

ANÁLISIS CONTRASTIVO DE LA INVITACIÓN EN ESPAÑOL Y EN CHINO

CONTRASTIVE ANALYSIS OF THE INVITATION IN SPANISH AND CHINESE

Wenying Liu

Universidad de Córdoba

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo hacer un análisis contrastivo del acto de habla de invitación en español y en chino, basándose en la pragmática intercultural. Concretamente, indagamos tanto las diferentes estrategias que emplean los hablantes nativos españoles y chinos cuando realizan el acto de habla de invitación como los factores socioculturales subyacentes. Como resultado del análisis, se observan diferencias notables en el uso de los marcadores de apertura, los actos nucleares, las modificaciones internas, los movimientos de apoyo y la insistencia en invitación en ambas comunidades. En líneas generales, podemos concluir que los hablantes nativos de español son más sensibles al parámetro de la distancia relacional, en tanto que los hablantes nativos de chino son más susceptibles al parámetro de poder social.

PALABRAS CLAVE: acto de habla de la invitación; pragmática intercultural; cortesía valorizadora; cortesía jerárquica; DCT; variables sociales.

Abstract

The present work aims to conduct a contrastive analysis of the speech act of invitation in Spanish and Chinese, based on intercultural pragmatics. Specifically, we investigate both the different strategies employed by native Spanish and Chinese speakers when performing the speech act of invitation and the underlying sociocultural factors. As a result of the analysis, notable differences are observed in the use of opening markers, core speech acts, internal modifications, supportive moves, and insistence in invitations in both communities. In general terms, we can conclude that native Spanish speakers are more sensitive to the parameter of relational distance, while native Chinese speakers are more susceptible to the parameter of social power.

KEY WORDS: invitation speech act; intercultural pragmatics; valuing courtesy; hierarchical courtesy; DCT; social variables.

1 INTRODUCCIÓN

Con el desarrollo de la globalización mundial, la pragmática intercultural ha llamado la atención de muchos investigadores, especialmente en el ámbito de enseñanza de lenguas extranjeras. En esta línea de investigación, se destacan los trabajos sobre los actos de habla y la cortesía verbal reflejada en cada comunidad cultural, pues su desconocimiento puede entorpecer el desarrollo de una comunicación fluida con los hablantes nativos (Blum-Kulka, 1987, 1989; Matsumoto, 1988, 2003; Gu, 1990; Wierzbicka, 1991, 1996; Haverkate, 1994; Mao, 1994; Escandell, 1996; Orecchioni, 2003; Bravo, 2004). En este trabajo nos ocupamos del estudio contrastivo de un acto de habla especialmente vinculado con las operaciones de gestión de la imagen social en dos culturas cuya concepción de la cortesía e imagen social difiere notablemente. Nos referimos, en concreto, al acto de habla de la invitación en español y chino.

Según muchos investigadores españoles, España se adscribe a la cortesía valorizadora, en la que se destacan la cercanía, la autonomía, la confianza y la igualdad (Haverkate, 1994; Hernández Flores, 2001; Bravo, 2004; Barros, 2011). Mientras tanto, en la cultura china, prevalece la cortesía jerárquica, que subraya la diferencia de estatus social y el respeto hacia aquellos que ocupan posiciones superiores (Scollon y Scollon, 2001; Kádár, 2011).

La invitación constituye una parte crucial de la comunicación intercultural, y comprender cómo se maneja en diferentes culturas es fundamental para evitar malentendidos y promover una comunicación efectiva. Diferentes investigaciones empíricas al respecto nos proporcionan un conocimiento más profundo y detallado sobre los patrones específicos de invitación en diversos contextos y cómo son influenciados por distintos factores socioculturales (Gu, 1990; Wolfson, 1990; García, 1992, 2008; Ruiz de Zarobe, 2004; Eslami, 2005; Félix-Brasdefer, 2008; Bella, 2009, 2011; Barros García, 2011; Drew, 2018; Margutti *et alii.*, 2018; Yu y Wu, 2018). Sin embargo, los estudios contrastivos de la invitación en chino y español, desde la perspectiva de la cortesía verbal y las premisas culturales, son limitados hasta el momento.

Nuestro principal objetivo consiste en explorar y comparar las estrategias de invitación que utilizan los hablantes nativos de español (HNE) y los hablantes nativos de chino (HNC), teniendo en cuenta el carácter idiosincrásico y el ethos cultural de cada comunidad. Asimismo, también nos centramos en indagar la influencia que ejercen las variables sociales en la producción de las estrategias concretas de invitación. Para llevar a cabo esto, analizaremos los datos proporcionados por un test para completar el discurso (DCT), metodología diseñada originariamente por Blum-Kulka y Olshtain (1984) para contrastar los patrones de la realización de las peticiones y las disculpas entre los hablantes nativos y no nativos. La eficacia de esta metodología como instrumento de análisis contrastivo de los actos de habla ha sido ampliamente constatada (Blum-Kulka, House y Kasper, 1989; Beebe, Takahashi y Uliss-Weltz, 1990; Gass y Houck, 1999; Díaz Pérez, 2001; Choi, 2008; Beebe y Cummings, 2009; Binti, 2013).

En nuestro trabajo, definimos primero el acto de habla de la invitación y analizamos su relación con la cortesía verbal en cada cultura (apartados 2.1 y 2.2, respectivamente). Tras ello, se procede a la clasificación de las estrategias del acto de habla de la invitación (2.3). A continuación, se describe el objeto de estudio y los métodos de investigación (apartado 3), y se expone el análisis comparativo de las encuestas recibidas, contrastándose las similitudes y las divergencias en el acto de habla de la invitación e identificándose las razones subyacentes que generan tales diferencias (apartado 4). Por último, se resumen las principales conclusiones obtenidas en el apartado 5.

