es ser amable y hacer sentir bien a su interlocutor. De igual manera, Fuentes

y Alcaide consideran pertinente citar a Goffman (1967), quien hace referencia al 'quedar bien con los demás', lo que implica un compromiso con la imagen positiva de los interlocutores mediante comportamientos aceptados socialmente.

Fuentes y Alcaide deciden adoptar la definición de 'descortesía' como el intento de destruir la imagen social del interlocutor en beneficio del hablante. En cuanto a la imagen social, hay que hacer referencia al modo en que un individuo se percibe a sí mismo y el modo en que quisiera ser percibido por los demás.

Fuentes y Alcaide citan a Goffman (1959, 1961), quien afirma que "la imagen se considera una proyección del yo ante el otro, un yo virtual, que no tiene por qué coincidir con lo que es en realidad, sino que se crea a partir de la relación y la interacción social cotidiana" (p. 16). Por otra parte, citan a Cordisco (2003), quien afirma que "la imagen que posea un individuo de sí mismo condicionará su trato interpersonal, estableciéndose unas pautas o normas cuyo desconocimiento puede tornar problemático el intercambio" (p. 16).

Fuentes y Alcaide citan a Bravo (2003), quien afirma que las personas desean verse y ser vistas por los demás como individuos con autonomía y desean cuidar su imagen positiva frente a los demás.

De acuerdo con Fuentes y Alcaide, la violencia es la que causa un acto de habla ilocutivo que pueda afectar la imagen pública positiva del interlocutor. Como ejemplos están los insultos, la ridiculización, el empequeñecimiento y la usurpación de la palabra.

Fuentes y Alcaide quisieron crear consciencia en el sentido que la descortesía y la agresividad verbal se están imponiendo bastante en el discurso televisivo como

medio de persuasión para captar la atención del televidente. Uno de los hallazgos encontrados fue el hecho de usurpar el turno de la palabra para exponer opiniones contrarias a las expuestas por el interlocutor. El hablante usaba recursos engañosos, le quitaba el turno al interlocutor y emitía actos de habla en donde el acto locutivo no coincidía con el acto ilocutivo. El hablante se mostraba insincero haciendo uso de la cortesía como estrategia para engañar.

Fuentes y Alcaide también encontraron que las veces que el hablante le usurpaba el turno al oyente en una interacción verbal era porque el hablante tenía una posición de poder más alta que el oyente. Entonces se podría decir que entre más poder más control y dominio de la palabra y de los turnos que se tomaban en las interacciones comunicativas.

Fuentes y Alcaide también encontraron en su estudio que la violencia y la agresividad se pueden manifestar a través de no mencionar lo ocurrido, es decir ocultar la información o mentir por omisión. También se observó cómo el hablante pone en evidencia las palabras del otro, atacando su imagen, relativizando o negando el valor de las pruebas aportadas. Otro aspecto que encontraron dentro de la manifestación de violencia y agresividad es el hecho que el hablante asegure desconocer la realidad de la que se habla.

Fuentes y Alcaide también resaltan la forma en que la mujer es mostrada en los medios, que de hecho, es uno de los aspectos más preocupantes. Aunque se concentran más en la forma en que la mujer es mostrada como un ser imperfecto, el machismo y la imagen que el hombre tiene de la mujer (muchas veces se refieren a

ellas como 'el sexo débil') ha transmitido el mensaje que el hombre es más fuerte que la mujer y, por ende, él puede tener más control, dominio y poder sobre ella.

Debido a ese poder, el hombre se cree con la autoridad de tratar a la mujer como desee, de hablarle como desee, de ocultarle información, de mentirle cuando sea necesario, no lo hace por cuidar la imagen pública positiva de la mujer, sino para preservar su propia imagen o alimentar su ego masculino, con el que quiere reafirmar que es él quien manda y nadie más. Sobre todo si es él quien trabaja y quien aporta el dinero para las necesidades de la familia. Esto hace que la mujer se sienta y vea en desventaja y simplemente se someta a hacer lo poco que puede hacer desde su casa. La significancia de su estudio en cuanto al análisis de la cortesía verbal es la relevancia que tiene el poder en las interacciones verbales, ya que es el poder que el hombre ejerce sobre la mujer que hace que el hombre sea más o menos cortés considerando si el contexto afecta la imagen de la mujer como oyente más que la del hombre como hablante, o si el contexto afecta la imagen del hombre.

También importa reconocer el aporte de otra investigación enfocada en la cultura colombiana que es el proyecto de Fitch (1998), quien hace un estudio etnográfico de ciertos aspectos presentes en la comunidad urbana y de la clase media de Colombia que permiten sus relaciones personales. Fitch sugiere que la cultura y las relaciones no se pueden separar, ya que las relaciones no pueden estar fuera de un contexto cultural y la cultura forma el entendimiento de cómo el mundo funciona.

Fitch se refiere a la cultura como una corriente poderosa que pasa por las vidas y experiencias de los seres humanos. Esta cultura, permite que los valores y

las normas expliquen las acciones de las personas y la forma en que se interpretan las acciones de los demás. Fitch se propone en su obra examinar las interacciones diarias como prácticas culturales.

Fitch habla de la cultura como un sistema de recursos simbólicos con el que las personas construyen sus relaciones en sus vidas. En su libro, Fitch profundiza en el área del entendimiento de las relaciones interpersonales, explorando los patrones de interacción a través de los cuales los miembros de una cultura particular construyen y mantienen sus relaciones.

Los datos para su estudio fueron recolectados en dos fases. Por diez meses en 1987 y tres meses en 1992. Durante este tiempo Fitch vivió en Bogotá con una pareja de clase media (sus suegros). Fitch fue patrocinada por la fundación Fulbright para desarrollar sus estudios en lingüística en el Instituto Caro y Cuervo.

Ambas fases incluyen observación etnográfica, entrevistas (individuales y en grupo), grabaciones y transcripciones de conversaciones, y análisis de documentos escritos de varios tipos. La investigación se llevó a cabo en varios lugares, entre esos están: colegios, una planta de impresión, una clínica sin ánimo de lucro, parejas que servían como consejeros, varias organizaciones de negocios, y numerosas fundaciones sociales.

Las entrevistas tenían que ver con temas de relaciones: la amistad, el matrimonio, la familia, y las relaciones de trabajo. Los participantes tenían entre 10 y 70 años. Ocho eran estudiantes, dos eran de la clase trabajadora, seis eran profesionales, un artista, un escritor y una ama de casa. Las entrevistas duraban entre media hora y tres horas y sus conversaciones fueron grabadas y transcritas

por estudiantes asistentes de investigación. Lo importante de esta investigación en cuanto al análisis de la cortesía es que el análisis siguió lo propuesto por Hymes (1962, 1972) y por Spradley's Developmental Research Sequence (1979, 1980). Como primer aspecto se analizaron los patrones del uso del lenguaje (órdenes y peticiones); en segundo lugar, se identificaron excepciones de patrones comunes; en tercer lugar, se recogieron términos nativos que categorizan el habla; y en cuarto lugar, se analizaron creencias culturales acerca de las clases de habla, las clases de personas, y las clases de relaciones.

Fitch concluye que Colombia es una cultura colectiva, en donde cada persona tiene lazos que la conectan con los demás. La vida comunal se caracteriza porque es simbólica e inescapable cuando se trata de entablar relaciones personales. Cada actividad, cada lugar, se presta para crear el ambiente propicio para construir esas relaciones personales. Esto deja ver que la comunicación es fundamental para la vida comunal. Las personas construyen relaciones a través de discusiones, pequeñas charlas, insultos, halagos, negociación, coqueteo, quejas, propuestas, entre otras. Las personas aprenden cómo y cuándo integrarse en actividades comunicativas observando e interactuando socialmente con los demás.

El estudio etnográfico que se hizo tiene que ver con análisis de conversación, historia y pragmática porque donde se observan patrones de habla, símbolos, significados, y reglas aplicadas al habla dentro de una comunidad es donde se puede lograr más en cuanto al uso pragmático del lenguaje. A través de este estudio etnográfico, se detectó que las sociedades difieren en términos de lenguajes, dialectos, registros, rutinas, géneros, formulas artísticas, etc.

En su primera visita a Colombia en 1983 Fitch empezó a conocer la cultura colombiana. Ella notó que los colombianos viven todo intensamente y los contrastes son muy marcados; en particular ella detectó niveles altos de ruido y profundas y amplias divisiones en las clases sociales. De igual manera observó un gran esfuerzo por llevar a cabo hasta las tareas más simples y el deseo de formar relaciones transitorias. Fitch compara lo observado en Colombia con la cultura de Estados Unidos y las de México y España, países que había visitado.

Fitch identificó una serie de factores sociales que afectan a los colombianos, tales como: el caos en el tráfico vehicular, la incertidumbre económica y política, la inseguridad en las calles, la violencia, el malestar social, la infraestructura urbana (el deterioro de calles, carreteras y servicios públicos).

Fitch realizó su estudio en Bogotá, la capital de Colombia. Detectó que Bogotá es una ciudad muy diversa en cuanto a clases sociales, niveles de educación y tendencias políticas. La relación entre personas es una fuente simbólica poderosa que atenúa las dificultades que se presentan, porque son esos lazos interpersonales los que permiten sobrevivir la complejidad del trabajo individual pesado, la suerte, la persistencia, etc.

Fitch observó varios aspectos relevantes en la caracterización de las clases sociales en Colombia y comenta que: la descendencia española representa la clase social alta y la descendencia indígena representa la clase social baja para que pueda explicar ciertas ideas que tiene en cuanto a la cultura colombiana. Por ejemplo, Fitch habla de la concepción de algunos colombianos acerca de las leyes y las reglas. Para algunos colombianos las leyes son para los que se visten de ruana, como los

pobres, los que no han sido educados y los que no tienen poder. Observa que son precisamente esas personas que están en una posición más alta de poder quienes se aprovechan de los demás mintiéndoles, engañándolos y ocultándoles información. Así lo afirma también Genova (2001) en su artículo.

Genova analiza la mentira y el engaño como la secuencia de un primer acto de habla seguido de otro. Es decir, un mismo enunciado puede ser emitido para transmitir más de un acto de habla. Este tipo de acto de habla se le reconoce más como un acto de habla indirecto porque tiene una fuerza locutiva, y a parte de eso, tiene una fuerza ilocutiva indirecta que es inferida.

Con lo anterior Genova quiere afirmar que no solamente el oyente interpreta un enunciado con más de un significado, sino que el hablante puede tener más de una intención en el uso de ese enunciado. Genova afirma que el hecho de que un enunciado tenga más de una interpretación, es el resultado de cómo se interpreta las intenciones del hablante. Como no se tiene acceso directo a esas intenciones entonces se hacen inferencias de ellas de acuerdo con el contexto, ya sea verbal o no verbal. Pero el hecho de que haya un contexto no garantiza que haya una única interpretación del enunciado.

Genova afirma que esto pasa con el acto de habla de la mentira y el engaño, en donde ocurre la mentira como acto de habla y es seguido por otro acto de habla que es el engaño. Genova estudió la investigación que hicieron Coleman y Kay mencionada más adelante y ella considera que ellas debieron haber especificado por qué concluyeron que el elemento de 'creer' es el más importante al definir una mentira, y luego la intención que se tiene con 'el engaño', y por último 'el hecho falso

en sí'. Lo que Genova explica en cuanto a la función de la mentira y del engaño es pertinente al estudio de la cortesía en *La Saga* porque las mentiras que se detectan en las conversaciones dejan ver las intenciones de los hablantes de engañar a su interlocutor, porque una cosa es lo que dicen y otra diferente lo que implican, no sólo se transmite un solo mensaje con lo dicho literalmente.

Genova considera que desde el punto de vista de la teoría de los actos de habla, el engaño intencionado es el elemento más importante, porque es la intención del hablante de engañar la que produce una creencia falsa acerca de un hecho, no lo contrario como afirman Coleman y Kay. La falsedad del hecho en sí es teóricamente lo menos importante por la naturaleza social del acto de mentir. De acuerdo con Genova, la relación con la sociedad es lo que califica a un enunciado como mentira o no, no la relación con el mundo. Es importante porque entonces, como afirma Genova, mentir es un acto social que no es equivalente a la falsedad. Lo que una persona habla puede ser falso, pero puede que no esté mintiendo. La verdad y la mentira son contrarias, pero no contradictorias como lo son la verdad y la falsedad. La mentira hace mayor referencia a la implicatura conversacional de la que habla Grice, es decir que cuando se emite un enunciado, una cosa es lo que se dice y otra cosa es lo que se implica.

Genova explica que cuando interpretamos una expresión lingüística, hay una distinción entre proposiciones que son afirmadas, proposiciones que son lógicamente inferidas y proposiciones que son pragmáticamente implicadas. Genova analiza el estudio de Coleman y Kay y sin estar de acuerdo con lo que ellas

argumentan concluye que lo que se cree tiene que ser separado de la concepción que se tiene de cómo es el mundo.

De igual manera, Genova considera que Coleman y Kay no diferencian entre tener una intención y llevar a cabo esa intención. La intención de hacer algo no es diferente de la intención de decir algo, es decir que puede que la intención de decir algo no se lleve a cabo tampoco. Puede que haya una intención de engañar, pero al mismo tiempo puede haber una no intención de mentir. A veces la mentira funciona como mentira y a veces funciona como verdad. Genova considera que si la intención de engañar no es satisfecha, esos enunciados no pueden ser considerados mentiras, especialmente porque no se tiene acceso directo a la intención del hablante.

Genova también afirma que si no hay intención de engañar desde un comienzo, el enunciado no se puede interpretar como una mentira sino como un error. Genova considera que analizar la mentira como acto de habla es más complejo que lo que afirman Coleman y Kay. En la mentira intervienen no solamente estados mentales como creer o tener una intención, también intervienen el querer y el saber y por eso la mentira es el resultado de un acto de habla primario y no secundario.

En diferentes actos de habla que contienen mentira se puede observar el evitar desaprobación, evitar hacer algo, no desilusionar a alguien, preservar su propia imagen pública positiva, y dar información. También existen otros actos de habla que el hablante lleva a cabo antes de la mentira, como lo son: acusar, hacer trampa o ser infiel, complacer, ofender, evitar una obligación o castigo, asegurarse de la atención de alguien, y mostrar aprobación. De esta manera lo cita Genova (p. 12):

- I want to save my life, so I lie (quiero salvar mi vida por eso miento).
- I want to save my face, so I lie (quiero cuidar mi imagen por eso miento).
- I want to dissuade somebody of doing something, so I lie (quiero disuadir a alguien de que haga algo por eso miento).
- I want to confuse somebody, so I lie (quiero confundir a alguien por eso miento).
- I want to cheat somebody, so I lie (quiero hacerle trampa a alguien por eso miento).
- I feel sorry for somebody, so I lie (me siento mal por alguien por eso miento).
- I want to lead somebody astray, so I lie (quiero llevar a alguien por mal camino por eso miento).
- I want to please somebody, so I lie (quiero complacer a alguien por eso miento).
- I want not to irritate somebody, so I lie (no quiero irritar a alguien por eso miento).
- I want to check somebody's action, so I lie (quiero asegurarme de la atención de alguien por eso miento).
- I want to show approval of somebody or something, so I lie (quiero mostrarle aprobación a alguien por eso miento).

- I want to deny having done something, so I lie (quiero negar que hice algo por eso miento).
- I don't want to offend somebody, so I lie (no quiero ofender a alguien por eso miento).
- I want to avoid an obligation, so I lie (quiero evitar una obligación por eso miento).
- I want to avoid punishment, so I lie (quiero evitar un castigo por eso miento).
- I don't want to disappoint somebody, so I lie (no quiero desilusionar a alguien por eso miento).
- I enjoy lying, so I lie (disfruto mentir por eso miento) (Mi traducción).

De acuerdo con Genova, mentir o intentar engañar a alguien es un acto de habla específico en el sentido en que su propósito es disfrazar las intenciones del hablante que forman parte de la fuerza ilocutiva. Es decir que este acto de habla es diferente de otros en los que el hablante quiere hacerle manifiestas sus intenciones al oyente. Lo que el hablante quiere es transmitirle su primer acto de habla al oyente (como se vio en la cita anterior), y al mismo tiempo, guiado por sus intereses personales o los intereses del oyente, quiere disfrazar sus intenciones secundarias personales porque la mentira y el engaño son sancionados por la sociedad.

Genova afirma que en los casos en que emitimos un enunciado falso, lo que se cree de ese enunciado y las palabras que representa no coinciden con el mundo, pero esto no lo sabe el hablante, mientras que cuando él miente, emite un enunciado

falso sabiendo (en la mayoría de los casos) que no coincide con el mundo. Genova también considera importante agregar que cuando se comunican dos individuos tienen la intención de producir un efecto en el oyente, pero las mentiras son la excepción.

En circunstancias normales, cuando el hablante emite un enunciado, esa persona tiene el compromiso de emitir un enunciado verdadero. Genova piensa que si los hablantes mintieran todo el tiempo y si no hicieran manifiestas sus intenciones al oyente, la comunicación fracasaría completamente. Lo anterior se debe al hecho de que se subestima o no se le da la suficiente importancia a la verdad de lo que el hablante está diciendo, los oyentes creen en lo que es dicho aún cuando el hablante esté mintiendo.

Algo muy importante que Genova resalta es que cuando el oyente quiere inferir la intención de engaño del hablante, esto difiere de querer inferir otro tipo de intención. El oyente lo infiere por el contexto, por el comportamiento previo del hablante en cuanto a su primera y a su segunda intención, y del conocimiento de lo que sucede en una situación dada.

Finalmente, Genova concluye su artículo haciendo la siguiente afirmación:

Deceiving or lying in the performance in which we present our intention in the form of another intention, makes it obvious again that human intentions as a part of the illocutionary force of a speech act are central to communication and that we are interested in the meaning of the sentence used only because it provides evidence about what the speaker means. Intentions that are recognizable (in most

cases) and made manifest (in most cases) for the achieving of extra-linguistic purposes such as inducing action and modifying one's beliefs and behavior (p. 13).

[El engaño o la mentira (en la realización en que presentamos nuestra intención en la forma de otra intención) hace obvias las siguientes ideas: que las intenciones humanas (como parte de una fuerza ilocutiva de un acto de habla) son indispensables en la comunicación, y que estamos interesados en el significado del enunciado, usado únicamente porque brinda evidencia de lo que el hablante quiere decir. Las intenciones que son reconocibles, en la mayoría de los casos, son hechas manifiestas, en la mayoría de los casos, por alcanzar propósitos extralingüísticos como: inducir acción y modificar las creencias y el comportamiento] (Mi traducción).