2 EL ACTO DE HABLA DE LA INVITACIÓN

2.1 Definición y caracterización de la invitación

El verbo “invitar”, procedente del latín INVITĀRE, se define en el *Diccionario de la lengua española* (RAE, 2001) como «1. tr. Llamar a alguien para un convite o para asistir a algún acto. 2. tr. Pagar el gasto que haga o haya hecho otra persona, por gentileza hacia ella». Partiendo de la taxonomía de los actos de habla, las invitaciones ostentan características complejas e híbridas (Hancher, 1979; Bella, 2009). Por un lado, Searle (1976: 11) y Vanderveken (1988) las clasifican como acto directivo, dado que cuando una persona invita a otra está intentando que el receptor realice una acción. Haverkate (1994), en cambio, las clasifica como comisivas, dado que, al emitir la invitación, el invitador se ve comprometido en una acción futura. Como explica Eslami (2005:455), «in issuing an invitation the speaker makes a commitment to provide a course of action that is beneficial for the hearer».

Esta falta de consenso se repite si nos fijamos en el efecto social producido por este acto de habla. En un primer momento, Brown y Levinson (1987) lo consideran como un tipo de acto de habla amenazante, ya que interfiere en la libertad de acción del interlocutor. No obstante, Leech (1983: 105) lo califica como acto convivencial, que sirve para fortalecer las relaciones interpersonales en la sociedad. En esta misma línea, Gu (1990: 253) afirma que, aunque la invitación pone en peligro la imagen positiva del que invita en el sentido de que el rechazo del invitado puede debilitar el deseo de ser aprobado y apreciado del invitador, se trata de un acto intrínsecamente cortés en vista de su función de realzar la imagen social de ambas partes. Además, las invitaciones contienen una naturaleza particularmente interesante, ya que, junto a la potencial imposición, expresan a la vez «approval and liking of the interlocutor» (García, 1999: 401).

No obstante, y según se ha anunciado, la realización de cada acto de habla siempre constituye una manifestación concreta de las premisas socioculturales de cada comunidad. En consecuencia, nuestro análisis de la invitación exige que analicemos primero la discrepancia cultural existente entre la comunidad sociocultural española y la comunidad sociocultural china.

2.2 La cortesía verbal española: la invitación

A diferencia de muchos países anglosajones, Hickey (1991: 4) asevera que los españoles son más tolerantes con relación a la intromisión en su privacidad, su espacio o su

autonomía de actuación. Por consiguiente, en la cultura española, la cortesía positiva, que tiene la función de mostrar aprobación, aprecio, y confianza al interlocutor para reforzar los lazos de solidaridad, posee un papel preponderante (Hickey y Vázquez Orta, 1994; Carrasco Santana, 1998, 1999a; Lorenzo-Dus, 2001; Hickey, 2005). Un ejemplo muy elocuente al respecto consiste en la proliferación de expresiones directas en las peticiones, los consejos o las sugerencias en español (Blum-Kulka y House, 1989; Cenoz y Valencia, 1996; Márquez, 1997, 1998). Hernández Flores (2002) resalta la función cortés de los actos destinados a ensalzar la imagen positiva en conversaciones españolas entre familiares y amigos, tales como los ofrecimientos o las invitaciones.

Otro aspecto muy llamativo de la premisa sociocultural española estriba en que España es un país cada vez menos jerárquico. Carrasco Santana (1999:32) postula que la sociedad española tiende «al igualitarismo y a la proximidad, es decir, a minimizar la relación de poder y la distancia social». Esta tendencia se manifiesta en una menor utilización de fórmulas de tratamiento distinguido, en la extensión del tuteo en situaciones en que no existe familiaridad, etc.

En resumen, teniendo en cuenta la diferencia establecida por Haverkate (2004: 56-58) entre culturas de acercamiento y culturas de distanciamiento, podemos considerar que la cultura española pertenece a la de acercamiento, puesto que los españoles no son tan sensibles al entrometimiento del territorio privado y siempre intentan simplificar los usos lingüísticos con el propósito de hacer menos patente la estratificación social. En el mismo sentido, Briz (2010:11) vincula el término acercamiento al concepto de solidaridad o inmediatez comunicativa en la interacción española.

Si nos centramos en el caso que nos ocupa, la verbalización del acto de habla de la invitación, Bravo (2000a, 2000b, 2004) apunta que el ofrecimiento y la invitación forman parte del aspecto de afiliación en la imagen social, una característica muy típica en la cultura española. En la misma línea, Hernández Flores (2003a), en su análisis de un corpus natural entre los familiares españoles, ha demostrado que en España la invitación constituye una prueba de afecto y consideración a los demás. Barros (2011) también clasifica el acto de habla de invitación en España como cortesía valorizadora, el cual muestra una tendencia preferible de los españoles en la expresión cotidiana hacia la solidaridad, la afiliación y la interdependencia. Haverkate (1994: 108) y Colmes (1995: 144) califican la invitación dentro de los actos prototípicos para comunicar cortesía positiva. Kerbrat-Orecchioni (2003) también toma la invitación como una manifestación de cortesía positiva, o sea, FFA (Face-Flattering Act).

2.3 La cortesía verbal china: la invitación

Ante todo, cabe señalar que la teoría de la cortesía verbal desarrollada por Brown y Levinson (1987) no es completamente aplicable al sistema cultural oriental (Matsumoto, 1988; Mao, 1994). En China, la imagen se manifiesta principalmente en dos aspectos distintos pero interrelacionados: *mianzi* y *lian* (Hu, 1944). *Mianzi* alude al reconocimiento de la reputación de una persona basada en su estatus social (incluyendo el éxito profesional, el cargo, la situación económica, el rol en la interacción, etc.); *lian*, sin embargo, se refiere

al carácter moral públicamente atribuido a cada persona. Es decir, en contraposición a “la autoimagen pública” propuesta por Brown y Levinson (1987:61) que se centra en la perspectiva individual de la imagen y los deseos personales, la noción china de *mianzi* no otorga tanta prioridad a los aspectos individuales, sino que se enfoca en los aspectos colectivos o comunitarios. Esta noción de imagen está estrechamente relacionada con los comentarios y juicios de los demás (Cheng, 1986: 331-332; Mao, 1994: 460; Yu, 2003: 1685; Ma, 2008: 210). Por otra parte, las actividades de imagen china también son recíprocas. Dar *mianzi* a los demás equivale a reforzar su propia imagen.