Otra forma que un hablante puede usar para emitir un enunciado con más de una fuerza ilocutiva, es decir, con más de una intención, es a través del cortejo. En este respecto, existe la investigación de Londoño (2010), en la que se propone identificar variaciones verbales presentes en la cortesía en el cortejo en Antioquia entre 1960 y 2002 en post-adolescentes (adultos entre 20 y 25 años) pertenecientes a los estratos sociales altos (4,5, y 6). Este trabajo está compuesto por tres elementos: (1) fundamentos teóricos sobre cortesía verbal en el cortejo desde 1960 hasta el 2010, (2) la cortesía en el cortejo como cortesía de solidaridad o de distanciamiento y (3) evaluación de las variaciones encontradas.

En esta investigación Londoño usa las definiciones de Brown y Levinson (1978) de la cortesía como parte fundamental de la interacción social y verbal, y del concepto de imagen, como una estrategia a la que recurren los hablantes para salvaguardar la imagen propia y la de los demás.

Londoño también acude a las definiciones del principio de cooperación, según el cual es necesario que se contribuya con la conversación para que ésta tenga éxito, y de las máximas conversacionales. El incumplimiento de estas máximas tiene como fin efectos de cortesía.

En cuanto a la recolección de datos para el corpus lingüístico se recurrió a entrevistas y grabaciones de las situaciones de cortejo. Las entrevistas se realizaron a: (a) adultos pertenecientes a la generación de los 60s, quienes pertenecían a un estrato medio o alto en su post-adolescencia y vivido en Antioquia, y (b) post-adolescentes pertenecientes a la generación del 2002, de estratos medio o alto, mayores de 20 y menores de 25 años, que vivieran en algún municipio de Antioquia.

Después de analizar los resultados, se concluye que la mentira como violación a la máxima de calidad es un recurso muy utilizado en el proceso de cortejo, el cual da buenos resultados en la preservación de la imagen positiva del cortejador frente a su interlocutor. Los resultados también le permiten concluir que a menor distancia relacional entre los interlocutores, mayor presencia de cortesía por parte del cortejador hacia la cortejada y una excelente táctica es el uso del diminutivo, el cual minimiza un poco las fuerzas ilocutivas y perlocutivas del enunciado.

Otro de los aportes importantes y significativos a las teorías sobre cortesía es relevante hablar del trabajo de Gino Eelen (2001), quien se propuso hacer una descripción de todos los expertos en el tema de la cortesía verbal. Pero Eelen también es reconocido porque a parte de brindar un resumen compilado de cada teoría, él presenta una crítica a cada una de ellas con sus razones y las explicaciones de otros críticos.

Según Eelen (2001), la definición más reconocida de cortesía hace referencia a lo que tiene que ver con “comportamiento adecuado”, pero ésta definición no solo se remite al lenguaje sino que también incluye el comportamiento no verbal y no lingüístico. La mayoría de las personas cuando se les menciona la palabra cortesía piensan en situaciones como la de una persona abriéndole la puerta a otra persona. La cortesía se puede manifestar en cualquier clase de comportamiento, aún en la ausencia de comportamiento, ya que en muchas ocasiones no devolver un saludo o simplemente permanecer en silencio puede ser interpretado como descortés. De igual manera hablar en voz alta en una biblioteca o en una iglesia se puede tomar como descortés, ya que para muchos, la cortesía implica abstenerse de hablar si al así hacerlo se están evitando dificultades.

Eelen (2001) afirma que entre otras opciones de comportamiento no lingüístico se tiene la proximidad corporal y el mirar fijamente, éstas se pueden tomar como descortesías de acuerdo con el contexto en que se presenten. Todo lo anterior quiere decir que la cortesía se extiende más allá de lo puramente verbal. La cortesía no solo tiene que ver con lo verbal o lo no verbal del comportamiento, sino cómo se evalúa ese comportamiento. La cortesía es como un puente entre el

lenguaje y la realidad social, y como parte del uso del lenguaje se emparenta con las relaciones y los roles sociales y consecuentemente con los fenómenos sociales y la cultura.

El objetivo de la investigación de Eelen es básicamente contribuir al entendimiento de la realidad social y su conexión en interacción con el lenguaje. También pretende hacer una contribución a la formación de teorías en la pragmática. Este enfoque está basado en una ideología sociolingüística diferente que permite explorar diferentes avenidas teóricas que no se han explorado. Se presta más atención al individuo, quien quiere salir de ese marco referencial de dualidad entre el lenguaje por un lado y la realidad social por el otro. Se propone una interacción triple, en donde el lenguaje funciona como un factor mediador entre la realidad social y la realidad individual. De ésta forma el análisis integra aspectos de la lingüística, teoría social y psicología como un todo coherente.

Eelen (2001) considera que todas las teorías que hacen referencia a la cortesía están de acuerdo en que el lenguaje en uso conecta a éste con el mundo social. Es decir que la cortesía se ve como un fenómeno conectado con el lenguaje y la realidad social. Eelen también afirma que no todas los aportes teóricos sobre la cortesía son importantes. Muchas de esas innovaciones a las teorías existentes pueden ser excluidas porque los cambios que ellas proponen no tratan con las presuposiciones lingüísticas y sociales de las teorías existentes en las cuales ellos se basan. Al final Eelen selecciona nueve teorías de las ya existentes que a su parecer son mejores y más significativos aportes al concepto de cortesía (p.1).

Eelen (2001) considera hablar primero de Robin T. Lakoff (1990) por el hecho de ser considerada la madre de la teoría moderna de cortesía. Lakoff fue una de las primeras en examinar la cortesía desde la perspectiva pragmática, definiéndola como un sistema de relaciones interpersonales diseñado para facilitar la interacción minimizando el riesgo al conflicto y a la confrontación inherentes en todo intercambio humano. Lakoff tomó como base la semántica generativa para señalar ciertas debilidades de la teoría lingüística tradicional, e hizo esto conectando el concepto de cortesía con el principio de cooperación propuesto por Grice.

La teoría de Grice yace en asumir que las personas son cooperativas intrínsecamente y que se proponen ser lo más informativas posibles. Al asumir lo anterior, hay que hacer referencia al principio de cooperación y a las máximas de cantidad, calidad, relación y modo, las cuales funcionan como reglas del comportamiento lingüístico que rige la producción y la interpretación lingüísticas. Cuando se cumplen éstas reglas se alcanza el grado máximo de claridad en la comunicación. Sin embargo, éstas reglas también se pueden quebrantar en situaciones como cuando las personas quieren decir más de lo que dicen literalmente y de esta forma darse a entender (p. 2).

Según Eelen (2001) el principio de cooperación y las máximas se proponen explicar cómo es que las personas pueden entenderse una a otra más allá de lo literal. Pero en una conversación informal normal, el principio de cooperación y las máximas no se cumplen estrictamente, y para que esto llegara a darse Lakoff propuso una “regla de cortesía” a la par de la máxima de “claridad” propuesta por Grice, con la intención de complementarla. Esto quiere decir que si los hablantes no

son lo máximamente claros entonces están tratando de evitar la ofensa. Porque después de todo, la cortesía se trata de “no imponer”, “dar opciones”, y “hacer que el interlocutor se sienta bien siendo amigable con él” (p. 2).

Eelen (2001) hace referencia a Lakoff (1990) porque ella afirma que aunque éstas reglas están presentes hasta cierto punto en cualquier interacción, cada cultura le hace énfasis a una más que a las otras. Por eso la definición de cortesía varía por la diversidad de culturas (p. 3).

En segundo lugar, Eelen (2001) estudia las teorías propuestas por Penelope Brown y Stephen Levinson, cuyos nombres casi se han convertido en sinónimos de la palabra “cortesía”, y casi era imposible hablar de cortesía sin mencionarlos a ellos. Eelen se dio cuenta de que al igual que Lakoff, Brown y Levinson ven la cortesía en términos de evitar conflicto. Sus temas principales son “racionalidad” e “imagen”. La racionalidad tiene que ver con el razonamiento y la lógica como medio y fin, mientras que la imagen tiene dos facetas, la positiva y la negativa.

Brown y Levinson (1978) aseguran que en la mayoría de los actos de habla hay enunciados que amenazan la imagen del oyente o del hablante, y el objetivo de la cortesía es redireccionar esas amenazas. La cortesía es calculada de acuerdo a la relación de poder entre el hablante y el oyente, la distancia entre ellos y su nivel cultural. De igual manera, es un recurso verbal que alivia la tensión interpersonal que nace de intenciones comunicativas que entran en conflicto con las necesidades y los estratos sociales.

Eelen considera necesario hablar también de la teoría de Geoffrey Leech, quien parte de una distinción entre la semántica (dominio de gramática, el sistema

lingüístico, el código) y la pragmática (dominio de la retórica, es decir implementación del código). La semántica tiene que ver con el significado o sentido lógico de la frase, mientras que la pragmática relaciona el sentido de la frase con su fuerza ilocutiva. Leech unas máximas diferentes a las propuestas por Grice, y esas son: tacto, generosidad, aprobación, modestia, estar de acuerdo y simpatía.

Otro lingüista que hizo estudios sobre la cortesía fue Bruce Fraser, quien junto a William Nolen, presentan lo que ellos llamaron “la vista del contrato conversacional” de cortesía. A través de este contrato, Fraser y Nolen (1981) pretenden resaltar que cada participante, tan pronto entra a una conversación trae consigo un conjunto de derechos y obligaciones que determinan lo que los interlocutores pueden esperar el uno del otro. Esos derechos y obligaciones de cada participante están establecidos en varias dimensiones, como lo son: la convencional (la toma de turnos, volumen de la voz) , la institucional (derechos y deberes impuestos por las instituciones sociales: hablar en una corte, silencio en una iglesia), la situacional (el rol de cada interlocutor, su estatus social, el poder del hablante y del oyente) y la histórica (el contrato social depende crucialmente de interacciones previas entre el hablante y el oyente).

Para Fraser la cortesía no tiene que ver con ninguna interacción estratégica, ni con el hecho de hacer sentir bien al oyente, sino que simplemente tiene que ver con los términos y condiciones del contrato conversacional. Las frases o los enunciados no traen la cortesía en sí mismos, los idiomas no son más o menos corteses, son los hablantes quienes son corteses o no. Finalmente se resalta el hecho de que la cortesía está totalmente en las manos del oyente, es decir que sin importar

que tan (des)cortés un hablante pueda llegar a ser, el juicio de si él (des)cortés le es atribuido al oyente.

La cortesía es ubicada dentro de la teoría del 'comportamiento político' propuesta por Richard Watts (1992). Se entiende el 'comportamiento político' como el comportamiento determinado socioculturalmente dirigido hacia establecer y/o mantener un estado de equilibrio entre las relaciones personales entre los individuos de un grupo social. Ese equilibrio tiene que ver con el status quo social. La cortesía es vista como un caso especial de comportamiento político.

Por otro lado, Slowik (2009) analiza la cortesía como parte de las relaciones personales de dos lenguas y culturas diferentes, la lengua checa y la española.

Slowik menciona a Hernández Flores (2001) quien propone cuatro premisas que definen el término *confianza* como elemento clave en las interacciones verbales para que exista cortesía: 1) tener la confianza del interlocutor significa disfrutar de una relación cercana y afectiva con él; 2) valerse de la confianza implica hablar con franqueza y sin reservas; 3) ser una persona de confianza exige ser percibido por el oyente como un amigo, casi como un familiar; 4) actuar asistido por la confianza permite expresarse libremente, sin temor a ofender al interlocutor y a sabiendas de que nuestros actos serán interpretados con naturalidad.

Slowik analizó un contraste entre las dos lenguas en cuanto a los saludos, las despedidas, el cumplido, la felicitación, el agradecimiento, la disculpa, los ofrecimientos, las exhortaciones, la forma atenuadora de ambas lenguas, y el uso de los pronombres teniendo en cuenta las dicotomías de: distancia-proximidad, respeto-confianza, poder-solidaridad, formalidad-informalidad, y público-privado.

Slowik concluye que la cortesía verbal es un fenómeno sociolingüístico que está presente en las interacciones verbales, las cuales reflejan el lenguaje en uso y el hecho de que un hablante al emitir un acto de habla está construyendo lenguaje, está siendo parte del hacer con las palabras.

Ese hacer con las palabras puede referirse a enunciados emitidos por el hablante que no son esperados por el oyente, como son las mentiras. Quiérase o no, las mentiras están presentes en las interacciones verbales, y el hecho de que sean consideradas como corteses o descorteses no anula su existencia. Hardin (2010) hace un estudio, el cual está basado en lo que Coleman y Kay (1981) aportaron con respecto a la mentira. Ellos propusieron un análisis semántico del uso de la palabra 'mentira', y argumentaron que una 'buena' mentira es la que contiene tres elementos básicos. Cuando los enunciados carecen de uno o más de sus elementos aún puede ser considerada mentira pero en un menor grado y bajo diferentes nociones prototípicas semánticas. En la telenovela *La Saga* se analizará como el hablante usa la mentira con una intención de engañar al oyente, y con el solo hecho de que exista una intención de engañar, así no se cumplan los otros dos elementos, el enunciado se convierte inmediatamente en mentira.

A los participantes se les pidió que juzgaran el grado de certeza en situaciones en donde la mentira estaba presente. Se tomó como modelo lo que Coleman y Kay hicieron con el análisis del inglés y lo aplica al español en la región oriental de Ecuador. El propósito es examinar si el concepto de mentira es diferente en los hablantes de español en Ecuador con respecto a los hablantes de inglés.

Hardin comienza su estudio aportando una definición de la palabra 'mentira', la cual se ve lingüísticamente como un acto de habla con el que se quiere pretender cierta información. Hardin cita a Castelfranchi y Poggi (1994), quienes esbozan un número de características que definen a la mentira: 1) es un acto de habla, 2) es un acto de habla que provee información, 3) esa información es una afirmación, 4) esa afirmación da creencias falsas, 5) es una forma de engaño.

Para Castelfranchi y Poggi, la típica forma de mentira es un caso específico en el que el hablante no cree en parte de la afirmación brindada a través de un acto de habla, y el propósito de esa afirmación es engañar. Ellos resaltan que a través de la mentira el hablante pretende respetar el principio de cooperación propuesto por Grice (1975), y por ende, una mentira es una estrategia de engaño con el propósito de dar información falsa al oyente y de informar falsamente acerca de la mente del hablante.

Hardin también considera necesario citar a Raskin (1987), quien afirma que la mentira tiene varios aspectos de un acto de habla en el sentido de que, por un lado se dice algo a través del enunciado, y por otro se implica algo diferente. El siguiente esbozo lo explica mejor:

- la mentira como acto de habla → tiene un contenido proposicional (una proposición p o un conjunto de proposiciones P); condiciones preparatorias:
- 1) El hablante S considera p o P apropiado para la situación,
 - 2) S no está comprometido con la verdad literal de p o P; condición de sinceridad (propuesta por Searle en 1969), en la cual S cree que p o P es falso o implica q, lo cual es falso; y una condición esencial, la cual se

cuenta como un intento de hacer que el oyente H crea p o P o q.

Coleman y Kay, sin estar muy de acuerdo, afirman que los tres elementos que definen a una mentira típica son:

- a) P son falsos,
- b) S cree que P son falsos.
- C) al enunciar P, S se propone engañar a A.

Pero como cita Hardin, Meibauer (2005) está en desacuerdo con lo anterior y afirma por su parte, que una mentira puede ser determinada no solo por lo que es dicho literalmente, sino también porque lo que es implicado conversacionalmente es falso. El desacuerdo se presenta básicamente porque el valor de la verdad en una afirmación incluye el valor de la implicatura conversacional.

Según afirma Hardin, hay circunstancias en las que mentir es aceptable. Aún dentro de las tres principales tradiciones religiosas. Por ejemplo, en el Talmud (tradicón judía) hay tres excepciones a la regla de la veracidad: (*tractate, bed, and hospitality*) el conocimiento del Talmud, relaciones maritales, y como se atiende a un invitado.

Por otro lado, Hardin cita a Cole (1996), quien afirma que en el *Hadith* (tradicón del Islam), el profeta Mahoma acepta tres casos como excepciones para mentir: (1) para proteger su propia vida en la batalla, (2) para traer reconciliación, (3) para comunicarle las palabras de una mujer a su esposo (para traer reconciliación entre ellos).

En la tradición cristiana, San Agustín afirmó que ningún tipo de mentiras es justificable, pero Erasmo reconoció que no todas las falsedades son mentiras. San

Tomás de Aquino, por ejemplo, pensó que todas las mentiras son incorrectas, pero que algunas son perdonables (mentiras con el propósito de ayudar o las dichas en un ambiente jocoso), mientras que las mentiras maliciosas no. Martín Lutero defendió las mentiras que eran necesarias o útiles para la iglesia. Hardin también cita a Fraser (1994) para agregar que desde el punto de vista de la literatura, hay diferentes grados o niveles de mentira y que hay tipos de mentiras justificables o socialmente aceptadas.

Hardin cita a Travis (2006) para hablar de los aportes al estudio lingüístico de la mentira en el español. Travis afirma que en la cultura colombiana existe la aceptación general de que habrá ocasiones en las que no se debe decir la verdad. El concepto de mentira piadosa es particularmente importante y reconocido abiertamente, como se refleja en el siguiente grafiti: *Los niños y los locos dicen la verdad, por eso a los primeros los educan y a los segundos los encierran* (Aristizabal, 1993). De acuerdo con Travis, en la cultura colombiana existe la regla de que si sabe algo que va a hacer sentir mal a otra persona, no debe decirlo, uno debe decir cosas buenas. La mentira piadosa es una manera de decir cosas que placen a los demás.