Otra característica notoria de la cortesía verbal china radica en que, de acuerdo con muchos estudiosos tales como Yue (1989), Zhao (1990), Rozman (1991), China ha sido tradicionalmente un país altamente jerárquico. La obediencia a la jerarquía en China data de la tradicional ideología confuciana *Li*, cuyo objetivo principal es mantener la jerarquía, el orden feudal y social o el decoro moral. Aunque actualmente las manifestaciones de jerarquía en la sociedad actual de China no son tan marcadas como en la antigüedad, la conciencia jerárquica sigue arraigadamente reflejada en las comunicaciones interactivas en la sociedad contemporánea (Kádár, 2007). De hecho, la jerarquía tanto del rango oficial como de la edad se manifiesta en el sistema complicado de apelativos de China. En contraste con la popularización del tuteo de los españoles, los chinos somos propensos a usar “usted” en las ocasiones formales o incluso informales para mostrar respeto a los superiores, a los clientes o a los mayores (Zhao, 2021:124). Otra manifestación al respecto es el uso asimétrico de las estrategias corteses (Scollon y Scollon, 2001:55). Más concretamente, las personas en una posición superior son proclives a utilizar estrategias de involucramiento, o sea, cortesía positiva de Brown y Levinson (1987), mientras que las en posición subordinada se inclinan a emplear más estrategias de independencia, es decir, cortesía negativa para mostrar respeto a los superiores.

Por otra parte, Hofstede (1991) evalúa a la sociedad china como colectivista, en la que se destacan la unión y conexión con la familia. Liang (2005:72) subraya que toda la ética china se origina en la familia, y va más allá. La cultura familiar recalca el concepto de ser íntimos como hermanos o familiares. Por ende, resulta más comprensible el tratamiento tan popularizado en relación al parentesco entre personas que no tienen vínculo de parentesco. En síntesis, los chinos tenemos una fuerte tendencia a valorar la familia, el colectivo por encima del individuo y somos más acostumbrados a vivir en una red de contacto permanente (Qin, 2009).

Gu (1992) ha señalado que la característica más llamativa de la cortesía verbal china consiste en su principio de autodenigración y la elevación a los demás. La autodenigración hace referencia a la necesidad de mostrar modestia e incluso menospreciarse a uno mismo cuando se habla de las personas o cosas relacionadas con uno mismo. La elevación a los demás implica respeto y una veneración exagerada hacia los demás. A diferencia de la máxima de modestia de Leech (1983), la modestia china conlleva un matiz de humildad. Zhou y Kádár (2020) han demostrado que, en la moderna interacción interpersonal china, muchos usos de la autodenigración son rituales y gozan de una popularidad en las ocasiones formales.

Por lo demás, Ran (2018: 37) ha aseverado que los principios comunicativos y las normas sociales primordiales en la comunicación interpersonal se fundamentan principalmente en dos bases: la reciprocidad (manifestada en un dicho popular chino: “礼尚往来”, los regalos tienen que hacerse mutuamente) y la recompensa (evidenciada en otro dicho popular chino: “投桃报李”, darte melocotón y devolverle ciruela). Por consiguiente, el fuerte sentimiento de endeudamiento al aceptar la invitación hace que este acto de habla resulte más complejo en China. Gu (1990) y Mao (1994) (a partir de la metodología etnográfica) han observado que el modelo de invitación prototípico en China consiste en una estructura tripartita, incluyendo “an initial interaction”, “a ritualized middle” y “a pragmatic closure”, o sea, invitar/rechazar-invitar/rechazar-invitar/aceptar. En este proceso de negociación, la insistencia de invitación desempeña un papel muy importante en la comunicación china, como también lo han corroborado García (1992, 2007) y Félix-Brasdefer (2003a) en el acto de habla de la invitación en muchos países latinoamericanos. Vanderveken (1990: 193) define la insistencia como dirigir de manera persistente, es decir, a través de un modo de logro que aumenta el grado de fuerza de la acción en cuestión. Debemos tener en cuenta que la insistencia es un fenómeno cultural específico, lo que significa que la connotación, la frecuencia y la intensidad pueden variar de una cultura a otra. Placencia (2008: 91) ha señalado que «strong insistence may be appreciated and even expected in some groups where a high value is placed on the strengthening of interpersonal bonds». En muchos países persas, el insistir o no en la invitación es un indicador relevante para distinguir entre una invitación sincera y una ostensible (Isaacs y Clark, 1990:501; Eslami, 2005:466; Shishawan, 2016).

En suma, es evidente que existen disparidades notables entre las dos culturas y que estas diferencias influyen en la verbalización del acto de habla de la invitación.

2.4 *Los componentes principales del acto de habla de la invitación*

El acto de habla de la invitación ofrece un complejo patrón interactivo en el que los interlocutores siempre tienen que intentar restablecer el equilibrio del balance coste-beneficio. Para mitigar el dilema, el interlocutor que invita tiene a su disposición una clase relativamente extensa de estrategia. En base a la clasificación de petición de Blum-Kulka, House y Kasper (1989) y Escandell (2004: 187-188), y categorización realizada sobre la de invitación de García (1992, 1999, 2007), consideramos que una invitación completa generalmente incluye tres constituyentes: marcadores de apertura (opening markers), actos nucleares (head act) y movimientos de apoyo (support moves). Por lo demás, las modificaciones internas del acto nuclear también constituyen factores importantes para atenuar o intensificar la fuerza ilocutiva de invitación.

Blum-Kulka (1989) diferencia tres tipos de estrategias de acuerdo con el nivel de (in)directividad de las estrategias empleadas en los actos nucleares: estrategias directas, estrategias convencionalmente indirectas y estrategias no convencionalmente indirectas. A continuación, se ilustran algunas estrategias principales de invitación en la siguiente tabla.

Categorías	Estrategias	Ejemplos
Invitaciones directas (Directo)	Enunciados declarativos con verbos performativos	Te invito a comer.
	Enunciados imperativos	Ven a mi casa a comer.
	Enunciados declarativos	Tienes que venir.
Invitaciones convencionalmente indirectas (C Indirecto)	Enunciados interrogativos	¿Te apetece venir a mi casa a comer?
	Enunciados sugerentes	¿Por qué no te quedas a cenar con nosotros?
	Enunciados condicionales	Si te apetece, podemos ir a comer juntos.
Invitaciones no convencionalmente indirectas (NoC Indirecto)	Indicios fuertes	Sabes que este sábado es mi cumpleaños. Voy a celebrar una fiesta.

Tab.1. Clasificación de las estrategias en los actos nucleares

3 METODOLOGÍA

Nuestro análisis contrastivo del acto de habla de invitación en español y en chino se basa en los datos obtenidos gracias a un test para completar el discurso (DCT) distribuido de manera virtual y contestado de modo escrito, que fue diseñado según las indicaciones realizadas por Blum-Kulka y Olshtain (1984). En esta encuesta, tomamos en consideración las variables pragmáticas que pueden afectar a la realización del acto de habla de la invitación, concretamente, la distancia social (D), el poder relativo (P) y la variación situacional. Además, para determinar el grado de insistencia en diferentes círculos comunitarios, también incluimos una pregunta sobre si la persona tiene la intención de insistir en caso de recibir un posible rechazo por parte del oyente. El cuestionario fue contestado por dos grupos de estudiantes universitarios a lo largo de los años 2022 y 2023, tanto en España como en China. En concreto, para lograr el mayor nivel de homogeneidad de los parámetros sociales, tales como edad y nivel educativo, nuestro corpus comprende 100 cuestionarios recolectados de hablantes nativos de español de la Universidad de Córdoba y 100 correspondientes a sinohablantes nativos de la Universidad de Linyi.

Para este trabajo, focalizamos nuestra atención en las respuestas aportadas a tres preguntas:

1. Ya se acerca tu cumpleaños y quieres invitar a un amigo (Pablo) a tu fiesta de cumpleaños que celebras en tu casa. ¿Qué le dirías?
2. Si al principio tu amigo dice que no puede venir, ¿insistes en invitarlo una vez más? Si es así, escribe lo que le dices; si no, escribe la razón para no insistir.
3. Tu cliente (que se llama Antonio Fernández y es gerente de su empresa), con quien mantienes un contacto desde hace cinco meses, se interesa mucho por los productos fabricados por tu empresa. Quieres invitarlo a través de una llamada a visitar tu empresa. ¿Qué le dirías?

4. Si tu cliente dice que no puede venir, ¿vas a insistir una vez más en la invitación? Si vas a insistir, escribe lo que vas a decirle; si no, escribe la razón por la que no insistes.
5. Eres profesora de una universidad y una alumna colaboradora tuya (que se llama María Hernández y es delegada del grupo) con quien mantienes una relación neutra, ni muy cercana ni muy lejana, te ayudó a organizar una actividad cultural en la facultad. Después de la actividad, quieres invitarla a tomar un café para agradecerle su ayuda. ¿Qué le dirías?
6. Si la alumna rechaza tu invitación, ¿vas a insistir una vez más? Si vas a insistir, escribe lo que vas a decirle, si no, escribe la razón por la que no insistes.

Como puede apreciarse, las variables pragmáticas subyacentes a estas invitaciones son distintas. En el primer caso, la escena es informal y supone un menor grado de distancia social (D-) y una igualdad de poder (P=). En el segundo caso, la escena es formal y la distancia social es amplia (D+). Además, existe una jerarquía vertical de poder relativo y el interlocutor que invita se encuentra en un poder inferior que el invitado ($H < O$). En la tercera situación, la escena es informal y la distancia social entre las interlocutoras es neutra (D=). La profesora se sitúa en una posición superior a su alumna ($H > O$). Resumimos las situaciones y las variables sociales en la siguiente tabla.

Situación concreta	Distancia social	Poder relativo	Escena
S1: invitar a amigo a fiesta de cumpleaños.	-	$H=O$	Informal
S2: invitar al cliente a visitar la empresa.	+	$H < O$	Formal
S3: La profesora invita a alumna a tomar café.	=	$H > O$	Informal

Tab. 2. Configuración de las situaciones comunicativas según las variables de distancia social y poder relativo

4 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación, exponemos los datos recogidos en los marcadores de apertura, las estrategias en los actos nucleares, las modificaciones internas, los movimientos de apoyo y la insistencia en la invitación en los dos grupos de informantes.

4.1 Marcadores de apertura

Marcadores de apertura						
Estrategias	Situación 1		Situación 2		Situación 3	
	(D-, H=O)		(D+, H<O)		(D=, H>O)	
	%	%	%	%	%	%
	HNE	HNC	HNE	HNC	HNE	HNC
Saludos	37,2	1,7	73,1	43,7	30,5	0,9
Fórmulas de llamada de atención	17,3	5,9			8,6	0,9
Nombre o apellido directo	59,1	26,5	44,1		61,9	39,6
Apelativo cariñoso/amistoso	6,4	24,8	1,1	0,9	0,9	7,5

Señor/don con nombre o apellido			25,8	9,7		
Combinación del nombre o el apellido con el cargo o solo el cargo				65,0		15,1
Combinación del apellido o el nombre con el tratamiento relativo al parentesco				6,8		
Tratamiento relativo al rol social						14,2

Tab. 3. Distribución de los marcadores de apertura

En función de los datos recabados, advertimos discrepancias muy patentes. En primer lugar, se desprende que los españoles utilizan más saludos y fórmulas de llamada de atención que los chinos, independientemente de la situación en que se halle. Su mayor porcentaje ocurre en la situación 2, donde la distancia relacional es larga y el poder social es asimétrico. Además, la forma de saludar en esta situación es muy diferente en estos dos grupos de encuestados. Los españoles prefieren usar más “buenos días” o “buenas tardes” para iniciar la conversación, mientras que los chinos nativos dan preferencia al uso de “hola a ti” o “hola a usted”. Tomando en consideración la distancia social y el distinto poder relativo de la situación 2, los chinos utilizan con una ocurrencia más elevada (68,9%) el modo respetuoso “hola a usted”. Es decir, los chinos tienden a mostrar su deferencia a su cliente al comienzo del diálogo.