Desde el punto de vista metodológico, esta investigación adoptó el modelo que Coleman y Kay usaron para analizar el uso de la mentira en inglés. Este modelo argumenta que una mentira típica contiene tres elementos básicos y los enunciados que carecen de uno o más de estos elementos pueden aún ser considerados mentiras pero en grados menores. Su experimento utilizó situaciones en que se podían intercambiar los tres elementos. A los participantes se les pidió que juzgaran en esas situaciones el grado de veracidad de los enunciados que contenían mentiras:

- a) P son falsos. [+/- falso]
- b) S cree que P son falsos. [+/- creencia]
- c) Al emitir los enunciados P, S se propone engañar a A. [+/- intención]

Coleman y Kay usaron su fórmula junto con un cuestionario que crearon, con el cual le pidieron a los participantes que calificaran los enunciados seleccionados basados en ocho diferentes combinaciones posibles de los tres elementos. Esa clasificación se hacía de acuerdo con: It was {a lie/not a lie/I can't say}. Fue {una mentira/ no fue una mentira/ no puedo definir}. I am {very sure/fairly sure/not too sure} most others would agree with the choice I just circled. Estoy {completamente seguro/ muy seguro/ no muy seguro} la mayoría de las otras personas estarían de acuerdo con la elección que yo hice.

Se escogieron las mismas ocho historias que se usaron en el estudio en inglés, se tradujeron al español, y se modificaron un poco para que se adecuaran lingüística y culturalmente al contexto ecuatoriano. Por ejemplo, se usaron nombres hispanos, se usó un balón de fútbol en vez de una pelota de golf, ya que los participantes no estaban familiarizados con el golf, entre otros cambios. El cuestionario fue aplicado en 49 participantes, quienes respondieron a mano, todos hablantes nativos de español de Ecuador y quienes vivían en un pueblo muy pequeño en la provincia Pastaza, ubicada al oriente del Ecuador. Los participantes fueron seleccionados entre amigos, conocidos y otros contactos esporádicos del investigador.

Después de analizar los resultados Hardin llega a las siguientes conclusiones:

- los resultados sugirieron que hubo un choque entre los valores culturales en algunas situaciones.

- no dar información adecuada es claramente una violación a la máxima de Grice (1975) de calidad.
- Los participantes vieron la mayoría de las situaciones como obvias mentiras.

Sin embargo los comentarios de los participantes dejan ver que hay razones sociales que justifican estas mentiras y que esas razones son bien reconocidas a nivel cultural. Los estadounidenses vivientes en esta zona, a menudo vieron estas respuestas como intentos de engañar, especialmente porque algunas situaciones ocurrían repetitivamente. En Estados Unidos, cuando se presentan las mentiras de una forma repetitiva, es visto como mentiras patológicas [+intención]. Pero los ecuatorianos saben que esas son mentiras sociales por lo que todos saben que ellas son mentiras y no hay intención de engañar.

Otra diferencia ocurre cuando un extranjero viene a Estados Unidos y escucha expresiones como: 'Deberíamos reunirnos para almorzar juntos'. El extranjero tiende a esperar por una llamada con la que se haga una invitación explícita a ir a almorzar. Pero el hablante no está haciendo una invitación en sí, él/ella está diciendo algo como para mostrar amabilidad. Mientras que el extranjero, por su parte, puede creer que es una mentira social [+falso, +creer, -intención]. Esto deja ver que las mentiras son entendidas dentro de un contexto cultural y que una persona no puede engañar si todos conocen lo que se quiere dar a entender.

Lo anterior también tiene que ver con el hecho de que en algunas sociedades no siempre es bueno decir la verdad y en ciertas circunstancias la obligación social es mentir. Así lo afirman Vincent, Laforest, y Bergeron en su estudio (2007), el cual

se enfocó en que los profesionales de la salud hicieran preguntas que incitaran a sus clientes a decir mentiras.

Como objetivos de la investigación de Vincent, Laforest y Bergeron está: (1) caracterizar un intercambio de pregunta/respuesta como una reprimenda potencial, un intercambio de mentiras y preguntas que pueden inducir la mentira; (2) identificar estrategias que los profesionales de la salud implementan para obtener información que busca cuestionar a sus clientes; (3) identificar aspectos que se refieren a normas de comportamiento de los clientes que los pueden inducir a mentir. Los resultados del estudio de Vincent, Laforest y Bergeron se basan en la asunción de que hay lazos entre el comportamiento y los actos de habla, en este caso entre la transgresión de las normas de comportamiento y la mentira. Este estudio es importante en el análisis de *La Saga* porque deja ver el papel y la influencia del poder en una interacción verbal y cómo la persona con más poder se atribuye la autoridad de hacer preguntas que incitan al oyente a mentir por vergüenza a admitir algo inusual en su salud (p. 226).

Vincent, Laforest, y Bergeron se propusieron mostrar como es usada la mentira como estrategia de protección de la imagen del hablante frente al oyente en el contexto de los médicos frente a sus pacientes. El estudio de preguntas que incita a decir mentiras permite entender en gran manera, la evolución de las normas de comportamiento y las implicaciones sociales asociadas con los actos de habla que amenazan la imagen del hablante.

Vincent, Laforest, y Bergeron se concentraron en el hecho de que es la imagen del hablante la que es protegida a través de la mentira porque elimina una

reprimenda anticipada por parte del que hace la pregunta. La imagen del cliente es la que se ve más amenazada porque el peso de la pregunta recae todo sobre él/ella.

Vincent, Laforest, y Bergeron (2007) convocaron personas de sus alrededores para que formaran dos grupos, se les pidió que dieran su percepción (como personas común y corrientes) de su propio comportamiento como clientes, y de su propia incidencia en la mentira durante reuniones con profesionales. Después entrevistaron a cinco profesionales de la salud con respecto a las mentiras dichas por sus clientes. Las preguntas hechas fueron clasificadas en dos categorías: las ligadas a temas delicados y temas tabú, y las preguntas atadas al acto de mentir en sí mismo y la habilidad de detectar una mentira burladora.

Los cinco profesionales entrevistados fueron un farmacéuta, un nutricionista, y tres doctores con dos o más años de experiencia en su profesión. Los temas que más se pueden prestar para que hayan mentiras son los relacionados con la sexualidad (en particular, la homosexualidad), preguntas que tengan que ver con la dificultades o el deseo eréctil, las enfermedades de transmisión sexual, el consumo de alcohol, medicina y drogas.

Se sometieron 450 individuos (hombres y mujeres con edades desde 18 a 80 años y de diferentes estratos socio-económicos) a un test que se enfocaba en los tipos de comportamiento que son los más fáciles o más difíciles de admitir. Después de analizar los resultados se concluyó que: (1) ambos interlocutores participan en la mentira; (2) la mentira es un reflejo que protege en contra de la reprimenda; y (3) las zonas de anticipada reprimenda revelan información sobre los valores compartida por miembros de una comunidad. Esta investigación tiene relevancia en

el desarrollo de mi tesis porque refleja la presencia de la mentira en conversaciones que se llevan a cabo a diario, ya sean de manera formal e informal, en donde la mentira es incitada por el hablante para lograr obtener cierta información del oyente para beneficio propio.

La reprimenda se da sobre todo en contextos donde se ve bien marcada la distancia y el poder del hablante con respecto al oyente. La mayoría de las veces es el interlocutor con menos poder quien más ve amenazada su imagen positiva y por eso acude a la mentira. Pero la mentira no sólo está presente de forma explícita en la proposición sino que también se ve manifestada en la intención del hablante y lo que implica lo que se está diciendo. Así lo analiza Meibauer (2005) en su investigación la cual analiza las implicaturas desde el enfoque de Grice.

Aunque la mentira es un acto de habla, no se le ha prestado mucha atención por parte de los lingüistas. Pareciera que solo los filósofos se interesaran en este tema. Meibauer cita a Frege (1892), quien notó la distinción entre un pensamiento que es propio de la intención y un pensamiento que sólo acompaña la intención cuando se trata de juzgar si una afirmación es mentira. Vincent y Castelfranchi (1981) hacen una distinción entre varios tipos de acción engañadora: pretender o fingir, actuar, mentir, mentir indirectamente, insinuación, reserva, medias verdades, fingir precondiciones o presuposiciones, ambigüedad deliberada, fingir mentir, y fingir actuar o ser cómico. De acuerdo con estos investigadores, todos estos son ejemplos de instancias en donde se miente mientras se dice la verdad, es decir que no es un acto de habla directo en donde el contenido proposicional coincida con las

fuerzas ilocutiva y perlocutiva. Se emite un enunciado, pero casi inmediatamente después, toma presencia un acto de habla con una fuerza ilocutiva de mentira.

Meibauer (2007) considera necesario definir el acto de habla de la mentira. Para este investigador aunque las mentiras no muestran ninguna fuerza ilocutiva son actos sociales. Las mentiras no constituyen un tipo separado de acto de habla como las promesas o las preguntas. Las mentiras son siempre aserciones o actos de habla asertivos, a través de los cuales el hablante quiere convencer al oyente de que él cree lo que está diciendo.

Pero para definir propiamente lo que es una mentira hay que definir lo que es una aserción. Una aserción es siempre hecha por un hablante A en un tiempo t, y tiene cierto contenido proposicional p. Haverkate (1994) afirma que una aserción consiste en atenuar la fuerza ilocutiva del contenido proposicional, es decir, emitir el enunciado de una manera más sutil, para no herir susceptibilidades ni atentar contra la imagen positiva del oyente. Veamos estos ejemplos: (a) aunque juegan bien, no van a ganar, (b) aunque jueguen bien, no van a ganar (p. 119). (a) hace referencia a que juegan bien pero no van a ganar, y (b) hace referencia a que normalmente no juegan bien y así lo hagan en ese preciso momento, no van a ganar.

De acuerdo a lo que propuso Grice (1989), un enunciado consiste en lo que es dicho, y lo que es implicado, esto último tiene que ver con implicaturas convencionales y conversacionales. Esto quiere decir que, no solo se comunica una idea con el enunciado en sí, sino también de acuerdo con la intención del hablante, se implica algo diferente que el oyente debe descifrar por su propio bien o de lo

contrario se verá engañado sin él saberlo. Meibauer asume que las implicaturas convencionales son los casos más usuales de mentir o de decir la verdad.

Otro estudio que se hizo en una historia llamada “The Story of the Mate and the Captain” es buen modelo para analizar la mentira:

A captain and his mate have a long-term quarrel. The mate drinks more rum that is good for him, and the captain is determined not to tolerate this behavior any longer. When the mate is drunk again, the captain writes into the logbook: *Today, 11th October, the mate is drunk*. When the mate reads this entry during his next watch, he is first getting angry, then, after a short moment of reflection, he writes into the logbook: *Today, 14th October, the captain is not drunk* (p. 80).

[Un capitán y su compañero tienen un alargado altercado. El compañero bebe más ron de lo que es bueno para él, y el capitán está determinado a no tolerar más este comportamiento. Cuando el compañero está borracho de nuevo, entonces después de un corto momento de reflexión, él escribe en su diario de navegación: *Hoy 11 de octubre, el compañero está borracho*. Cuando el compañero lee esto en su siguiente turno, primero se enoja, luego, después de un momento corto de reflexión, él escribe en su diario de navegación: *Hoy 14 de octubre, el capitán no está borracho*] (Mi traducción).

Meibauer analiza esta historia y determina cuáles frases proposicionales son una mentira y cuáles son una implicatura, considerando de vital importancia hallar la diferencia entre mentir y engañar. En esta definición, Meibauer afirma que una mentira es un subtipo de engaño, el cual tiene el propósito de hacer que el oyente

haga una falsa asunción. También afirma que no todo acto de engaño es una mentira. Engañar puede ser no-verbal y cuando es verbal, el engaño no está ligado a las aserciones. Meibauer también se propuso identificar cuales de las máximas propuestas por Grice eran quebrantadas en esta historia y cuales de las frases proposicionales llevaban consigo una implicatura.

De igual manera, Meibauer considera que en la teoría de los actos de habla, la mentira es usualmente analizada como una aserción insincera y que por lo tanto una mentira no tiene una fuerza ilocutiva. Aquí Meibauer cita a Reboul (1994) para resaltar una paradoja:

“If a speaker produces an utterance which is a lie, it is necessary for the success of the lie that the illocutionary act of assertion should be successful. But if the perlocutionary act of lying is successful, then the illocutionary act of assertion is not successful” (p. 297).

[Si un hablante emite un enunciado, que es una mentira, es necesario para el éxito de la mentira, que el acto ilocutivo de la aserción no sea exitoso] (traducido por mi).

Meibauer también analiza las condiciones de felicidad de las que hablan Brown y Levinson (1978) y del principio de cooperación que son necesarios en una interacción verbal para que esta sea exitosa. Desde el punto de vista de la teoría de la implicatura, se puede argumentar que la mentira no es una acción cooperativa del todo, y por lo tanto no está sometida a la operación del principio de cooperación. Después de todo, el mentiroso no observa la máxima de calidad, y consecuentemente se retira de la observación del principio de cooperación.

Meibauer concluye su estudio especulando un poco basado en la máxima de calidad de Grice (1989), al afirmar que la información falsa no es un tipo inferior de información, es simplemente no información.

Este estudio no es hecho específicamente en el español, pero le aporta elementos importantes a la presente tesis. Ya que se hace una definición detallada de lo que es una mentira desde el punto de vista de los actos de habla y cómo la máxima de calidad es quebrantada en ella, a la par que el principio de felicidad y de cooperación. Porque aunque aparentemente se está “cooperando” con la conversación, en lo que se está diciendo, los enunciados emitidos no son ciertos y esto hace que inmediatamente se rompa la máxima de calidad, el principio de cooperación y las condiciones de felicidad en una interacción verbal.

Podría decirse que en la superficie, el principio de cooperación y las condiciones de felicidad se respetan por parte de un político, pero el pueblo sabe que todo lo que prometen los políticos en las elecciones son mentiras y los mismos políticos son conscientes de eso. Así lo afirma Jochen Mecke (2007) en su libro “Cultures of lying”, donde compila artículos de otros investigadores que se han interesado en el uso de las mentiras.

En el presente proyecto se hace referencia a nueve investigadores que hacen parte de la obra de Mecke, ellos son: Coleman, Meibauer, Sing, Hoppe, Zupancic, Flierl, Strauß, Greschonig y Schmauks. Se hablará de los aportes de cada uno de ellos al tema de la mentira para luego poder analizar el texto con más precisión.

Mecke afirma en su ensayo que la mentira no es solo propia de la política y de las elecciones, y cita el estudio de Gerald Jellison de la universidad del sur de

California, quien afirmó que a una persona promedio se le miente 200 veces al día. Otros estudios muestran que el 60% de las personas del común, mienten por lo menos una vez en una conversación de 10 minutos y dicen 2 o 3 mentiras en promedio.

Esto le permite a Mecke afirmar que la mentira constituye una práctica normal lingüística y social. Esto no significa que se acepte generalmente las mentiras, o que deba hacerse, ni que las mentiras son buenas o malas en sí mismas. Por el contrario, la frecuencia con que se miente en la política y en la vida diaria está dada en una proporción inversa al deseo de veracidad.

De acuerdo con Mecke, el hecho de que esté creciendo la importancia de los valores como la confianza, la sinceridad y la confiabilidad hace que surjan las siguientes preguntas: 1) ¿Cómo se juzga la mentira? ¿Debemos aceptar la existencia de todas las clases de mentiras o debemos tratar de desaparecer la mentira de la sociedad humana?; 2) ¿Qué es una mentira, cómo puede ser definida? ¿Qué clases de mentira existen? ¿Cómo pueden las mentiras estar separadas de la cortesía, de la simulación, del engaño o de la "carreta"?; 3) ¿Cuál es la estructura lingüística, pragmática, y social de la mentira? ¿Es la mentira una función normal del lenguaje o es desviada, parasitaria, y defectuosa? ¿Cómo se reconocen las mentiras? ¿Qué método puede usarse para detectar las mentiras y el engaño?; 4) ¿Cuáles son las funciones de la mentira para un individuo y para la sociedad como un todo? ¿Cuáles son sus efectos? ¿La mentira debilita los cimientos sociales de una comunidad, o estabiliza la cohesión social?

Veamos cuáles son esos desafíos de la mentira de los que habla Mecke. En primer lugar, él hace referencia a los desafíos morales, ya que se quebranta el principio ético que hace referencia al octavo mandamiento en la Biblia, la mentira siempre ha tenido una fuerte condenación moral. Mecke cita a Benjamin Constant porque es él quien afirma que la prohibición de todas las mentiras necesariamente implica que la otra persona tiene el derecho de siempre escuchar la verdad. A esto Kant (2003) agrega que en todos los casos que se puedan imaginar, una mentira le hace daño a la humanidad pero Mecke considera que de la misma manera que se pueden hacer buenas cosas con las mentiras, también se puede hacer daño con la verdad.

Así como la mentira no es buena, la honestidad tampoco es buena en sí misma. Pero aparte de la concepción moral, existen ideas populares acerca de las funciones del lenguaje porque la mentira es desviada, defectuosa y parasitaria. Es decir, se aleja de la verdad, no es perfecta y puede causar reacciones inesperadas y le puede hacer daño tanto al que la escucha como al que la dice. Esto, según Mecke, pareciera que rompe con el propósito genuino del lenguaje cuando se dicen mentiras (p.5).

Las personas intuitivamente discernen entre tipos de mentiras y las juzgan o clasifican de acuerdo con sus varias funciones, intenciones y consecuencias. Muchas veces, de acuerdo con Mecke, nuestro juicio de las mentiras depende de las intenciones del mentiroso y no del acto mismo de mentir. O, para clarificar mejor, la percepción del oyente en cuanto a las intenciones del que miente. En este caso, una mentira que se entiende como mentira ya deja de funcionar porque el que escucha

sabe que no es verdad y no la acepta como verdad. Además, la mentira reconocida siempre dice más sobre el que miente que de la persona que escucha o que sea blanco de una mentira mal intencionada.

En cuanto a el hecho de que la mentira es un abuso al lenguaje, Mecke afirma que la mentira tiene que ver con nuestra propia creencia en que el propósito fundamental del lenguaje es hacer una afirmación y que ésta siempre sea verdadera. La veracidad se ve necesariamente como un comportamiento positivo, mientras que la mentira se ve como un comportamiento negativo. Por el hecho de que el fin último de la mentira es no decir la verdad con el fin de engañar a alguien, la mentira contradice la estructura proposicional del lenguaje. Esto corrobora la idea de que si la función básica del lenguaje consiste verdaderamente en hacer una proposición, con una mentira se dice lo opuesto a lo que se cree, y por lo tanto, sería cierto que la mentira debilita la función del lenguaje mismo.

Sin embargo, Mecke agrega que con la investigación de Wittgenstein, Austin, y Searle, se sabe que una proposición es solo una función del lenguaje entre muchas. De acuerdo con la teoría de los actos de habla, mentir no es necesariamente un desuso del lenguaje es simplemente uno de los tantos “juegos del lenguaje”, y sus reglas y técnicas necesitan ser aprendidas, así como uno necesita aprender cómo prometer, cómo hablar públicamente, cómo declarar la guerra, o abrir una conferencia. Mecke cita a Wittgenstein porque es este filósofo quien propone que la mentira es un juego del lenguaje que necesita ser aprendida de la misma manera que otro juego cualquiera (p.7).

Mecke afirma que otra suposición ligada a la idea de que la mentira es un abuso del lenguaje, es el hecho de que desde los tiempos de San Agustín, muchas definiciones se le han otorgado a la mentira por la intención que conlleva de engañar a alguien. Este es el elemento clave por el cual se afirma que la mentira destruye el funcionamiento normal del lenguaje. Claro que todo lo que se enuncia tiene que ser evaluado por su intención, el medio y el fin que recibe el que escucha.

Hay lingüistas que consideran las mentiras como otro tipo de actos de habla y manejan una situación prototípica en su análisis: un hablante (S) emite un enunciado o proposición (P) a un oyente (H). Si el enunciado desvía al inocente oyente, la falta recae sobre el hablante. Coleman (2002) se propone en este estudio examinar los diferentes caminos en que las relaciones entre el hablante y el oyente, pueden ser manipuladas o desviadas.

Para Coleman es importante hacer un análisis semántico de la palabra en inglés 'lie', el cual sugiere que la relación entre el hablante y el oyente es crucial para determinar si un enunciado es una mentira o no. Coleman trae a colación la previa investigación que realizó con Kay (1981), con el fin de brindar un contexto a su análisis semántico de la mentira. En este último estudio se afirma que existen tres elementos que definen una mentira, y que si uno de ellos llega a faltar, el enunciado sigue siendo mentira (p. 50).

Planteado desde otro punto de vista, el hecho de que no haya uno o dos de esos elementos, no quiere decir que el enunciado sea una no-mentira. Esos tres elementos de los que se hablan son: a) la proposición P es falsa, b) el hablante cree que P es falsa, y c) el hablante se propone engañar al oyente al emitir P. Basados en

ese estudio Coleman y Kay concluyeron que aunque fue con el factor a) con el que muchas personas definieron una mentira, éste es el aspecto más débil de los tres, mientras que el más fuerte es b), con el que el hablante cree que la proposición es falsa.

En este estudio (2002), Coleman considera necesario aportar un ejemplo para definir la palabra 'colisión'. El ejemplo es una historia que dice así: un gran fanático tiene boletos para el juego del campeonato, y está muy feliz por eso. Se los muestra a su jefe, quien le dice: "mira, súper fanático, cualquier día que no vengas a trabajar, es mejor que te inventes una mejor excusa que esa". El súper fanático le dice: "lo haré". Mientras se dirigía al juego, el súper *fan* llama y dice que no puede ir a trabajar hoy porque está enfermo. Irónicamente, el gran aficionado no logra llegar al juego porque de repente le apareció un dolor de estómago que resultó siendo una intoxicación. Eso quiere decir que, el gran aficionado estaba enfermo cuando dijo que lo estaba. ¿Mintió?

De acuerdo con Coleman, la anterior historia es un caso de colusión. Porque ocurre una mentira que conlleva otros incidentes uno tras otro. De igual manera, cita como ejemplo el pedir disculpas. Muchas veces los padres obligan a sus hijos a disculparse con el que golpearon pero la persona que realizó la acción verdaderamente no quiere hacerlo y resulta disculpándose para complacer a sus padres. Entonces se crece con la creencia de que pedir disculpas no tiene que ser necesariamente un acto sincero para que cumpla sus fines de restaurar una relación.

Otro de los elementos de la mentira a los que se refiere Coleman es la evasión. Ella considera dar un ejemplo que ayuda a definir el concepto como tal:

John and Mary have recently started going together. Valentino is Mary's ex-boyfriend. One evening John asks Mary: "Have you seen Valentino this week?" Mary answers: "Valentino's been sick with mononucleosis for the past two weeks." Valentino has in fact been sick with mononucleosis for the past two weeks, but it is also the case that Mary had a date with Valentino the night before. Did Mary lie? (p.54).

[John y Mary han estado saliendo juntos. Valentino es el ex -novio de Mary. Una noche John le pregunta a Mary: "Has visto a Valentino esta semana?" Mary le responde: "Valentino ha estado enfermo con mononucleosis estas últimas dos semanas." Valentino de hecho si está enfermo de mononucleosis pero Mary tuvo una cita con él la noche anterior. Mintió Mary?] (Mi traducción).

Esta historia deja ver que Mary dice una no verdad para no reconocer que sí ha visto a Valentino esta semana. Mary asume que John asume que ella está respetando la máxima de cantidad por proveer la información necesaria para responder a su pregunta. Él también asume que ella está respetando la máxima de relevancia por incluir solo la información que es relevante a su pregunta. Entonces, el hecho de que Mary mencione la enfermedad de Valentino, le hace pensar y concluir a John que Mary no ha visto a Valentino debido a la enfermedad de la que él padece que le impide realizar sus actividades normales.

También se deja ver a través de esta historia que la evasión es usada para evitar decir una mentira directamente. Aquí Coleman considera relevante citar a Adler:

One may be less blameworthy for deceiving than lying, but still have acted worse by seeking to be less blameworthy... Even the good person, who exploits this distinction, only when his back is up against the wall will be shamed.... Consequently, one can acknowledge that there is a moral symmetry favoring falsely implicating or deceiving to lying, while holding neither that this is true in each case nor that a general deceptive strategy to avoid lying is moral progress (p. 55).

[Una persona puede ser menos merecedora de culpa por engañar que por mentir, pero ha actuado peor que buscar ser menos merecedora de culpa.... Aunque la buena persona, que maneja esta distinción, solamente cuando esté contra la pared se sentirá avergonzada Por consecuencia, se podría reconocer que hay una tendencia moral a favorecer la implicación falsa o el engaño en vez de la mentira propiamente pero ni una estrategia de engaño ni una mentira muestra que haya progreso moral] (Mi traducción).

Coleman afirma que tanto en la colusión como en la evasión se requiere que haya una relación especializada entre el hablante y el oyente. En los enunciados colusivos el hablante y el oyente se entienden el uno al otro, y el oyente no interpreta la información brindada por el hablante de la misma manera en que la mayoría de los oyentes lo harían. Por otro lado, en la evasión, el hablante emite un enunciado, del cual algún oyente obtendrá la información correcta. Esto quiere decir

que, tanto la colusión como la evasión requieren que un oyente entienda en enunciado “correctamente”, con la misma intención con que lo emite el hablante.

Con la colusión se ve la presencia de la cooperación por parte del oyente con respecto a lo enunciado por el hablante. En cambio, la evasión no es cooperativa. El hablante evasivo quiere y tiene la intención de desviar al oyente. Pero también tiene la intención de parecer o hacerse ver como inocente en su falsedad. Entonces, se podría decir que el hablante evasivo se dirige a dos oyentes potenciales: al destinatario, a quién él quiere desviar, y al que oye por casualidad, quien servirá de testigo (así sea imaginario) de esta verdad.

Finalmente, Coleman concluye en su investigación que entender los casos atípicos de mentira depende del reconocimiento de los contextos social e interaccional en los que ocurren los enunciados. De igual manera, tanto el hablante como el oyente construyen sus propios roles y el de ambos. De aquí se deriva la idea de que la responsabilidad del engaño, en una mentira típica directa, recae sobre el hablante. Sin embargo, en situaciones como la colusión y la evasión, la responsabilidad puede apuntar hacia el hablante o puede ser compartida entre ambos interlocutores.

No es fácil afirmar sobre quién recae la responsabilidad del engaño emitido de forma no literal a través de la mentira. En esa discusión se debaten algunos expertos en el tema, al igual que al tratar de delimitar si la mentira es un fenómeno cultural y/o lingüístico. Por su parte Sing (2007) afirma que la mentira es esencialmente una cuestión lingüística y que aunque es difícil desasociarla de las

cuestiones morales, comunicativas, filosóficas y sociales, es necesario ubicarla dentro del marco teórico-lingüístico.

Sing se propone en su estudio responder a la pregunta de cómo la lingüística contribuye al entendimiento de la mentira. Comienza afirmando que la mentira es esencialmente llevada a cabo y detectada a través del lenguaje. Esto quiere decir que la lingüística por ser una ciencia social toma en consideración los aspectos éticos y políticos del lenguaje. Pero no se puede descartar el hecho de que también entran en juego los aspectos filosóficos y críticos que contextualizan a la mentira.

Hay que agregar que existe la creencia de que el lenguaje en sí implica el expresar veracidad. Como resultado, la falta de verdad, incluyendo la falsedad y la mentira, se desvían del lenguaje estándar. El hecho de que haya desviación, da a entender que la mentira es parte del sistema del lenguaje en vez del uso del lenguaje. Aquí es necesario aclarar que por sistema del lenguaje se entiende un conjunto que abarca la fonética, la sintaxis, y la semántica de la mentira.

Desde el punto de vista de la fonética, Sing afirma que el mentiroso usa señales para-verbales o no verbales; de igual manera puede haber cambio en la entonación y en el volumen. Así se percibe en un detector de mentiras. Pero Sing llega a la conclusión que no hay suficiente evidencia que sostenga que se puede detectar una mentira por medio de la fonética.

Desde el punto de vista de la sintaxis, Sing afirma que cualquier enunciado con el que se tenga la intención de mentir, difiere sintácticamente del querer ser veraz. Sing se muestra muy en desacuerdo con lo que propone Weinrich (2000), quien afirma que la mentira ocurre cuando hay dos enunciados contradictorios, uno

de los cuales es no-verdadero y es emitido mientras que el otro es verdadero pero permanece no-dicho. Sing piensa que desde el punto cognitivo el lenguaje y el pensamiento no ocurren en frases completas solamente, y el hecho de afirmar que las mentiras son diferentes de las no mentiras no es un comportamiento lingüístico natural.

El punto de vista semántico es el que más ha tenido énfasis en anteriores investigaciones por la científica historia de la semántica y la cuestión de la mentira en sí. Las frases tienen un significado pero no tienen un valor verdadero por sí mismas, por el contrario las frases están gobernadas por condiciones de veracidad. Esto quiere decir que una proposición no es verdadera o falsa a menos que sea afirmado.

Sing también explica que desde el punto de vista de lo que propone Grice, una mentira atenta contra el principio de cooperación y contra la máxima de calidad (diga lo que es cierto, no diga algo que es falso o que no se puede probar). Pero algunos podrían decir que el mentir es necesario para respetar la máxima de cantidad (sea lo más informativo posible). Sing afirma que de cierta manera el principio de cooperación deja de lado ciertos elementos del aspecto cognitivo y del significado pragmático.

Sing considera relevante resaltar el papel de la pragmática en la mentira a lo largo de la historia. Ella afirma que la pragmática relaciona el significado del lenguaje con factores sociales. Si antes el credo era que el significado era constituido por condiciones de veracidad, ahora el significado es uso. Sing afirma que fue Austin el primero en re-formular la noción de verdad dentro de un contexto pragmático:

The truth or falsity of statements is affected by what they leave out or put in and by their being misleading, and so on. [...]. It is essential to realize that 'true' and 'false', like 'free' and 'unfree', do not stand for anything simple at all; but only for a general dimension of being a right or proper thing to say as opposed to a wrong thing, in these circumstances, to this audience, for these purposes and with these intentions (p. 123).

[La verdad o falsedad de un enunciado es afectado o porque se excluye o se incluye y por el hecho de ser engañoso, y así sucesivamente[...]. Es esencial darse cuenta de que 'verdadero' y 'falso', así como 'libre' y 'no libre', no significa nada del todo; pero solamente por una dimensión general de ser una cosa correcta o propia a decir lo contrario a una cosa incorrecta, en estas circunstancias, para esta audiencia para estos propósitos y con estas intenciones] (Traducido por mi).

Esto deja ver que la noción de la verdad en esta concepción pragmática, no es más una propiedad específica del lenguaje. Ahora la verdad es determinada por la relatividad y se ha convertido en una categoría en sí misma. Sing cita a Bolinger (1973), quien afirma que la verdad es ciertamente una cuestión pragmática por el hecho de que depende del sentido común compartido por el hablante y el oyente, el cual les permite hacer elecciones relevantes en relación al contexto comunicativo.

Searle (1975) llama a la mentira una 'aserción defectuosa' que se desmonta de cualquier fuerza ilocutiva, y como resultado da cualquier información. Por otro lado, Austin (1955) ubica a las insinceridades y a las mentiras bajo la categoría de

infelicidades. Para Austin la mentira es un acto de habla de tipo asertivo, en dónde el acto no es invalido pero si insincero.

Sing concluye su estudio afirmando que es el hablante quien emite el acto de habla de la mentira, la cual no es un acto de habla defectuoso ni es lenguaje que se desvía de cualquier descripción. La mentira no rompe con ninguna regla lingüística. Lo que hace la mentira es hacer uso creativo de las reglas existentes. De igual manera es necesario aclarar que los seres humanos no se comunican únicamente en frases, lo que significa que mentir no se encierra en los límites de la frase. Por el contrario, la mentira abarca más de un acto de habla, causando una segunda acción lingüística, una tercera, etc.

Por último Sing concluye que no hay dualidad inherente en la mentira, esto quiere decir que los enunciados no son meramente verdaderos o falsos. La noción de verdad no está solamente determinada por aspectos lingüísticos. De lo anterior se deduce que la mentira incluye las implicaciones cognitivas y sociales del lenguaje en uso. Es decir, la mentira, desde el punto de vista lingüístico, está asociada con el discurso en un contexto comunicativo y es ubicada en unidades discursivas en vez de frases individuales.

Contrario a lo anterior, Hoppe (2007) afirma que toda proposición [A] que es conscientemente falsa [B] con la intención de engañar [C], es definitivamente una mentira. Si una de estas características hace falta, no es una mentira definitiva. Lo que hace que una mentira sea definitiva es: el malicioso encubrimiento de la verdad, expresiones ambiguas deliberadas, errores por descuido, etc.

Esbozando lo anterior de una manera más profunda, las mentiras son proposiciones. Los reportes, las acusaciones, las negaciones, etc., pueden ser mentiras porque es razonable decir que son o falsas o verdaderas. Las órdenes, interjecciones, exigencias, preguntas, adivinanzas, etc., no pueden ser mentiras porque no es razonable decir que son verdaderas o falsas. Las proposiciones son verbales en general, excepto las que son formuladas en clave morse o en otro lenguaje de señales. Los engaños no verbales no son proposiciones y por ende no son mentiras.

Hoppe afirma que una proposición no es una mentira; la proposición debe ser falsa para que sea una mentira. Esto quiere decir que si una persona quiere mentir pero dice la verdad por accidente, entonces esto no es una mentira. De la misma manera que se debe distinguir un verdadero asesinato de un intento de asesinato, Hoppe argumenta que las mentiras reales deben ser distinguidas de los intentos de mentiras. Esto deja ver por qué una proposición debe ser conscientemente falsa para que sea una mentira.

Hoppe considera importante aclarar el hecho de que la intención de engañar es constitutiva de una mentira, es decir, una proposición falsa sin intención de engañar no es una mentira. Así, las frases falsas como los errores, los *lapsus linguae* y emitir enunciados falsos mientras se duerme o se actúa, no son mentiras del todo. De igual manera, las metáforas, los eufemismos, la ironía y formas similares de discurso ambiguo en la literatura, que se usan sin intención de engañar, no son mentiras por la misma razón. De la misma manera, los cuentos de hadas, los poemas, ejercicios de lenguaje, frases de cortesía, chistes obvios no son mentiras.

En el estudio de Hoppe se plantea la pregunta de si es posible que el lenguaje nos obligue a mentir, pero si ese fuera el caso, todo mentiroso que ha sido expuesto tendría una buena excusa y rechazaría cualquier reproche moral. En esas circunstancias, la persona diría que no hizo nada malo, simplemente que se comunicó sin haber evitado mentir.

Hoppe cita a Nietzsche (1999), quien escribe que la verdad en sí es una mentira, una posición que lleva lógicamente a una auto-contradicción. Si se supone que es verdad que no hay verdad, entonces hay verdad después de todo, y si no es cierto, no hay razón por la cual tomarlo seriamente. Pero Hoppe discrepa con lo que propone Nietzsche porque el concibe la mentira como un concepto independiente en contraposición de la verdad.

Por otra parte Hoppe cita en su artículo a Kainz (1927), quien afirma que hasta las proposiciones verdaderas pueden ser mentiras. Esto incluye casos en los que el lenguaje presenta ambigüedades y por lo tanto, la posibilidad de motivos ocultos, donde la opinión actual está escondida detrás de la interpretación literal. De acuerdo con Kainz, esos casos son mentiras porque apoyan la comunicación engañosa, y la acentuación de una proposición cierta que induce al receptor a creer lo opuesto de la proposición, es una mentira también. Kainz identifica aún más mentiras en expresiones verbales que son usadas para mostrar consideración amable. Pero Hoppe se da cuenta de que lo que propone Kainz no es suficiente para hablar de mentira. Kainz no habla de la intención de engañar y no prueba que el lenguaje nos obligue a mentir.

Todo lo anterior lleva a pensar que no es posible estudiar la mentira desde un solo lente. Hay muchos factores lingüísticos, sociales, culturales, morales, y psicológicos que entran en juego cuando se habla de la mentira. En cuanto al punto de vista del psicoanálisis, Zupancic (2000) propone en su artículo responder a las preguntas: ¿de qué forma puede el marco conceptual del psicoanálisis ayudar a entender la conexión entre cultura y mentira?, ¿qué puede decir de ciertos modos de mentir (mentiras corteses, mentiras piadosas) como parte de una cultura?

Zupancic afirma que el tema de la mentira no se puede tratar ni separar del tema de la verdad, y no es porque sean antónimos, sino porque existe un fenómeno cultural de mentir que es inherente a la problemática de la verdad. Porque si la verdad no fuera problemática, podría expresarse la verdad, toda la verdad y nada más que la verdad. Por eso Zupancic explica que la mentira y la verdad no son simétricas. La dimensión de la verdad es un contexto indispensable para la mentira, no lo contrario. No obstante, la mentira no se puede reducir o identificar con la falsedad. Una mentira es entonces algo diferente a la falsedad y, de acuerdo con el psicoanálisis, se puede mentir con la verdad y se puede decir la verdad usando la mentira como medio para hacerlo.