En cuanto a las fórmulas de tratamiento, constatamos que, en la situación 1, la mayor parte de los españoles recurre a la forma de llamar directamente por el nombre, mientras que los chinos emplean de manera equilibrada la fórmula de llamar por el nombre y los apelativos cariñosos o amistosos, lo cual indica que los jóvenes chinos tienden más a mostrar su relación íntima con los amigos a través de múltiples apelativos afectuosos. En la situación 2, detectamos que, además de utilizar en muchos casos los nombres directamente, alrededor de un cuarto de los españoles (25,8%) también hacen uso de las fórmulas respetuosas, o sea, la combinación de “señor” o “don” con el nombre o apellido. Sin embargo, la mayor parte de los chinos (65,0%) aplica la forma de combinación del nombre o el apellido con el cargo o solo el cargo, por ejemplo, “王经理 (gerente Wang)”. También nos llama la atención el alto porcentaje de utilización de títulos o cargos superiores a los que realmente ostenta el cliente, como “director Wang”, “presidente” o “jefe”. En el contexto chino, este tipo de referencias a cargos más altos de los que realmente tienen son completamente aceptables e incluso bien recibidas en la comunicación diaria, ya que se trata de un recurso eficaz para hacer cumplidos y demostrar reverencia hacia el interlocutor. Curiosamente, también observamos algunos casos del empleo peculiar del tratamiento relativo al parentesco en esta situación, por ejemplo, “王哥 (hermano Wang)”. En la situación 3 donde la distancia relacional es neutra y el hablante tiene poder superior hacia el oyente, apreciamos que la mayoría de los españoles (61,9%) recurre a la fórmula de llamar directamente por el nombre de la alumna, en tanto que los chinos utilizan apelativos diversificados, tales como nombres directos (39,6%), cargo de la alumna en el grupo (delegada, 15,1%), tratamiento relativo al rol social (alumna, 14,2%), apelativos cariñosos (7,5%).

En definitiva, hemos observado que las formas de tratamiento en español tienden a ser más simples y uniformes. Predomina el uso de los apelativos de llamar directamente por el

nombre del interlocutor en distintas situaciones. Si el interlocutor que invita percibe la diferencia de la distancia y el poder relativo, también muestra su respeto mediante la fórmula más deferente de combinar “señor” o “don” con el nombre o el apellido.

Sin embargo, el sistema de tratamiento en China es mucho más complejo y diverso, y, además, está más influenciado por los factores socioculturales. Cuando la distancia es mínima y no existe poder desigual, los chinos se inclinan a emplear más nombres directos y apelativos cariñosos para mostrar la cercanía con el interlocutor. Pero en las situaciones donde se denota la distancia social neutra o larga y el poder relativo es dispar, los chinos optan por destacar el cargo o el rol social del interlocutor. Desde nuestro punto de vista, esta diferencia refleja claramente el distinto sistema de cortesía verbal entre China y España. Como hemos indicado en el apartado anterior, la sociedad española preconiza la cortesía valorizadora, la cual estima la igualdad, la cercanía, la solidaridad, la afiliación y la confianza entre los interlocutores, abogando por la supresión de las diferencias sociales y los prejuicios jerarquizadores (Haverkate, 1994; Bravo, 2004; Briz, 2010; Hernández Flores, 2010). Frente a ella, en la sociedad china, se evidencia la cortesía jerárquica, que pone énfasis en la distinción de las personas basándose, sobre todo, en su reputación social, en concreto, los rangos, los cargos, las profesiones, etc. (Gu, 1990; Scollon y Scollon, 2001; Kádár, 2007). Por lo tanto, el uso abundante de apelativos basados en el cargo en situaciones con poder relativo evidencia que los chinos contemporáneos enfatizan significativamente el reconocimiento del estatus social en la sociedad. Por último, la utilización de los tratamientos relativos al parentesco al dirigirse a personas que no son parientes también pone de manifiesto la importancia que dan los chinos a la cultura de familia y el colectivismo (Hofstede, 1991).

4.2 Actos nucleares

En esta sección, centramos nuestra atención en la identificación y clasificación de las estrategias utilizadas en los actos nucleares. En primer lugar, clasificamos las estrategias según las macro categorías que formulamos en tabla.1.

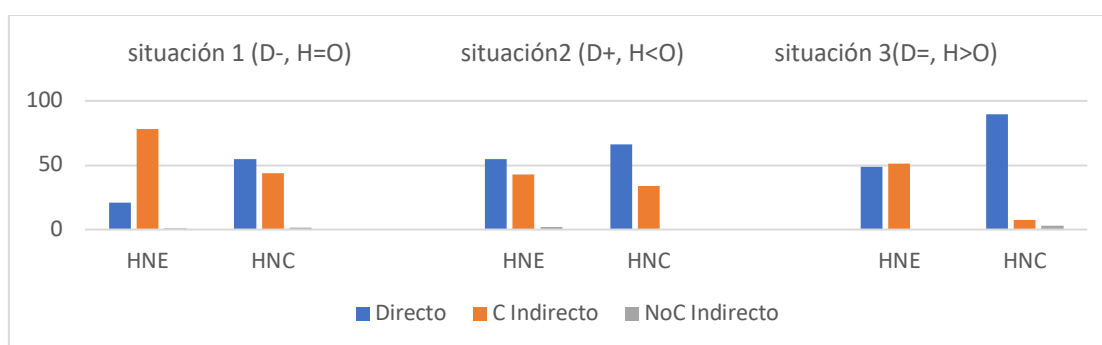


Gráfico. 1. Distribución del porcentaje de las macro categorías en las tres situaciones

De acuerdo con la frecuencia de las macro categorías, detectamos que tanto en la situación 1 como en la 3, los informantes de español muestran una preferencia hacia las estrategias convencionalmente indirectas (situación 1: 78,2%; situación3: 51,4%), mientras

que los chinos emplean más estrategias directas en las tres situaciones. A pesar de esto, también queremos remarcar que la proporción de estrategias directas usadas por los chinos en las distintas situaciones varía sustancialmente. Los encuestados chinos las utilizan en mucha mayor medida en la situación 3, representando el 89,6%, seguido del 66,1% en la situación 2 y del 54,7% en la situación 1. Con respecto a la situación 2, observamos que los españoles recurren más a las estrategias directas. Por último, apreciamos que las estrategias no convencionalmente indirectas se usan en muy pocos casos en las tres situaciones de invitación. A continuación, analizamos con más detalle las subestrategias aplicadas en las tres situaciones.