El hecho de mentir con la verdad, no es nada más que mentir con exactitud. Decir la verdad por medio de una mentira, no es nada más que decir la verdad usando como medio la falsedad. Un ejemplo: el hablante le prestó su auto al oyente porque éste le dijo que lo necesitaba para ir a la tienda. Cuando llega a casa el hablante le pregunta al oyente: “ ¿fuiste a la tienda? ” y el oyente le responde: *fui con Ana*. Con ese enunciado el oyente le miente al hablante quien cree que el oyente sí

fue a la tienda, pero la verdad es que el oyente, aunque estuvo con Ana, no fue a la tienda como lo habían acordado inicialmente.

Algo que Zupancic considera muy importante resaltar es que, cuando se habla y cuando existe la pregunta de decir la verdad o una mentira, se debe tener en cuenta la posición (el conocimiento, las expectativas) del interlocutor.

Zupancic también considera pertinente afirmar que para que una mentira sea 'tragada' por el otro, tiene que antes haber producido un efecto de verdad en el otro. Esto quiere decir que, para que el interlocutor se trague la mentira, la persona no simplemente debe creerle al hablante, ella tiene que creer que el hablante la cree también. Para que una mentira se lleve a cabo, tiene que haber otro individuo.

Desde el punto de vista del habla, Zupancic enfatiza que, la verdad no es solamente más fundamental que la mentira, sino que también es problemática en sí misma. Por eso no se puede hablar de una verdad absoluta. Decir que la verdad como un 'no todo' no implica que una declaración no pueda decir todo lo que hay por decir, es decir que siempre hay algo que hace falta que no puede ser dicho o que se cae en el error de no decirse. Zupancic sugiere que el problema es todo lo contrario, al decir la verdad, decimos más que la verdad. Es decir que, lo que se interpone en el camino de decir toda la verdad, no es la carencia de información sino el exceso.

Muchas veces ese exceso se evita por medio de las mentiras corteses, las cuales son usadas donde hay un riesgo considerable de discrepancia entre lo que se dice y lo que se quiere decir o no decir. Las personas evitan decir la verdad sobre todo para no herir susceptibilidades. Aquí Zupancic considera necesario hablar de la

obscuridad de la verdad. La obscuroidad se da en condiciones donde ciertas partes de la personalidad (partes que el hablante usualmente esconde de los demás o de sí mismo) son reveladas directamente y sin que el hablante esté preparado para eso. Es decir que, cuando a una persona se le exige toda la verdad, está siendo expuesta sin poder prevenirlo y el efecto es la vergüenza.

Zupancic entiende que al igual que la vergüenza, el sufrimiento, la humillación y otros estados similares son usados como excusas o razones para emitir una mentira piadosa o una mentira cortés. Esto quiere decir que las mentiras corteses son toleradas y hasta invitadas con tal de evitar un innecesario dolor, o humillación del otro. Ya que el dolor, el sufrimiento y la humillación son estados que exponen a la otra persona, hay personas que emiten esas mentiras piadosas o corteses por compasión o lástima, sin tener en cuenta que la compasión y la lástima en sí mismas pueden ser humillantes. Zupancic sostiene que el uso de mentiras piadosas y corteses se debe sobre todo al concepto de 'decencia' y hospitalidad.

El anterior concepto de decencia es un fenómeno cultural y también individual. Hay cosas que no deberían ser expuestas, dichas o señaladas. Si lo son, pueden causar vergüenza, pena y molestia. Zupancic concluye que la mentira es indirectamente motivada con el pretexto de los buenos modales, del respeto y de la decencia. De igual manera la cultura de la mentira, tiene mucho que ver con la obscuroidad de decir la verdad. Es importante decirlo porque a través de esta noción llegamos a la posibilidad de estudiar modales y comportamientos sociales con los estudios pragmáticos. Al analizar la función de una mentira en una situación social podemos entender mejor las perspectivas de las que "se entienden" en la sociedad.

Otra perspectiva desde la cual se puede analizar la mentira, es la propuesta por Flierl (2007), quien considera que hay una verdad subjetiva, es decir la que una persona considera que es verdadera. El acto de hablar requiere la presencia de un hablante y un interlocutor, que no solamente ofrece enunciados e información, sino también incluye expresiones del hablante mismo. Es decir que cuando el hablante se expresa, da información acerca de su personalidad y de su actitud. Por lo tanto, el lenguaje incluye una dimensión personal. Cuando se emiten palabras, éstas permiten entender los pensamientos y acciones del hablante.

Para poder explicar lo anterior de mejor manera, Flierl se propone analizar en su artículo la mentira desde el campo de la teología moral. Por lo tanto, considera permanente hablar de la Biblia y específicamente de la referencia que se hace en el Antiguo Testamento a la mentira. Flierl afirma que tal vez el mejor pasaje que hace referencia a la mentira es el octavo o noveno mandamiento : “no dirás falsos testimonios ni mentiras”. Este es uno de los tantos ejemplos que hay en la Biblia en donde se prohíbe mentir. Con lo anterior Flierl quiere resaltar que la mentira es parte de la vida diaria, no es algo solamente que aparece en la Biblia. La mentira y la falsedad no son fenómenos con los que las personas son confrontadas en situaciones específicas (crisis personales o situaciones de peligro). Por el contrario, la mentira se puede encontrar en varios contextos comunicativos, en el campo político, en la declaración de impuestos, o simplemente en las conversaciones cotidianas. Puede que haya un deseo profundo o un anhelo de veracidad, porque tal parece, hoy en día, las personas están dispuestas a perdonar en tanto que el acto sea hecho con honestidad y fuera de convicción personal.

Flierl considera necesario hacer referencia a la veracidad en el sentido de que ésta incluye la noción de una orientación estable y continua hacia la moral en las actitudes y acciones de uno. Esto quiere decir que la veracidad no es simplemente decir la verdad, es algo más amplio y fundamental para una vida moral en general. La virtud de la veracidad se refiere a confiar en el significado de la vida de uno.

Flierl también considera que debe haber una correspondencia entre lo interno y externo de una persona, es decir que, el pensar y el actuar deben ser expresiones honestas de los pensamientos de uno, y esto es veracidad. No siempre los hablantes y los oyentes juzgan la palabra hablada basados en sus experiencias. El hablante siempre está en la necesidad de 'auto-protección', ya que la comunicación implica vulnerabilidad, por lo tanto, la interpretación es necesaria. El hablante necesita descubrir que tanto puede ofrecer dependiendo de un grado de confianza en el contexto comunicativo.

Flierl considera que partiendo de lo anterior, el puro juicio racional es inadecuado, y que las experiencias personales entran a jugar un papel importante. Esto se debe a que tanto el hablante como el oyente cuentan con la confianza en la comunicación. Esto deja ver que el habla es el medio más directo de acceder a otra persona y abusar de su confianza. Pero existe la preferencia o anhelo de que la comunicación se base en ofrecer la verdad.

Como mencioné anteriormente, Flierl afirma que la veracidad no es solo una cuestión de decir la verdad o de dar información completa. Cuando uno de los interlocutores está débil y necesita protección y cuidado (como en el caso de un

médico y su paciente), la verdad completa puede convertirse fácilmente en una carga más allá de su alcance.

Flierl explica que mientras el concepto de veracidad, entendido como virtud, incluye una preferencia clara y fuerte de decir la verdad, no obliga a que sea así. Desde un punto de vista objetivo, la verdad se compara con un 'error', mientras que la verdad desde un punto de vista moral, se compara con la mentira. Son inevitables las dimensiones subjetiva y moral que hay en la mentira, porque depende de la intención del hablante el engañar, en lo que él se aferra como verdad y en lo que deliberadamente expresa de manera falsa.

El hecho de decir una mentira afecta no solamente al hablante sino también a las personas que lo rodean. De cierta manera así lo expresa Strauß (2007), quien afirma que en principio se nos exige decir la verdad porque mentir se puede considerar como un vicio. Strauß cita a Kant (1949) porque él afirma que la mentira le hace daño a la sociedad y a los individuos. Cada mentira hace más probable el hecho de que hayan más mentiras y que las relaciones humanas se caractericen por la insinceridad.

El engaño, la mentira, la falsedad, y usar máscaras existen como parte de la vida diaria. Es común reconocer que las mentiras se han dispersado tanto. Sin embargo, catalogar la mentira (un comportamiento desviado) como 'normal' no es una idea muy placentera. La mentira es una actividad social de todos los días, todos saben el significado de 'mentira' y todos son expertos en el campo de la mentira, porque esa persona es competente en cuanto a la mentira y es engañada por otros.

De acuerdo con Strauß, los estudios empíricos muestran que la información es controlada en la mayoría de las situaciones sociales, por ejemplo, los miembros de una pareja se mienten el uno al otro en las relaciones íntimas. Lo anterior quiere decir que la mentira es parte de la reserva socialmente compartida que está a la mano de todos, y hacia esto las personas orientan su pensamiento y sus acciones.

Strauß considera pertinente aclarar que, debido a la concepción que se tiene de la mentira como 'desviadora' de la 'normalidad' de la verdad, aparece una 'paradoja de normalidad': la mentira se desvía de la regla que exige decir la verdad, pero al mismo tiempo, hay expectativas de normalidad con mentiras. Porque contrario a lo normativo de querer la verdad, es imposible ser siempre honesto todos los días sin quebrantar las reglas y herir los sentimientos de los demás.

Strauß afirma que las mentiras son construidas en la interacción social en donde participan: el mentiroso, el engañado y la mentira. El mentiroso y el engañado tienen algún tipo de interacción, el mentiroso produce la mentira y la mentira es recibida por el engañado.

Strauß habla de que la interacción es posible porque las decisiones son tomadas con base en la dependencia del uno al otro. Los interlocutores balancean sus expectativas a través de la comunicación. Strauß afirma que somos forzados a actuar cuando estamos presentes en una situación social porque tan pronto como los individuos están simultáneamente presentes, están inevitablemente envueltos en la comunicación.

Independientemente de la comunicación verbal, hay importancia dada a la apariencia física y a la comunicación no verbal. Esto quiere decir que la presencia

física es seguida por un proceso de interacción que incluye a aquellos que toman parte en ella.

Strauß agrega que la compulsión a interactuar está conectada con la compulsión a anunciar. Cuando dos individuos se conocen, tratan de obtener información el uno del otro, tratan de traer a colación información de su identidad y al mismo tiempo esconden información que no es pertinente en esa situación. Esto deja ver que hay una especie de juego de información, un ciclo entre: el encubrimiento, el descubrimiento, la revelación falsa y el redescubrimiento. Debido a la compulsión de expresarse, siempre existe la posibilidad de que hayan discrepancias entre lo dicho y lo que verdaderamente es.

Pero para facilitar una interacción libre de problemas, es necesario que los interlocutores mantengan sus imágenes públicas. Esto se puede relacionar con lo que proponen Brown y Levinson (1978) sobre la imagen pública positiva tanto del hablante como del oyente. Strauß agrega que tener el control de la situación, es decir de la información dada en la comunicación, siempre implica mantener la 'normalidad', la cual se refiere a que todo lo que se hace debe evitar discrepancias entre lo afirmado y lo que verdaderamente es. A través de la necesidad de interpretación que aparece cuando se entabla una conversación, las interacciones son susceptibles a interferencias y la normalidad producida siempre puede verse perjudicada.

Strauß también afirma que existen términos que hacen referencia a la mentira como lo es 'la fabricación', la cual es posible porque siempre va seguida de la actuación, es decir del pretender que lo que no es parezca como si lo fuera. Como

toda actuación es ambigua, siempre está basada en la interpretación de motivos, intenciones e interpretaciones de los interlocutores en una situación específica. El hablante puede dar información que lo hace verse 'mejor', pero él sabe cuando lo que está diciendo está siendo usado para engañar.

Lo anterior deja ver que los secretos y la revelación parcial son parte de la realidad social. Por lo tanto, la interacción puede ser vista como una cooperación entre mentiras, máscaras y desenmascaramiento.

Strauß afirma que la mentira siempre está conectada con el secreto y con el enmascaramiento, es decir que una presentación engañosa cubre un secreto. En el momento de desenmascarar la mentira, o cuando la mentira es descubierta, la mentira es destruida y el secreto no es absolutamente revelado con respecto al contenido, pero si por lo menos, es revelado con respecto a su existencia.

Strauß afirma que la interacción es susceptible a las mentiras y que no hay nada exento de ellas. Sin embargo, diferentes aspectos de la vida social exhiben diferentes expectativas de veracidad. A menudo éstas expectativas son marcadas a través de señales no verbales como el espacio físico, indicadores de tiempo y entradas lingüísticas. En un contexto la confianza juega un papel muy importante, por esto cita Strauß a Barnes:

An absence of mutual trust may lead to an abundance of lies, each party trying to deceive the other, but the presence of trust does not necessarily result in an absence of lies. In intimate face-to-face relations the shared expectation of mutual trust may lead to collaboration between, or more likely connivance by, liars and dupes

in order to maintain the plausibility of a lie, as well as the plausibility of continuing trust. When this happens it is no longer obvious who is deceiving whom (p. 190).

[La ausencia de mutua confianza puede llevar a un montón de mentiras, cada parte trata de engañar a la otra, pero la presencia de la confianza no necesariamente resulta en ausencia de mentiras. Cuando se dan las relaciones íntimas cara a cara, la expectativa de ambas partes es que la mutua confianza los lleve a colaborar entre ellos, y por ende el mentiroso y el inocentón puedan mantener la plausibilidad de una mentira, y al mismo tiempo la plausibilidad de continuar confiando. Cuando esto pasa ya no es obvio detectar quien está engañando a quien] (Mi traducción).

Strauß afirma que lo anterior deja ver que la confianza y la desconfianza pueden encontrarse en las interacciones que ocurren a diario. Debido a que los oyentes dependen de la confianza o la desconfianza, algunos enunciados son interpretados de manera diferente. Es decir que hay una tendencia, por parte de la confianza a llevar a los oyentes a asumir que las no verdades son errores, mientras que la desconfianza nos hace interpretar un enunciado incorrecto como una mentira.

Por último, Strauß concluye que tanto las mentiras como las verdades pueden estabilizar y desestabilizar una situación. De igual manera, ni la mentira es desviada, ni decir la verdad es normal. Una mentira infringe la normalidad y la confianza en una situación cuando la persona inocentona o engañada espera la

verdad por parte del hablante. Una mentira que está a la altura de lo esperado, como en muchas situaciones de cortesía, es clasificada como un comportamiento más 'normal' que lo que la verdad pueda ser en la misma situación.

Lo anterior está en relación con lo que propone Greschonig (2007), quien hace referencia al papel que el término 'utopía' ha tenido a lo largo de la historia en relación con el lenguaje. Greschonig expresa que es utópico el deseo de querer que siempre se diga la verdad en una conversación para que ese sea el fluir esperado de las cosas.

Pero para él la verdad absoluta es simplemente un anhelo que aparece como irrealizable, porque el lenguaje no es solamente lo que es en sí sino lo que representa. Así lo cita: " Utopia is a laboratory of imagined truths which do not refer directly to objects in the real world. Utopia does not exist" (p. 199). [La utopía es un laboratorio de verdades imaginadas que no se refieren directamente a los objetos en el mundo real. La utopía no existe]. (Mi traducción). Ésta concepción de 'utopía' se toma de la forma en que es vista desde la literatura antigua y se ve reflejada en la forma en que se idealiza el lenguaje en uso.

Lo anterior deja ver un punto de vista humanista, con el cual se analiza el discurso utópico asumiendo que la verdad absoluta no puede ser vista desde un único punto de vista. Greschonig considera pertinente citar a Foucault (1972), quien afirma que el lenguaje no es lo que es porque tiene un significado, su contenido representativo no tiene un papel o rol que jugar. Greschonig concluye sosteniendo que la verdad no puede ser expresada por medio del lenguaje.

Al contrario de lo anterior, Schmauks (2007) afirma que aunque la comunicación es siempre riesgosa, no podemos vivir sin ella. El engaño intencional es el caso más obvio de comportamiento no cooperativo. El hecho de brindar información falsa intencionalmente hace que el hablante viole las máximas de Grice para lograr sus propios objetivos que le son escondidos al oyente. Las mentiras verbales son muy comunes. Esto no quiere decir que el lenguaje esté hecho para decir la verdad y que las personas lo pervierten. El lenguaje es hecho, en parte, para influenciar a otras personas, diciéndoles algo verdadero o algo falso y a través de actos de habla no informativos.

Schmauks propone que el error y el engaño son un fenómeno comunicativo general que ocurre en todos los medios. Pero para distinguirlos es importante analizar a las mentiras verbales, las cuales son un fenómeno pragmático bien definido, propuesto por Bettina Giese (1992) y esbozado de la siguiente manera:

- [S (hablante) sostiene (enunciado o proposición)p,
- S no cree que p sea cierto,
- S quiere que E (oyente) crea p, y
- S quiere que E crea que S cree p] (p. 338) (Mi traducción).

Basándose en el anterior esquema, Schmauks afirma que las mentiras a veces se confunden con otros fenómenos que aparentan ser similares pero que tienen causas completamente diferentes:

- (a) los errores que comete el hablante por creencias incorrectas,
- (b) la ironía que es producida intencionalmente como un mensaje contradictorio, y

(c) los fenómenos del doble sentido que son causados por las creencias y objetivos inconscientes (p. 338).

En el caso del error, el oyente malinterpreta una señal dada porque él no sabe el código que se está manejando. Ésta malinterpretación es sin intención y puede permanecer sin ser detectada por largo tiempo. En el caso del engaño, el hablante intencionalmente produce una señal que despista al oyente. Esto puede ser hecho explícitamente al decir una mentira, o implícitamente al sugerir un enunciado que el mismo hablante no cree.

Desde un punto de vista cognitivo, el hecho de dar información falsa pero consistente, es una tarea bastante exigente, que requiere que uno administre su propio mundo modelo tan bien como el modelo que uno quiere que el oyente crea. Como ejemplos se tiene la comunicación verbal, la comunicación no verbal, y la comunicación pictórica.

Capítulo cinco

Análisis de lo enunciado y su contexto en La Saga

Para poder llegar a los resultados deseados en la presente investigación se escogerán varios fragmentos de la telenovela colombiana *La Saga*, después de observarse, se transcribirán y analizarán teniendo en cuenta las teorías de los actos de habla, las máximas de Grice, la cortesía verbal y el concepto de imagen.