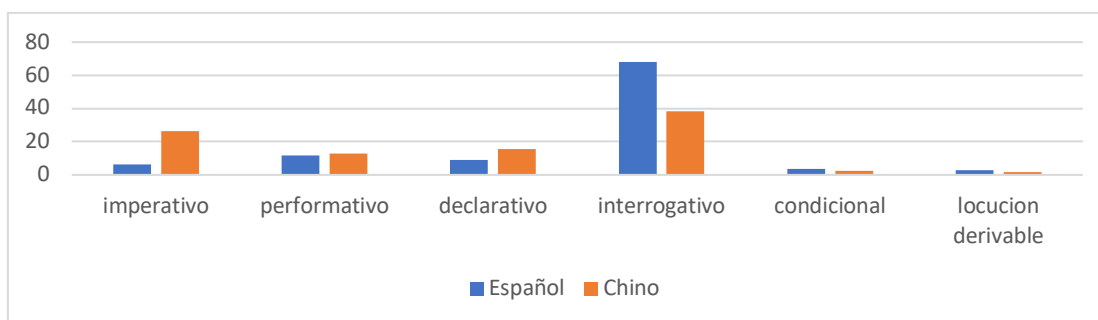


Gráfico. 2. distribución de las estrategias concretas en la situación 1

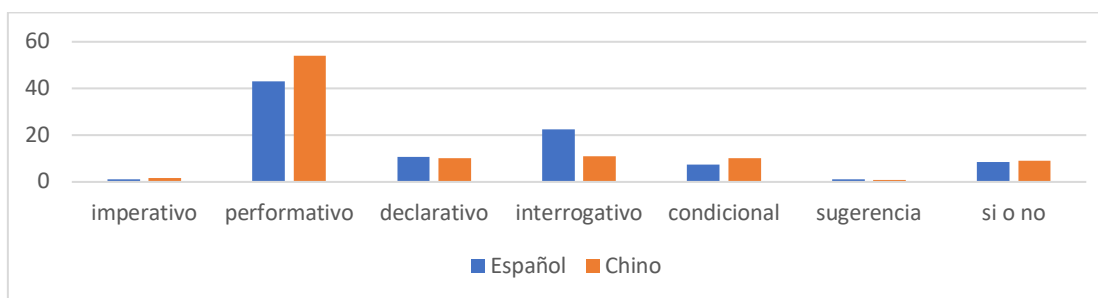


Gráfico. 3. distribución de las estrategias concretas en la situación 2

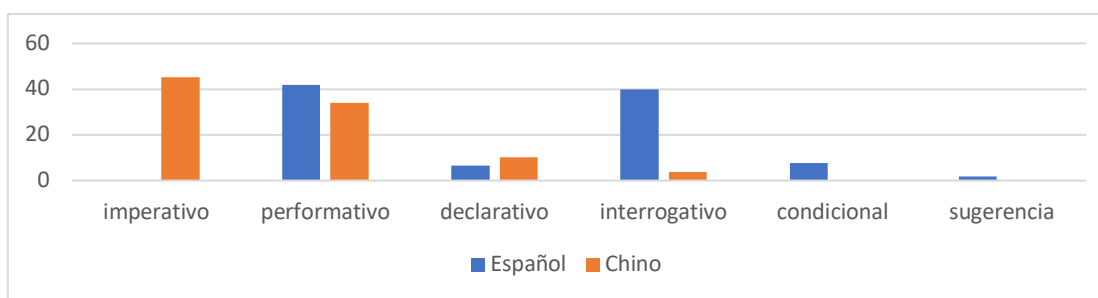


Gráfico.4. distribución de las estrategias concretas en la situación 3

En primer lugar, enfatizamos el uso contrastivo de las formulaciones interrogativas en la situación 1. Resulta que son los españoles quienes apelan más a esta estrategia con una ocurrencia alta de 68,2%. Su uso en los chinos ocupa un porcentaje comparativamente bajo, suponiendo el 38,5%. Nuestro resultado se corresponde con el de Ruiz de Zarobe

(2000: 270), en el que corrobora que las formas interrogativas representan la rutina conversacional más habitual de invitar a alguien cercano o poco conocido en la comunidad española. Podemos ilustrar un ejemplo:

(1) (Hola Pablo, ya mismo es mi cumple, ¿te quieres venir a tomar algo? (HNE)

En cambio, en la situación 1, encontramos que los chinos acuden más a las estrategias directas, por ejemplo, los enunciados imperativos (26,5%), los declarativos (15,4%) y los performativos (12,8%). Sobre todo, los HNC utilizan cuatro veces más las fórmulas imperativas que los españoles. Citamos el siguiente ejemplo:

(2) 宝, 我要过生日了, 来参加我的生日聚会吧! (HNC: bebé, ya mismo es mi cumple, ¡ven a mi fiesta de cumple!)

En cuanto a la situación 2, hemos observado que ambos grupos de encuestados coinciden en el uso de enunciados performativos, con una frecuencia elevada del 43,0% en los españoles y del 54,1% en los chinos, respectivamente. Vemos un ejemplo:

(3) Me gustaría invitarle a que visite mi empresa. (HNE)

En la situación 3, la diferencia de uso también es muy marcada. Los hablantes nativos de español adoptan más los enunciados performativos (41,9%) y los interrogativos (40,0%), en tanto que los hablantes nativos de chino utilizan más los imperativos (45,3%) y los performativos (34%). Es necesario resaltar el contraste del uso de fórmulas imperativas en los dos grupos. Mientras que constituye la estrategia mayoritariamente escogida por los hablantes nativos de chino, no aparece en ninguna ocasión en el corpus de los hablantes nativos de español. Exponemos un ejemplo abajo:

(4) 我们一起去喝一杯咖啡吧! (HNC: ¡Vayamos a tomar un café!)