Transcribir las conversaciones permitirá acceder a muchas de las prácticas de la vida social y también facilitará familiarizarse con lo observado después de escuchar/ver los episodios o capítulos seleccionados una y otra vez. A través de este proceso se notará lo interesante y las formas frecuentes en las que interactúan las personas.

Aunque este es un estudio del lenguaje en uso, se prestará atención a las pausas, las risas, las interrupciones, la sobre posición de actos de habla, los sonidos que se usan para dar énfasis, el parafraseo, entre otros. Se analizará la mirada de los interlocutores, cómo manipulan las cosas, los gestos, la postura, la posición espacial entre los interlocutores, los espacios entre una intervención y otra, los titubeos, los prefacios y las mitigaciones. Todos estos elementos permitirán analizar que tan reales son las interacciones de algunos actores en la telenovela, y qué tan corteses son sus intervenciones para poder llegar a la conclusión de que el uso de las mentiras es una estrategia de cortesía que usa un hablante para poder engañar al oyente.

La forma en que se llevará a cabo es: primero, se seleccionarán trece capítulos en los que los actores como interlocutores hacen uso de las mentiras y los

actos de habla indirectos como una estrategia para mostrar cortesía y querer preservar su propia imagen pública positiva al respetar la imagen del oyente. Segundo, se hará la transcripción de las conversaciones seleccionadas y en cada una se analizará los aportes de Brown & Levinson (1978) con su definición de imagen pública. Luego se desglosa el concepto de imagen positiva y negativa (Brown & Levinson 1978; Haverkate, 1994) con base en las nociones de imagen y territorio (Goffman, 1959, 1967, 1971). Se continua con un esbozo de las máximas de cortesía (Leech, 1983) y su relación con las máximas conversacionales (Grice, edición de 1982) presentadas por Haverkate (1994) en los discursos de cortesía en español.

Capítulo seis

Transcripciones de las conversaciones seleccionadas

En el presente capítulo se encuentran las transcripciones de trece conversaciones seleccionadas en la telenovela *La Saga*. En cada una de estas conversaciones está presente la mentira como una estrategia de cortesía verbal de la que se sirve un hablante para engañar al oyente.

Aparte de identificar la naturaleza de la mentira, se explica que máximas (de las propuestas por Grice) son quebrantadas, cómo y por quién, y cómo esto afecta la imagen positiva del interlocutor. De igual manera, se tiene en cuenta las relaciones de distancia y poder existentes entre hablante y oyente, y cómo se hace uso de éstas para mentir. A la par, se analizará la presencia del principio de cooperación y del concepto de imagen propuestos por Brown y Levinson. También se aplicará el modelo propuesto por Coleman y Kay en su estudio de la mentira. Este modelo argumenta que una mentira típica contiene tres elementos básicos, y los enunciados que carecen de uno o más de estos elementos pueden aún ser considerados mentiras pero en menor grado.

CD 1 Capítulo 1

Conversación #1

Personajes capítulo 1: Tomás y Pascual (habitante de la ciudad recién conocido por Tomás).

El contexto de esta conversación es el siguiente: Tomás, Josefina y su hijo (de aproximadamente ocho años) Pedro llegan a la ciudad de Bogotá en busca de una nueva vida. Pascual, quien ha habitado en esta ciudad por algún tiempo, los ha

observado detalladamente y se da cuenta que Tomás siempre carga mucho dinero en su bolsillo, tal vez todos los ahorros que tenía para poderse venir a la ciudad en busca de un mejor estilo de vida.

- 1 T: Bueno, y ahora me imagino que toca conseguir
2 un lugar bien bueno donde instalarnos.
3 P: Si quieren yo los puedo ayudar, pues mal que bien
4 conozco la ciudad y los puedo guiar.
5 T: Muchas gracias señor.
6 P: ¿Qué es lo que están buscando?
7 T: El mejor hotel de la ciudad.

En Pascual se despierta la avaricia por obtener el dinero de Tomás. Él se presenta y aparenta ser una persona dispuesta a ayudarlos a encontrar la vivienda que están buscando. Pero detrás de sus “buenas intenciones” planeaba acercarse tanto a ellos de tal forma que pudiera robarles su dinero. Se observa que la mentira no yace en sí en los enunciados que emite Pascual, sino en sus intenciones; él pretende mostrarse como una persona amigable que les quiere ayudar porque tiene otras intenciones de fondo.

Pascual está quebrantando la máxima de cantidad propuesta por Grice porque está diciendo algo que es falso. De igual manera, Pascual usa expresiones con las que aparentemente está cuidando la imagen del oyente (Tomás y Josefina), pero por motivo de sus intenciones, es obvio que está protegiendo su imagen para ganarse la confianza de ellos y lograr así su objetivo.

En esta conversación, la distancia social entre al hablante y el oyente (Pascual y Tomás), está marcada en cuanto a que Pascual es un hombre de ciudad y Tomás un hombre de campo. Esta relación en el contexto colombiano le otorga el poder al ciudadano sobre el campesino ya que existe el estereotipo de que los ciudadanos son más instruidos que los campesinos, no necesariamente por falta de motivación e intenciones de hacerlo, sino porque la situación económica de los campesinos es más crítica que la de los ciudadanos. Este pensamiento y estereotipo convencional le da más autoridad y poder a Pascual sobre Tomás. Pascual ve que Tomás, su esposa e hijo son del campo y asume que son ingenuos e ignoran todo lo que pasa en la ciudad, por tal razón Pascual se muestra como su salvador, quien aparece de la nada para “ayudarlos” en su nueva vida. Su nivel de poder le hace creer que tiene derecho sobre ellos para mentirles, engañarlos y aprovecharse de su posición de desventaja.

En esta conversación el hablante usa la mentira como un deseo y con la intención clara de engañar al oyente.

Conversación # 2

Personajes: Pascual y Tomás.

- 1 P: ¿Yo le puedo dar un consejo Tomás?
- 2 T: Sí, claro.
- 3 P: No es bueno que usted ande por todas partes con
- 4 ese dinero en el bolsillo.
- 5 T: ¿Por qué?

- 6 P: Yo no sé cómo será en su pueblo, pero Bogotá es
7 una ciudad muy insegura, está llena de pícaros y
8 ladrones y en cualquier momento alguien se da
9 cuenta de lo que usted tiene ahí y se arriesga a
10 que lo asalten. Lo mejor es que usted saque lo
11 que se va a gastar y guarde el resto en la pieza.
- 12 T: ¡Oiga sí!, tiene razón. Muchas gracias por el
13 consejo.
- 14 P: No, para algo han de servir los amigos.

En esta conversación la mentira no yace en la proposición. La mentira se percibe por las intenciones del hablante (Pascual). Su interés es aparentar que se preocupa por el bienestar del oyente (Tomás y su familia), pero su intención es ganarse su confianza y robarlos. Sus enunciados en sí no son mentiras, pero el hecho de que esté ocultando sus verdaderas intenciones lo hacen un mentiroso, peor aún es que Pascual es uno de esos pícaros y ladrones que quiere apropiarse del dinero de Tomás tan pronto éste siga su consejo y lo guarde en su habitación. Aparentemente Pascual está respetando el principio de cooperación porque permite que la conversación fluya sin ningún inconveniente; dice cosas que el oyente (Tomás) quiere escuchar. De igual manera está, aparentemente, alabando la imagen positiva del oyente por sus malas intenciones de fondo.

Con las intervenciones de Pascual se quebrantan las máximas de: a) calidad, por no ser completamente sincero con Tomás, y b) cantidad, por no darle toda la información; Pascual dice mucho menos de lo que debe decir.

En esta conversación el hablante usa la mentira con deseo y intención de engañar al oyente.

Conversación #3

Personajes: Pascual y Tomás.

- 1 T: ¿Y entonces, no nos acompaña, hombre?
- 2 P: De mil amores lo haría pero ya me comprometí a
- 3 visitar una tía que está enfermita y pues ya no
- 4 le puedo quedar mal.
- 5 T: ¡Qué lástima!, ¿no?
- 6 P: Sí, en otra ocasión será.

En este caso Pascual emite un enunciado sabiendo que es falso y que no puede probar adecuadamente porque lo está inventando y usando como estrategia para llevar a cabo su propósito. La mentira es que Pascual no tiene ninguna tía enferma y por lo tanto no puede ir a verla. Su intención es que tan pronto Tomás y su esposa se vayan, él pueda entrar sin permiso a la habitación de ellos y tomar su dinero.

Cabe resaltar la relación que se da entre Pascual y Tomás y su esposa. La posición de esta pareja es vulnerable porque acaban de llegar a la capital, hay cierta ingenuidad y necesitan confiar en el primero que les ofrece ayuda; lo que ellos no saben ni sospechan es que esa ayuda no es sincera y desinteresada.

Se podría decir que la posición de “poder” que tiene Pascual sobre esta familia es clara ya que él es de la ciudad, vive en ella y la conoce bien. Dado que Tomás y su esposa acaban de llegar y no conocen a nadie, ni se ubican fácilmente,

los hace depender, de cierta manera, de la “ayuda” que Pascual les está brindando. Esto tiene que ver con lo que afirma Puyana con relación a la mentira: Pascual dice cosas que no son como si fueran, porque se mueve bajo su deseo engañoso, posiblemente quiere obtener ese dinero no tanto por la situación económica en la que vive, sino porque ese es su hábito, robar.

En esta conversación el hablante usa la mentira con deseo e intención de engañar al oyente.

Capítulo 2

Conversación #4

Personajes: Tomás y su esposa Josefina

- 1 T: No, es que no entiendo como habían podido vivir
 2 tanto tiempo en esa fábrica sin un coordinador de
 3 personal. ¡Qué desorden administrativo el que tenían... por Dios!
- 4 J: Bueno, pero al menos ya lo contrataron a usted y
 5 puede poner las cosas en orden.
- 6 T: ¿Cómo así que al menos, mujer? ¿Cómo que al menos?
 7 Yo le dije a usted que iba por el premio mayor y
 8 mire!!!
- 9 J: A mí lo que me parece raro es que la paga sea tan
 10 poquita para tanta responsabilidad, Tomás. ¿No se
 11 supone que ese era el punto de desacuerdo, de que
 12 usted les iba a dar tiempo para que lo
 13 reconsideraran?

- 14 T: Eh....., Don Facundo me dijo que no podía darme un
15 sueldo de primera, recién entrado a la fábrica.
16 Porque los empleados se iban a molestar de
17 inmediato, pero que en cuestión de meses hacía
18 cambios radicales. O sea mujer, que usted ya no
19 tiene que preocuparse más por la plata, porque de
20 esa me encargo yo.
- 21 J: De todos modos, yo hasta no ver resultados
22 prefiero no confiarme, Tomás.

Tomás usa el monosílabo “eh” porque está diciendo es una mentira; él sabe que el mensaje es falso y no puede probarlo adecuadamente, por lo tanto está quebrantando la máxima de calidad. En su posición de “poder” frente a Josefina, ella le tiene que creer, porque es él quien trabaja y trae el dinero a la casa para suplir las necesidades. Tomás, evidenciando su machismo, no quiere que su esposa sepa que él no es más que un simple empleado como los otros, él no es coordinador administrativo, tiene que preservar su imagen positiva frente a ella, aunque deba mentir. Adicionalmente, Tomás miente porque le gusta darse lujos, es casi un comprador compulsivo y no piensa en ahorrar y administrar bien el dinero como lo haría ella. La posición de poder que él tiene sobre ella también se debe a que ella no sale, se la pasa en la casa todo el día, no conoce bien la ciudad y, mucho menos, sabe dónde trabaja su esposo y cuál es su empleo específico; ella no tiene otra alternativa sino creer en su esposo y confiar en él.

En esta conversación el hablante usa la mentira con deseo e intención de engañar al oyente.

Conversación #5

Personajes: Tomás y su esposa Josefina.

- 1 J: ¿Entonces Don Facundo lo invitó a su casa?
- 2 T: Claro! Es que ese tipo de información es mejor
- 3 discutir la lejos de la oficina, porque puede
- 4 llegar a oídos equivocados.
- 5 J: ¿Qué información?
- 6 T: Tenemos líos con un oficinista que está muy
- 7 difícil y estamos contemplando seriamente la
- 8 posibilidad de despedirlo. Y Don Facundo dice que
- 9 ésta es la oportunidad perfecta para lograr mi
- 10 ascenso.

A través de esta conversación se ve claramente cómo elementos propuestos por Coleman y Kay (1981) sirven para determinar si un enunciado es una mentira o no.

Con los enunciados emitidos por Tomás 2,3,4,6,7,8,9,10, se observa que él sabe y cree que lo que está diciendo es falso; pero al emitir esos enunciados Tomás se propone engañar a Josefina. La intención de Tomás es hacerle creer a Josefina que Don Facundo si lo invitó a su casa para discutir temas de trabajo. Josefina no sabe que la intención de Tomás es ir a la casa de su jefe y apoderarse de su dinero, puesto que don Facundo guarda todo su dinero en su casa. Tomás no quiere que su esposa

descubra su plan de robar al que es su jefe y por eso acude a la mentira, porque está protegiendo su imagen positiva frente a ella.

Tomás está quebrantando la máxima de calidad porque no habla con sinceridad, dice lo que cree ser falso y lo que no puede ser probado adecuadamente. De igual manera, quebranta la máxima de cantidad porque no proporciona la información requerida, solamente la que él cree suficiente para engañar a su esposa y asegurarse de que quede tranquila y conforme con lo que ha dicho.

En esta conversación el hablante usa la mentira con deseo e intención de engañar al oyente.

Capítulo 4

Conversación #6

Personajes: Pedro (hijo de Tomás y Josefina), Romano (socio de Pedro y boxeador)

- 1 P: ¿Vio que no era tan complicado? Usted está
- 2 enterito Romano. Oiga y el negocio de las
- 3 apuestas salió mejor de lo que yo pensaba. ¿Sabe cuánto le toca a
- 4 usted? Vea!! Todo suyo, Romano, se lo ganó. (pausa un poco larga)
- 5 Hombre!..... ya...reaccione!!!!!!!!!!
- 6 Romano que a Grecia no le iba a pasar nada!!!!!!!!!! El revólver que
- 7 tenía Efraín no tenía balas. Era para que usted se decidiera, no más.
- 8 (Pausa larga)
- 9 Usted cree que yo sería capaz de hacerle algo a
- 10 mi ahijada?..... Aparte de ser socios y amigos,
- 11 también somos compadres. (Pausa corta)

- 12 Ya hablé con Don Roberto y la revancha va a ser
13 en dos meses, y ahí sí, usted le puede hacer tragar la lengua al
14 chicanero, y derecho para el título mundial, y ahí sí, ¡que nadie nos
15 detenga!!
- 16 R: No se tome el trabajo Manrique. Esta fue mi
17 última pelea!
- 18 P: Romano... no sea exagerado!!! Ya!!! Tampoco!!!
19 Esto, esto es como un paréntesis, ¿me entiende?,
20 en nuestra carrera. Es simplemente para hacernos
21 un dinero extra...
22 (Romano le da un puñetazo en la cara a Pedro)

En esta interacción también se ve reflejada la aplicación del modelo propuesto por Coleman y Kay: Pedro, para presionar a Romano a perder esa pelea de boxeo, hace que un hombre que está en el público amenace con una pistola a la esposa de Romano. Pedro sabe perfectamente cuál es su intención desde el principio, él ha apostado mucho dinero por el Chicanero (contendor de Romano), por eso le conviene que Romano pierda. Es decir que su intención es ganar dinero adicional sin importar cómo. Su intención no es sincera ni honesta y con lo que hizo afecta tanto la imagen positiva de Romano como la propia. La consecuencia de este engaño hace que no sólo Romano no vuelva a pelear sino que quebranta la amistad con Romano y éste se retira del boxeo para siempre. A Romano le indigna la mentira, la actitud y el cinismo de Pedro.

Otro aspecto a resaltar es la relación de poder que existe por parte de Pedro hacia Romano, ya que Pedro es el manager de Romano, quien organiza las peleas y las competencias. Debido a esta relación de poder, Pedro se cree con la autoridad de engañar a Romano y después presenta la situación como algo normal, porque más que el beneficio de Romano, Pedro busca su propio bien.

Es claro que Pedro quebranta la máxima de calidad porque no es lo suficientemente sincero con Romano desde el principio. También quebranta la máxima de cantidad porque Pedro le da menos información de la que debe, la información brindada no es suficiente, aunque Romano le cree porque deposita toda su confianza en Pedro.

En esta conversación el hablante usa la mentira con deseo e intención de engañar al oyente.

Conversación # 7

Personajes: Armando, Antonio (hermanos, hijos de Pedro) y Ana María (esposa de Armando y amante de Antonio)

- 1 Ar: ¿Dónde estaba?
- 2 Ana: Trabajando!!!!
- 3 Ar: ¿Por eso tiene ese tufo?
- 4 Ana: A veces hay que tomarse un trago con el cliente.
- 5 Es parte del rito. Pero claro, usted que va a
- 6 saber de eso!!!! Si en lo que trabaja es
- 7 golpeando y maltratando gente!!
- 8 Ar: Estoy aburrido de esta situación, Ana María!

9 Ana: ¿Y es que usted cree que yo no?

10 AR: Entonces, hagamos algo!!

11 Ana: ¿Por qué no nos separamos?

Ana María miente porque ella estaba con su amante Armando y no trabajando. Los enunciados que ella emite sabe y cree que son falsos, y al usarlos pretende engañar a Armando. En este caso, Ana María reacciona de un forma prevenida, a la defensiva y un poco agresiva como para darle a entender a Armando que lo que él está implicando no es cierto sabiendo ella sabe que si lo es. El hecho de que ella ya no lo ama le hace pensar que tiene el poder y la autoridad para mentirle y para serle infiel con su propio hermano.

Ana María quebranta la máxima de calidad por su falta de sinceridad, e igual la máxima de cantidad porque brinda menos información de la necesaria ya que ella sabe que si dice algo más podría tener problemas con su esposo.

En esta conversación el hablante usa la mentira con deseo e intención de engañar al oyente y protegerse a sí misma.

Conversación # 8

Personajes: Armando y su hijo Manuel.

1 Ar: ¿Para dónde va, Manuel?

2 M: Voy a ver qué le pasa a mi mamá!

3 Ar: A su mamá no le pasa nada!!

4 M: Es que quiero saber que le pa...(interrupción)

5 Ar: Pero es que nada!!! Se sienta y come!!

- 6 (pausa)
- 7 Ar: Es mejor que se vayan haciendo a la idea que su
- 8 mamá ya no va a vivir más con nosotros. ¡Ella se
- 9 va de esta casa!!

Armando emite el enunciado 3 sabiendo que es falso, cree que es falso e intenta engañar a sus hijos. O podría decirse que más que querer engañarlos quiere ocultarles lo que verdaderamente está pasando. Armando y su esposa tienen problemas y se van a separar y por la posición de poder (padre) que él tiene sobre sus hijos se siente con la autoridad de mentirles y ocultarles cuanto sea necesario. Armando está afectando la imagen positiva y negativa de sus hijos y su propia imagen positiva, porque su reacción hace que sus hijos se pongan en contra de él. Armando quebranta la máxima de calidad porque no es sincero y la de cantidad porque no brinda la información que requieren sus hijos.

En esta conversación el hablante usa la mentira con deseo e intención de engañar al oyente.

Cd 2

Capítulo 5

Conversación # 9

Personajes: Antonio y su esposa Pilar.

- 1 Pi: ¿Por qué es tan difícil creer que Ana M^a tenga un amante, a ver?
- 2 Ant: Porque no. Porque si no ya todos lo sabríamos. Usted se la pasa todo
- 3 el día con ella. A qué horas iba a conocer a alguien. ¿A qué horas iba a
- 4 empezar un romance?

- 5 Pi: Puede ser alguien conocido.
- 6 Ant: Ay qué..... ¿quién, a ver?
- 7 Pi: Ay, mire Antonio...si, si se fija bien mi hipótesis encaja perfectamente
- 8 con los hechos. Y eso nos explicaría lo que nos está pasando con Ana.
- 9 Ant: Usted va a terminar armando un chisme que nos va a
- 10 meter a todos en problemas.
- 11 Pi: Yo no lo estoy gritando a los cuatro vientos Antonio. Yo estoy
- 12 hablando con usted no más.
- 13 Ant: Lo que pasa es que todo este asuntico me tiene hasta el gorro. Ahora el
- 14 tema central de toda conversación se volvió la vida privada de
- 15 Armando y Ana M^a.

Antonio emite los enunciados 2,3,4 sabiendo y creyendo que son falsos y con la intención de engañar a su esposa Pilar. Él sabe perfectamente que él es el amante de Ana M^a y no va a decirle la verdad a su esposa porque eso implicaría atentar contra la imagen positiva de su esposa y la imagen propia positiva, podría ser causa de divorcio. Él no quiere esto y tiene miedo; por tal razón acude a una mentira acompañada con actitudes de enojo demostrándole a Pilar indiferencia ante esta situación. Antonio quebranta la máxima de calidad porque no es sincero con su esposa y la de cantidad porque brinda menos información de la que se requiere.

En esta conversación el hablante usa la mentira con deseo e intención de engañar al oyente y de protegerse a sí mismo. Básicamente Antonio hace uso de la mentira porque tiene miedo a ser descubierto por su esposa Pilar y por su hermano Armando, quién sería capaz de cualquier cosa con tal de hacerle pagar, como sea

necesario, al amante de su esposa Ana M^a por la humillación y la deshonra provocadas.

Conversación #10

Personajes: Ana M^a y su mejor amiga Pilar.

- 1 Ana: Pilar gracias. No sabes lo que significa para mí contar contigo en este
2 momento.
- 3 Pi: ¡No...tranquila!. ¡Y por Armando no se preocupes! Yo confío en que
4 Antonio lo va a hacer entrar en razón. (pausa corta)
- 5 Ana: ¿Pilar...?
- 6 Pi: ¿Qué?
- 7 Ana: A mí se me cae la cara de la vergüenza, pedirle esto pero tengo que
8 hacerlo. (pausa corta).
- 9 Pi: Lo que quiera amiga, lo que quiera.
- 10 Ana: Será que cuando a mí me den de alta de aquí, yo...me puedo ir a vivir a
11 su casa? (pausa larga) Pilar, yo sé que es abusar de ti y de tu
12 generosidad pero es que me da pánico pensar que voy a estar sola en
13 ese hotel y que Armando pueda aparecer en cualquier momento (ella
14 empieza a llorar y se sobrepone la intervención de Pilar)
- 15 Pi: No... no tranquila, yo la entiendo... la entiendo perfectamente.
- 16 Ana: Solo sería por, no sé... por unos cuantos días, una semana, dos máximo
17 mientras me recupero completamente y miro a ver que es lo que voy a
18 hacer con mi vida, si?

19 Pi: ¡Cuenta con eso!!

Ana M^a emite los enunciados 7,10,11,12,13,14,16,17,18 con una intención diferente a lo que dice el contenido proposicional. Ana M^a se aprovecha de la bondad y amabilidad que le brinda Pilar al verla golpeada y con moretones en su rostro debido a la golpiza que le dio su esposo Armando. La intención de Ana M^a es quedarse más tiempo del propone a Pilar con el propósito de estar más cerca de Antonio. Haciendo uso del llanto Ana M^a trata de tomar ventaja de la situación inspirando pesar, compasión y lástima por parte de Pilar; quiere seguir siendo la amante de Antonio y estar en su propia casa.

Es claro que los enunciados que emite Ana M^a tienen una fuerza ilocutiva diferente al contenido proposicional. Pilar no sospecha en lo más mínimo que su mejor amiga es la amante de su esposo por la confianza que ha depositado en ella.

Ana María quebranta la máxima de calidad porque no es lo suficientemente sincera con Pilar. También quebranta la máxima de cantidad porque brinda menos información de la requerida por Pilar.

La posición de Ana María, amante del esposo de Pilar, le hace creer que ella tiene más poder y autoridad sobre Pilar. Ana M^a cree que Pilar es una tonta porque nunca ha sospechado de ella. Dado que la distancia entre ellas es tan poca, por su relación de “mejores amigas”, le hace sentir a Ana M^a que puede seguir su juego sin ningún temor.

En esta conversación el hablante usa la mentira con deseo e intención de engañar al oyente.

Personajes: Armando y Marlene, su madre.

- 1 Ar: ¿Los niños?
 2 Mar: ¡Regular! Yo los veo muy confundidos y asustados...no tiene caso
 3 seguirles diciendo mentiras...es lo que más los confunde...
 4 Ar: ¿Decirles la verdad mamá?????..
 5 Mar: Explicarles y pedirles perdón por lo que hizo!

Armando no quiere contarle la verdad a sus hijos. La verdad es que él golpeó a su esposa Ana M^a hasta el punto de casi matarla. Por su puesto lo que él quiere es preservar su propia imagen positiva, pero los niños a causa de la mentira recurrente, ya están confundidos. Aunque no se habla mucho del significado del silencio en interacciones verbales, aquí se ve claramente que al ocultar información se está mintiendo. Armando sabe que decirle la verdad a sus hijos atentaría en gran manera con su imagen, situación que él quiere evitar. Esto deja ver que al quebrantar la máxima de cantidad se infringe la máxima de calidad, es decir que al no brindar la suficiente información, Armando no está siendo completamente sincero con sus hijos.

En esta conversación el hablante usa la mentira con deseo e intención de proteger al oyente. Armando tiene miedo de que sus hijos sepan que él fue quien golpeó a su esposa, por lo cual está hospitalizada; de igual manera teme que sus hijos cambien la impresión que tienen de él y lleguen a odiarlo por lo ocurrido.

Conversación # 12

Personajes: Antonio y Raúl (repcionista del hotel en el que se hospedaba Ana M^a y en el que se veía con su amante Antonio).

- 1 Ant: Quiubo Raúl, ¿cómo le va?
- 2 Ra: Ah...Don Antonio, menos mal que aparece...
- 3 Ant: ¿Tiene tiempo?
- 4 Ra: Todo el del mundo.
- 5 Ant: ¿Por qué no le dijo a mi hermano que yo era el tipo que venía a ver a
- 6 Ana M^a?
- 7 Ra: Ah, pues porque yo quería saber usted que me iba a decir...es más, lo
- 8 estaba esperando... (pausa corta)
- 9 Ant: Mi hermano no se puede enterar de esto nunca!!! Él nunca debe saber
- 10 la verdad. ¿Me entiende?
- 11 Ra: Don Antonio...piense bien lo que me está diciendo!! Su hermano me
- 12 prometió esta vida y la otra. Me dijo que le dijera la cifra que yo
- 13 quisiera.
- 14 Ant: Yo le puedo ofrecer más...
- 15 Ra: ¿Seguro??? Porque a su hermano lo vi inocente de todo. A ese señor no
- 16 se le pasa por la cabeza que usted sea el.... Bueno el amigo de Doña
- 17 Ana M^a.
- 18 Ant: Eso a usted no le importa Raúl. Mire (lo toma por la parte de atrás de
- 19 su cuello, como abrazándolo) le voy a dejar una cosa clara.... Yo le voy
- 20 a pagar muy bien porque se quede callado... ¿me entiende??
- 21 Ra: De todas maneras me gustaría escuchar la oferta de su hermano.
- 22 Ant: La que sea!!!la suma que sea.... ¡yo me comprometo a pagarle el doble!
- 23 Le aconsejo una cosa...no me confiaría mucho de Armando. Él está

24 desesperado, le puede llenar la cabeza de promesas y no cumplirle
25 ninguna.

En esta conversación se evidencia la mentira porque los interlocutores saben y creen que lo dicho por ellos es falso, pero se proponen negociar para proteger la imagen positiva de ambos, aparentemente. El interés primordial de Antonio es proteger su propia imagen positiva frente a su hermano Armando, porque si éste se llega a enterar es capaz de matarlo por ser el amante de su esposa. En esta interacción se respetan la cortesía verbal y el principio de cooperación propuestos por Brown y Levinson. Antonio dice lo que Raúl quiere escuchar, sin él mismo saber si lo podrá llevar a cabo. Antonio le promete más dinero a Raúl del que Armando le puede dar y, por eso, Antonio afecta de cierta manera la imagen negativa de Raúl en el sentido de que le impone no decir que él sabe que Antonio es el amante de Ana M^a. Antonio quiere proteger su propia imagen positiva y está dispuesto a ofrecer todo el dinero que sea necesario para evitar que Raúl diga la verdad. Éste por su parte toma ventaja de la situación y supedita el decir la verdad a quién le ofrezca más dinero.

Aunque pareciera que Antonio tiene poder sobre Raúl, es todo lo contrario. Raúl termina teniendo más poder sobre Antonio, ya que éste sabe la verdad y es el único que puede decir la verdad o callarla porque es testigo de la relación entre Antonio y Ana M^a.

En esta conversación el hablante usa la mentira con deseo e intención de engañar al oyente y de protegerse a sí mismo.

Conversación # 13

Personajes: Ernesto (primo de Manuel y de Tito), Manuel, Oscar (hijo de Manuel).

- 1 O: Papá, yo tuve que contarles toda la verdad a mi mamá y a mis
 2 hermanas.
 3 M: ¿Por qué lo hizo, Oscar? Ellas no tenían porque enterarse de nada de
 4 este lío.
 5 O: Es que eso ya no es posible, papá.
 6 M: ¿Y usted cree que ahora van a estar más tranquilas?????....
 7 O: Por lo menos ya saben que algo está pasando, papá.
 8 M: (da un golpe con su puño sobre el escritorio y se pone de pie).
 9 M: Oscar, ¡grávese esto en la cabeza porque yo no quiero que se le olvide
 10 jamás!!!: ¡Yo decido qué se dice y qué se calla en esta casa... Yo y nadie
 11 más que yo!!! No me gusta que aparezca gente con iniciativa para
 12 desobedecer mis órdenes. ¡No lo tolero!! ¿Le quedó claro??
 13 O: (Oscar mueve su cabeza afirmando)
 14 M: (repite en tono fuerte, casi gritando) ¿Le quedó claro??
 15 O: Sí, señor.

A través de esta conversación se ve marcada la relación de poder entre padre e hijo. Manuel, haciendo uso de su autoridad, decide qué se cuenta y qué se calla. Frecuentemente el hombre le oculta información a la mujer con la intención de proteger su propia imagen. La persona que más tiene poder en una relación es la que se siente con la autoridad de mentir, engañar y esconder información. La máxima de cantidad se quebranta ocultando información, porque no se le

proporciona al oyente la cantidad de información suficiente; y, por ende, se quebranta la máxima de calidad, ya que al ocultar información no hay sinceridad.

En esta conversación el hablante usa la mentira con deseo e intención de proteger a sí mismo.

Capítulo siete

Conclusiones

Esta investigación se ha hecho como análisis pragmalingüístico en interacciones verbales teniendo en cuenta los aportes de Haverkate en cuanto a la cortesía verbal del idioma español, los aportes de Brown y Levinson en cuanto al concepto de imagen, y los aportes de Grice en cuanto a las máximas conversacionales y el principio de cooperación.

De igual manera se explica y analiza el contexto social, ideológico, cultural, histórico, lingüístico y moral en que se presenta la mentira dentro la sociedad colombiana, y las implicaciones y efectos que la mentira ha dejado en el pensamiento y comportamiento de los colombianos teniendo en cuenta las investigaciones de Puyana, Fitch y Fuentes y Alcaide.

Ese contexto se refleja claramente en la televisión colombiana y, de manera particular, en la telenovela *La Saga*, la cual es característica por su trama tan cercana a la realidad, por su tono de seriedad y por su originalidad al compararse con las otras telenovelas colombianas.

Este estudio apoya las teorías propuestas por Haverkate, Grice, Brown y Levinson, y el modelo propuesto por Coleman y Kay, en cuanto a que la cortesía verbal no debe ser únicamente vista como un conjunto de normas y leyes de urbanidad en el contexto de la interacción lingüística. Por el contrario, ésta debe ser vista como el comportamiento que asume el hablante frente al oyente para facilitar una interacción, cooperar con su realización armoniosa y así evitar atentar contra las condiciones de felicidad, las cuales hacen que una

conversación sea exitosa. De igual manera, se resalta la relevancia de la cortesía verbal cuando se respeta la imagen positiva del interlocutor, aunque el oyente ignore que lo enunciado por el hablante es una mentira.

Analizar las conversaciones de la telenovela *La Saga* permite concluir que la esencia y propiedades de la mentira yacen principalmente en la intención del hablante de engañar al oyente. La condición de mentira del enunciado está basada en el deseo implícito del hablante de engañar al oyente y no en el enunciado en sí. De esta manera se comprueba que una mentira, como acto de habla asertivo, tiene más de una fuerza ilocutiva no percibida por el oyente porque el hablante se expresa de manera que le inspira confianza al oyente para que éste último crea la mentira.

Lo anterior permite afirmar que a mayor confianza del oyente hacia el hablante, mayor facilidad de hacer uso de la mentira por parte del hablante. El grado de confianza muchas veces se da por las relaciones de poder y distancia existentes entre el hablante y el oyente. Entre más cercanos sean, más se quiere preservar la imagen positiva del oyente. En una situación inesperada aparece la mentira para evitar un altercado, discusión o enfrentamiento.

Por otro lado, se puede concluir que usar una mentira le representa al hablante menor costo que omitirla, beneficiando de esta manera su imagen, la conversación y la relación entre los interlocutores. Muchas personas prefieren evitar tener que asumir el costo que les representa decir la verdad y escogen usar lo que menos les cuesta porque los beneficia en gran manera, por lo menos temporalmente.

En relación a la teoría de coste-beneficio de Haverkate, en este estudio se presentan las siguientes situaciones identificadas en la telenovela: (I) aunque le cuesta al hablante decir una mentira, por el beneficio que le representa hacerlo prefiere asumir ese costo; (II) al hablante no le cuesta mentir y lo hace porque lo beneficia. Esto deja ver que en la mayoría de los casos, el hablante miente porque está cuidando más su imagen positiva que la del oyente.

Cuando el hablante decide usar la mentira está siendo descortés porque, aunque no esté afectando la imagen pública positiva del oyente en ese momento, si está afectando su imagen positiva futura y, por ende, está afectando la suya propia. Cuando el hablante utiliza la mentira toma un riesgo ya que muchas veces la verdad se termina conociendo.

La mentira refuerza la imagen positiva del oyente amenazando al mismo tiempo la del hablante, pero el oyente desconoce esa amenaza. Se han presentado casos en que la mentira se emite para mantener el balance o equilibrio en la relación hablante-oyente. De forma concluyente podría decirse que el hablante quiere preservar más su imagen que la del oyente.

Esto hace referencia 'al qué dirán' que está tan presente en la cultura colombiana. Pareciera que la mayoría de las personas están más preocupadas y demasiado conscientes de cómo quieren ser vistos por los demás. Por esta razón se lleva una vida de apariencia frente a los demás pero en su intimidad, en la vida personal sucede lo contrario; situación que forma parte de la cultura de mentir de algunos colombianos, lo cual se ve reflejado en la telenovela *La Saga*.

Las esposas de los delincuentes en la telenovela saben parte de lo que sus esposos hacen, pero aún así deciden callar porque les conviene mantener una vida de apariencias, de lujos, de vivir en los mejores lugares, en las casas ostentosas, aún sabiendo que esos bienes son comprados con dineros obtenidos de manera ilegal. Aunque al principio ellas ignoran la verdad, después de saberla no hacen nada por cambiar las circunstancias debido al dominio, el control y el machismo que los hombres ejercen sobre ellas.

De acuerdo con Fuentes y Alcaide, la violencia es la que causa un acto de habla ilocutivo que puede afectar la imagen pública positiva del interlocutor. Como ejemplos están los insultos, la ridiculización, el empequeñecimiento y la usurpación de la palabra. Se podría decir que la mentira, usada con el propósito de engañar al interlocutor, es un acto de habla que atenta contra la dignidad de la persona.

En la telenovela *La Saga* se observa que hay un elemento muy marcado de violencia y agresividad que se activa especialmente cuando las personas con poder, dominio y control, como en el caso de los esposos delincuentes sobre sus esposas, al sentir que están perdiendo su autoridad y poder, se vuelven más agresivos y violentos y hacen mayor uso de la mentira para mantener la debilitada imagen positiva que aún tienen frente a sus esposas e hijos.