En cambio, las fórmulas interrogativas son más recurrentes en los españoles, por ejemplo:

(5) ¿Qué le parece un café un día de estos? (HNE)

En resumidas cuentas, podemos concluir que, en la situación formal o informal donde se perciben la distancia relacional y la diferencia del poder social, los participantes de ambos grupos tienden a emplear más estrategias performativas para expresar claramente su intención de invitar. En cambio, en las situaciones informales en las que no ostentan mucho la distancia relacional ni poder social, o los hablantes se sitúan en una posición superior a los oyentes, notamos que los participantes chinos recurren frecuentemente a las fórmulas imperativas para manifestar su sinceridad de invitar, tal como Brown y Levinson (1987:99) han aseverado: «Provided that no other face wants are infringed, the firmer the invitation the more polite it is». Por lo tanto, la ocurrencia relativamente alta del uso del imperativo en chino muestra el mayor interés de los chinos por enfatizar la voluntad fuerte de acercamiento y el deseo de reforzar la solidaridad a través del acto de habla de la invitación. Asimismo, los informantes españoles y un porcentaje significativo de los chinos en la situación 1, donde existe cercanía e intimidad con los interlocutores, muestran una preferencia por las estrategias interrogativas, lo que demuestra su voluntad de dar más

libertad de elección a los invitados y, por lo tanto, atenuar la fuerza impositiva de la invitación.

4.3 Modificadores internos

En este apartado, nos dedicamos a codificar y comparar los fragmentos que corresponden a cada estrategia de modificaciones internas.

Modificaciones internas		Situación 1		Situación 2		Situación 3	
		(D-, H=O)		(D+, H<O)		(D=, H>O)	
Estrategias		%	%	%	%	%	%
		HNE	HNC	HNE	HN C	HNE	HN C
Mitigadores sintácticos	Modalización de tiempos verbales	19,1		55,9		36,2	
	Estructuras condicionales	3,6	2,6	7,5	10,1	7,6	
	Interrogativo	63,6	29,1	22,6	11,0	40,0	3,8
	Estructuras con "si" para preguntar disponibilidad			8,6	9,2	0,9	
Mitigadores léxicos	Minimizador del grado de inversión de tiempo o esfuerzo			7,5	13,8		4,7
	Partícula de locución derivable	2,7	2,6		0,9		3,8
	Partículas mitigadoras		47,8		1,8		28,3
	Palabras en diminutivo					1,9	
	Mitigador adverbial "por si"	5,5				0,9	
	Repetición del verbo				2,8		0,9
Intensificadores léxicos	Palabras de autodenigración				0,9		
	Intensificador adverbial	0,9	5,9	5,4	25,7		

Tab. 4. Distribución de las estrategias de los modificadores internos

A base de los resultados arrojados en esta tabla.4, se revela que los tres grupos de informantes emplean más los recursos mitigadores que los intensificadores. Por lo demás, los españoles acuden principalmente a los mitigadores sintácticos, mientras que los chinos emplean en gran medida tanto los mitigadores sintácticos como los léxicos. Concretamente, para aliviar la fuerza ilocutiva de la invitación en los actos nucleares, los españoles utilizan con una ocurrencia muy elevada la modalización de los tiempos verbales, suponiendo el 19,1%, el 55,9% y el 36,2% en las tres situaciones, un recurso que no existe en los hablantes chinos debido a la diferencia morfosintáctica. Podemos confirmar que la frecuencia de su aparición está estrechamente asociada con la distancia relacional y el poder relativo. Cuando la distancia social es mayor y el contraste de poder relativo es más evidente, su ocurrencia también es más alta.

Aparte de los enunciados interrogativos que hemos analizado en los actos nucleares, descubrimos que, en los hablantes chinos, las fórmulas condicionales se utilizan mucho en la situación 2, en tanto que en la situación 1 y la 3, no aparece o solo aparecen en muy pocos casos. Como han apuntado Jia y Jia (2007:140-149), «I am having a party this weekend. Come if you want”, is a polite invitation in a given situation in the United States. It however can be a face threatening act in a similar situation in the Chinese cultural context». En otras palabras, los chinos son propensos a mostrar la sinceridad y la calidez de la invitación utilizando las fórmulas más insistentes en las relaciones íntimas. Sin embargo, cuando la distancia social no es cercana y existe poder asimétrico, también emplean las estructuras condicionales para poner en evidencia su reverencia a los interlocutores, por ejemplo:

- (6) 如果您时间方便的话, 您可以来我们公司. (HNC: Si le conviene el tiempo, puede venir a visitar nuestra empresa)

Por otra parte, en lo que atañe a los mitigadores léxicos, ya hemos indicado que los chinos los utilizan en mayor medida que los españoles. La estrategia más dominante de los chinos consiste en el uso de las partículas mitigadoras colocadas al final de una oración en las situaciones informales. Como Li y Thompson (1989: 314-316) han postulado que la función de “吧 (ba)” al final de la oración es reducir la fuerza ilocutiva, lo que produce en el hablante un efecto menos brusco y más amistoso. Por consiguiente, la presencia de la partícula contribuye a suavizar el tono de habla (Wang, 2013: 94-98). Ettinger y Malamud (2015) sostienen que la mayor parte de realizaciones de la partícula “吧 (ba)” se produce en oraciones de tipo enunciativo o imperativo. A modo de muestra ilustrativa, vemos el siguiente ejemplo:

- (7) 明明, 我生日快到了, 一起来吃饭吧! (HNC: Mingming, ya se acerca mi cumple, ¡ven a comer!)