Debido al poder, el hombre se cree con la autoridad de tratar y hablarle a la mujer como desee, ocultarle información, mentirle cuando lo considere necesario; no hace esto por cuidar la imagen pública positiva de la mujer, sino para preservar su propia imagen o alimentar su ego masculino, reafirmando con ello su posición exclusiva de mando, la cual se acentúa si es solamente él quien trabaja y aporta el

dinero para las necesidades de la familia. Esto hace que la mujer se sienta en desventaja y se someta a su esposo sin opción alguna.

Fuentes y Alcaide también encontraron en su estudio que la violencia y la agresividad se pueden manifestar a través de no mencionar lo ocurrido, es decir ocultar la información o mentir por omisión. Se observa en la telenovela cómo el hablante pone en evidencia las palabras del interlocutor, atacando su imagen, relativizando o negando el valor de las pruebas aportadas; es el caso de Ana María con su esposo Armando, quien le infiel con Antonio y al ser cuestionada sobre dónde había estado, ella adopta una posición defensiva y agresiva, negando sus actos.

Otra manifestación de violencia y agresividad es el hecho de que el hablante asegure desconocer la realidad de la que se habla. Así lo hace Antonio con su esposa Pilar: Pilar sospecha que su amiga Ana M^a tiene un amante pero ignora que es su esposo Antonio; Antonio niega esa información aseverando que eso sería una locura.

Teniendo en cuenta las investigaciones sobre la influencia de la televisión en la cultura colombiana, las cuales se mencionaron en la revisión de la literatura, se puede concluir que los televidentes son expuestos a la realidad social, la cual tiene un impacto fuerte y puede llegar a afectar no solo el pensamiento y el comportamiento de los colombianos, sino también el uso que le dan al lenguaje.

Un elemento que se observa frecuentemente en las telenovelas colombianas es la mentira. Para poder entender el origen, causas y consecuencias de la presencia de la mentira, es necesario entender la cultura colombiana como un todo. La investigación de Puyana permite ubicar a la mentira dentro de una serie de

problemáticas que han sido parte del diario vivir de algunos colombianos, para quienes es normal hacer uso de las mentiras en sus interacciones verbales.

Las conversaciones tomadas de la telenovela *La Saga* permiten concluir que más que una estrategia de cortesía verbal por parte del oyente hacia el hablante, las mentiras observadas y analizadas reflejan una clara intención de engaño entre los interlocutores.

La investigación de Fuentes y Alcaide también provee un contexto que explica la fuerte influencia de la televisión en la forma de hablar y de actuar de los colombianos. La violencia, la descortesía y la agresividad verbal observadas en la televisión permiten explicar el uso que hacen los hablantes de los recursos engañosos, en los cuales el contenido proposicional de sus actos de habla no coincide con la fuerza ilocutiva del hablante.

La investigación de Fuentes y Alcaide junto al análisis de las conversaciones realizado en esta tesis, permiten concluir que una forma de violencia y agresividad pasiva por parte de un hablante hacia un oyente es ocultar información. Al omitir información se está mintiendo; el hablante pone en duda y ridiculiza, de cierta manera, la imagen positiva del oyente, negándole el derecho a saber la verdad o de conocer toda la información.

Con base en lo anterior también se puede concluir que teniendo en cuenta las relaciones de poder y distancia entre los interlocutores y, debido a la forma en que la mujer es vista en una sociedad machista, el hombre se auto otorga el poder y la autoridad de mentirle a la mujer. Esto se observó en las conversaciones

seleccionadas; el hombre manifiesta su poder sobre la mujer mintiéndole, engañándola y ocultándole información.

Este estudio concluye que la mentira es un acto de habla asertivo, como lo afirma Mehibauer. De igual forma se concluye que la mentira es un acto de habla con más de una fuerza ilocutiva, las cuales no coinciden con el contenido proposicional, como lo afirma Genova. Esto quiere decir que el hablante puede tener más de una intención en el enunciado emitido y, por lo tanto, puede darse más de una interpretación.

Teniendo en cuenta lo que afirma Genova, se puede concluir que la esencia de la mentira yace en la actitud malintencionada del hablante. La intención de engañar al oyente es la causa de la mentira del hablante.

Teniendo en cuenta los aportes de Brown y Levinson, se puede concluir que la cortesía es parte fundamental de la interacción social y verbal, en donde siempre los interlocutores están cuidando su imagen, especialmente la positiva. De igual manera, se usa la cortesía verbal para evitar conflictos, situación que no siempre se presenta. El uso de la mentira aparentemente indica cortesía y cooperación con el fluir de la conversación, lo cual es temporal porque cuando el oyente conoce la verdad (pueden pasar días, meses o años) se da cuenta que el hablante no fue tan cortés y cooperativo como se creía.

Aunque Brown y Levinson aseguran que en la mayoría de los actos de habla hay enunciados que amenazan la imagen de los interlocutores y que el objetivo de la cortesía es redireccionar esas amenazas, después de analizar las conversaciones se concluye que esa redirección es temporal, es una solución momentánea. De igual

manera es momentáneo el cuidar la imagen positiva entre interlocutores porque con la esencia de una mentira se ofende la imagen del otro, no se protege ni se conserva.

Por otro lado, teniendo en cuenta la cita de Hernández Flores en la tesis de Slowik que afirma que a mayor confianza hay más cercanía y sinceridad entre interlocutores. Tomando como base el análisis de las conversaciones de la telenovela *La Saga* se concluye que, aunque haya cercanía, no se garantiza la confianza. Es el caso de las parejas de casados que aunque están cerca no hay confianza entre ellos, razón por la cual se mienten recíprocamente. Si hubiera confianza entre estas parejas se expresarían libremente y sin reservas.

Después de transcribir y analizar las conversaciones de la telenovela *La Saga*, se concluye que no siempre la proximidad facilita la confianza entre los interlocutores. De igual manera, el hecho que el oyente respete al hablante no garantiza que haya confianza mutua. Por otro lado, la posición de poder del hablante sobre el oyente lo hace menos solidario y por eso miente. Al mismo tiempo, sin importar si el contexto es formal o informal, privado o público, la mentira se da en todos por igual.

Después de considerar el modelo propuesto por Coleman y Kay, con relación a la identidad de la mentira, se concluye que el elemento más importante es el deseo del hablante de querer engañar al oyente, y no el emitir un enunciado falso ni el hecho de que el hablante crea que es falso.

Por otro lado, lo propuesto por Grice, en cuanto al tema de las implicaturas, se corrobora en este estudio: un enunciado no sólo consiste en lo que es dicho, sino

también en lo que es implicado. Es decir que el enunciado que emite el hablante dice más que lo que se comunica con el contenido proposicional.

Contrario a la afirmación de Mehibauer acerca de la mentira como una aserción insincera que no tiene una fuerza ilocutiva, en este estudio se concluye que la mentira es un acto asertivo con más de una fuerza ilocutiva, donde el acto locutivo no coincide con la fuerza ilocutiva.

Con este estudio se puede afirmar que la mentira no es una acción cooperativa porque el hablante quebranta la máxima de calidad y algunas veces la de cantidad (máximas propuestas por Grice). Cuando se quebranta la máxima de calidad también se quebranta el principio de cooperación y, por ende, las condiciones de felicidad en una interacción verbal.

En este estudio se corrobora la afirmación de Mecke al señalar que con la mentira se quebranta el principio moral y ético propuesto en la Biblia; por eso, una mentira, cualquiera que sea, le hace daño a la humanidad porque desencadena el uso de ellas una tras otra. Esta situación se observa clara y repetidamente en el desarrollo de la telenovela *La Saga*, dado que la mentira es la causa de una serie de maldiciones, tragedias y muertes que pasan de generación a generación.

Esta tesis tiene la funcionalidad de mostrarle al lector la presencia de la cultura de la mentira en la televisión y, de manera particular, en las telenovelas colombianas. A la par, se quiere crear consciencia en las personas para que la comunicación cada vez sea más sincera y haya mayor entendimiento entre las personas y así evitar conflictos.

Finalmente es necesario mencionar que esta investigación se puede continuar en el futuro haciendo énfasis en la importancia de la comunicación no verbal en el momento en que un hablante decide mentir a su interlocutor. Muchas veces en una interacción verbal no son las palabras sino los gestos, los silencios, los movimientos de los ojos, de las manos, entre otros, los que dejan ver que el hablante está mintiendo, ya sea porque no está seguro de lo que está diciendo, porque quiere proteger la imagen del oyente, o porque simplemente quiere engañar al oyente.

De igual manera, se puede continuar esta investigación haciendo un estudio comparativo entre varias telenovelas latinoamericanas con el fin de encontrar diferencias y similitudes en cuanto a la cultura de la mentira presente en ciertos aspectos en la televisión hispana. Esto quiere decir que la telenovela es parte importante del diario vivir de las personas de países como Venezuela, México y Colombia, considerados los mayores exportadores de telenovelas a nivel de latino américa y a nivel mundial. Lo anterior permite concluir que por medio de una telenovela un país puede llegar a conocer aspectos representativos de la cultura de otro país que lo hacen diferente de los demás.

Bibliografía

- Alzate, M. V. & Deslauriers, J.P. & Gómez, M. A. (2010). *Cómo hacer tesis de maestría y doctorado*. Bogotá: Colombia: Ecoe ediciones.
- American Psychological Association. Publication Manual. Sixth edition. 2010. Washington, DC.
- Austin, J. L. (1962). *How to do Things with Words*. The British Commonwealth: Oxford University Press.
- Bergeron, A. & Laforest, M. & Vincent, D. (2007). Lies, rebukes and social norms: on the unspeakable in interactions with health-care professionals. *Discourse Studies*, 9, 226-245. Retrieved from <http://dis.sagepub.com/content/9/2/226>
- Brenes, E. (2007). Estrategias descorteses y agresivas en la figura del tertuliano televisivo: trasgresión o norma?. *Linred. Lingüística en la red*. 1-19. Retrieved from http://www.linred.es/articulos_pdf/LR_articulo_22062007.pdf
- Brown, G., & Yule, G. (1983a). *Discourse Analysis*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Brown, P., y Levinson, S., (1978). Universals in language usage: Politeness phenomena, en *Questions and politeness : Strategies in social interaction*, ed., E. Goody, Cambridge, Cambridge University Press, 56-290.
- , (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Catalán, M. (2005). Antropología de la mentira. *Reseñas ciencia y cultura*. 1-3. Retrieved from <http://www.ucm.es/info/especulo/numero32/antmenti.html>

- Cervantes, A. C. (2005). La Telenovela Colombiana: Un relato que reivindicó las identidades marginadas. *Investigación y Desarrollo*, 13, 280-295. Retrieved from <http://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=telenovela+colombiana:+un+relato&ie=UTF-8&oe=UTF-8>
- Cisneros, M. & Olave, G. & Rojas, I. (2009). El Lenguaje de la Telenovela en la Conducta Lingüística de Televidentes Jóvenes: Un estudio de caso. *Perspectivas de la comunicación*, 2,7-17. Retrieved from http://www.perspectivasdelacomunicacion.cl/revista_2_2009/01texto.pdf
- Clark, H. (1996). *Using language*. Great Britain: Cambridge University Press.
- Coleman, L. (2002). True lies: collusion, evasion, and the assignment of responsibility in cases of misrepresentations. *Cultures of lying*,(2007), 47-68.
- Contreras, J. (2005). *El uso de la cortesía y las sobreposiciones en las conversaciones. Un análisis contrastivo alemán-español* (Doctoral dissertation, Universidad de Valencia, España). Retrieved from <http://tdx.cat/bitstream/handle/10803/9785/contreras.pdf?sequence=1>
- Correa, N. & Mancera, J. (2009). *La práctica del piropo en los trabajadores de la construcción que laboran en la ciudad de Bogotá* (Master's thesis, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia. Retrieved from <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis261.pdf>
- Czerwionka, L. A. (2010). *Mitigation in Spanish Discourse: Social and cognitive motivations, linguistic analyses, and effects on interaction and interlocutors* (Doctoral dissertation). University of Texas, Austin.

De la Fuente, M. A. *Los títulos y las leyes de la cortesía*

verbal. Retrieved from

<http://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=los+t%C3%ADtulos+y+las+leyes+de+la+cortes%C3%ADa+verbal&ie=UTF-8&oe=UTF-8>

Dornyei, Z. (2007). *Research Methods in Applied Linguistics*. Oxford University press.

Eelen, G. (2001). *A critique of politeness theories (encounters volume 1)*.

Manchester United Kingdom: St. Jerome Publishing.

Fairclough, N. (2003). *Analyzing discourse: Textual analysis for social research*. New

York, NY: Routledge.

Fasold, R. (1990). *Sociolinguistics of Language*. Great Britain: Blackwell Publishers.

Fitch, K.L. (1998). *Speaking Relationally: Culture, Communication, and Interpersonal*

Connection. New York, NY: The Gilford Press.

Fuentes, C. & Alcaide, E. (2008). *(Des)cortesía, agresividad y violencia verbal en la*

sociedad actual [DX Reader version]. Retrieved from

<http://dspace.unia.es/bitstream/10334/129/1/003descortesia.pdf>

Gallardo, B. (1994). *Conversación y conversación cotidiana: sobre una confusión de*

niveles. *Pragmalingüística*, 2, 151-194. Retrieved from

<http://www.uv.es/pauls/ConvYConvCot.pdf>

Gallardo, B. (2003, July). *El diálogo entre personas*. Paper presented at el Seminario

de Industrias de la Lengua, Soria, Valencia, España. Retrieved from

<http://www.uv.es/pauls/Unidades%20convers.pdf>

Garcés-Conejos B., P., Bou-Franch, P & Lorenzo-Dus, N. (2010). *A genre-approach to*

impoliteness in a Spanish TV talk show: Evidence from corpus-based

- analysis, questionnaires and focus groups. *Intercultural Pragmatics*, 7-4, 689–723.
- Genova, D. (2001). Deceiving as a Speech Act. *Supostavitelno ezikoznanie*, 26, 3, 5-14.
- Grande, F. J. (2005). La Cortesía verbal como reguladora de las interacciones verbales. *Actas del XVI Congreso Internacional de Ásele*, 332-342. Retrieved from http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/16/16_0330.pdf
- Grande, F. J. (2010). Usos metadiscursivos de las formas exhortativas no digamos, digamos y que digamos. *Onomázein*, 21, 97-131. Retrieved from <http://www.onomazein.net/21/04-GRANDE.pdf>
- Grice, H.P. (1975). Logic and conversation. In Peter Cole & J.L. Morgan (Eds.), *Syntax and Semantics* 3.41-58. New York, NY: Academic Press.
- Grice, H.P. (1989). *Studies in the Way of Words*. Cambridge: Harvard University Press.
- Hardin, K. J. (2010). The Spanish notion of lie: Revisiting Coleman and Kay. *Journal of Pragmatics*. 3199-3213.
- Haverkate, H. (1994). *La Cortesía Verbal: Estudio Paralingüístico*. Madrid: Gredos.
- Kaul de Marlangeon, S. B. (1992). *La fuerza de cortesía-descortesía y sus estrategias en el discurso tanguero de la década del '20* (Specialization thesis, Universidad Nacional de Río Cuarto, Córdoba, Argentina). Retrieved from <http://www.edice.org/descargas/SKaul.pdf>
- Levinson, S.C. (1983). *Pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Locher, M. (2006). Polite behavior within relational work: The discursive approach

to politeness. *Multilingua*, 25, 249-267.

Londoño, D. A. (2010). Una aproximación a la cortesía verbal en el cortejo: situación en Antioquia (Colombia). *Revista Virtual Universidad católica del Norte*, 29,1
21.Retrieved from
<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/1942/194214466009.pdf>

Márquez, R. (2005). *Spanish Pragmatics*. New York, NY: Palgrave macmillan.

Mecke, J. (2007). *Cultures of lying: Theories and practice of lying in society, literature, and film*. India. Biblia Impex Pvt Ltd.

Medina, Francisca. *Tratamientos nominales y cortesía en la novela Peñas arriba de José María de Pereda*. Retrieved from
<http://www.llf.uam.es/clg8/actas/pdf/paperCLG76.pdf>

Modern language association of America. *MLA handbook for writers of research papers*. Seventh edition. New York, 2010. Print.

Pérez Hernández, L., Ruiz de Mendoza, F. 2002. 'Grounding, semantic motivation, and conceptual interaction in indirect directive speech acts'. *Journal of Pragmatics*, 34,259-284.

Puyana, G. (2010). *¿Cómo somos? Los Colombianos: Reflexiones sobre nuestra idiosincrasia y cultura*. Colombia: Panamericana Editorial.

Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española*. (22nd ed.). Madrid, Spain: Author.

Rapley, T. (2007). *Doing conversation, discourse and document analysis*. Thousand Oaks: CA: Sage.

Rigatuso, E. (2004). *Actas del III coloquio nacional de investigadores en estudios del*

discurso. Retrieved from

<http://www.fl.unc.edu.ar/aledar/hosted/3ercoloquio/321.pdf>

Searle, J. R. (1969). *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. Great Britain: The University Printing House, Cambridge.

Searle, J. R. (1975). Indirect Speech Acts. In P. Cole & J. L. Morgan (Eds.), *Syntax and Semantics 3:Speech Acts* (pp.59-82). New York: Academic Press.

Silva-Corvalán, C. (2001). *Sociolingüística y pragmática del Español*. Washington, D.C.: Georgetown University Press.

Slowik, M. (2009). *La cortesía verbal en lenguas checa y española: estudio pragmalingüístico contrastivo* (Doctoral dissertation, Universidad de Masarik). Retrieved from

<http://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=la+cortes%C3%ADa+verbal+en+lenguas+checa+y+espa%C3%B1ola&ie=UTF-8&oe=UTF-8>

Van Dijk, T. A. Blum-kulka, S. (1997). *Discourse Pragmatics. Discourse as social interaction*. California: Sage publications.

Vidal, A. de D. (1994). La Cortesía en las Peticiones. *Asele. Actas IV*. Universidad Complutense de Madrid. 413-425. Retrieved from http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/04/04_0413.pdf

Yule, G. (1996). *Pragmatics*. New York, NY: Oxford University Press.

Weinrich, H. (2005). *The Linguistics of Lying*. Seattle, WA: University of Washington Press.

Woodfield, H. (2010). What lies beneath?: Verbal report in interlanguage requests in

English. Multilingual, 29, 1-27. Retrieved from

<http://www.deepdyve.com/lp/de-gruyter/what-lies-beneath-verbal-report-in-interlanguage-requests-in-english-FAMYkZwyZ2>