En la situación 2, los participantes también utilizan numerosos minimizadores para reducir el grado de inversión de tiempo o esfuerzo por parte de los invitados, lo que hace que la invitación sea más fácil de ser aceptada. Por ejemplo:

- (8) 如果可以的话, 希望您能抽出一点闲暇的时间来我们公司进行参观. (HNC: Si es posible, me gustaría que pudieras tomarte *un poco de tiempo* libre para visitar nuestra empresa)

Por último, también nos llama la atención la alta proporción (25,7%) de los intensificadores adverbiales registrados en la situación 2. Vemos el siguiente ejemplo:

- (9) 诚邀您来我们公司参观一下. (HNC: Le invitamos *sinceramente* para que venga a visitar nuestra empresa)

En síntesis, podemos aseverar que, en las modificaciones internas, los españoles utilizan más mitigadores sintácticos, tales como la modalización del tiempo verbal, las estructuras interrogativas, con el propósito de aliviar el grado de imposición de la invitación. En cambio, los chinos también aplican muchos mitigadores léxicos, tales como las partículas mitigadoras, los minimizadores del grado de inversión de tiempo o esfuerzo de los interlocutores. Asimismo, en la situación 2, los chinos hacen uso de muchos

intensificadores adverbiales, tales como “sinceramente”, “cordialmente”, “con mucho gusto”, “con honor” para aumentar el grado de sinceridad de la invitación.

4.4 Movimientos de apoyo

A continuación, examinaremos las estrategias concretas tomadas en los movimientos de apoyo.

Movimientos de apoyo						
Estrategias	Situación 1		Situación 2		Situación 3	
	(D-, H=O)		(D+, H<O)		(D=, H>O)	
	%	%	%	%	%	%
	HNE	HNC	HNE	HNC	HNE	HNC
Pre-invitación		9,4		3,7	1,9	11,3
Justificaciones/motivos	70,9	79,5	35,5	86,2	8,6	
Estimulador	16,4	8,5	38,7	31,2	14,3	4,7
Preguntar disponibilidad o voluntad al final	4,5	5,1	9,7	16,5		
Expresar agradecimiento			4,3	4,6	60,0	71,7
Elevar a los demás			1,1	13,8		
Autodenigración				1,8		
Hacer cumplidos					11,4	30,2
Expresar empatía						28,3
Convencer al invitado					1,9	2,8
Eliminar preocupaciones					9,5	
Esperar respuesta	4,5		9,7	4,6	6,7	
Expresar expectativas		7,8	7,5	7,3		

Tab. 5. Distribución de las estrategias utilizadas en los movimientos de apoyo

De acuerdo con la tabla 5, observamos que una estrategia muy recurrente en los dos grupos de encuestados es la de proporcionar justificaciones o motivos. Resulta fácil entender que, para emitir una invitación, los informantes necesitan expresar y esclarecer primero el propósito de su acción. En lo que concierne a la estrategia de estimulador, cabe señalar que, en comparación con sus homólogos chinos, los españoles la emplean más en las tres situaciones, sobre todo, en la situación 2, lo cual indica que los españoles tienden a brindar más detalles de la invitación para convertirla más atractiva y animar a sus invitadores a aceptarla.

(10) Quería preguntarle si le gustaría venir a visitar nuestra empresa y ver nuestras actividades, dinámicas...
Pasaríamos un gran día. Creo que podría interesarle. (HNE)

En cuanto a la estrategia de pre-invitación y la de preguntar disponibilidad o voluntad al final, encontramos que son los chinos quienes las usan más que los españoles, lo que probablemente se debe a que, en los actos nucleares, los chinos emplean más fórmulas imperativas o performativas, por esto, intentan paliar la fuerza ilocutiva con preguntas al comienzo o al final del discurso. Proporcionaremos un ejemplo:

(11) *您什么时候有时间?可以来我们公司参观产品.* (pre-invitación en los HNC: *¿Cuándo tiene tiempo libre? Puede venir a nuestra empresa a visitar*)

En lo relativo a la estrategia de elevar a los demás, resulta que los chinos la usan con más frecuencia que los españoles, especialmente en la situación donde el hablante está en una posición inferior. Por ejemplo:

(12) 我是某公司的业务经理，很荣幸能与贵公司取得联系。(HNC: Soy gerente de tal empresa y me siento muy honrado de poder ponerme en contacto con *su empresa distinguida*)

En la misma línea, destacamos que los chinos utilizan más la estrategia de hacer cumplidos que los españoles en la situación 3.

(13) 一直觉得你的能力很强，这次的活动组织的真的很好，你让我再次看到了你的优秀。(HNC: Siempre he considerado *que tienes una gran habilidad*, y esta vez, la organización del evento fue realmente excelente. *Has demostrado una vez más tu excelencia.*)

También es llamativo el uso particular de la estrategia de autodenigración en la situación 2. Exponemos el siguiente ejemplo:

(14) 听闻您对鄙公司的产品很感兴趣，我非常高兴！(HNC: Me complace mucho escuchar que está interesado en los productos de nuestra *empresa humilde*)

Por último, queremos destacar una estrategia característica de chino, a saber, expresar empatía en la situación 3. Un ejemplo típico puede ser “辛苦了(Debería estar cansado)”, el cual constituye una estrategia estereotipadamente usada en situaciones en las que el hablante generalmente se encuentra en una posición superior al oyente.

Recapitulando las estrategias en los movimientos de apoyo, podemos afirmar que, los españoles muestran mayor preferencia por las estrategias de cortesía valorizadora para alentar a los invitados a aceptar la invitación y expresar su solidaridad, tales como justificaciones o estimuladores, lo cual se asemeja mucho a los chinos en la situación 1. Sin embargo, cuando el poder social es asimétrico y la distancia social no es cercana, encontramos que, en el contexto chino, se manifiesta la cortesía jerárquica (Pan, 1995; Scollon y Scollon, 1995:45). Más concretamente, en la situación 2, las personas en posiciones subordinadas son proclives a utilizar más estrategias de cortesía negativa para dar más espacio de elección y mostrar veneración a los superiores, tales como la pre-invitación, la de preguntar la disponibilidad o voluntad al final, la de elevar a los demás, la de autodenigración. Mientras tanto, en la situación 3, las personas que se sitúan en posición superior tienden a aplicar más estrategias de cortesía positiva, tales como la de expresar agradecimiento, la de hacer cumplidos, la de expresar empatía.

4.5 Insistencia en la invitación

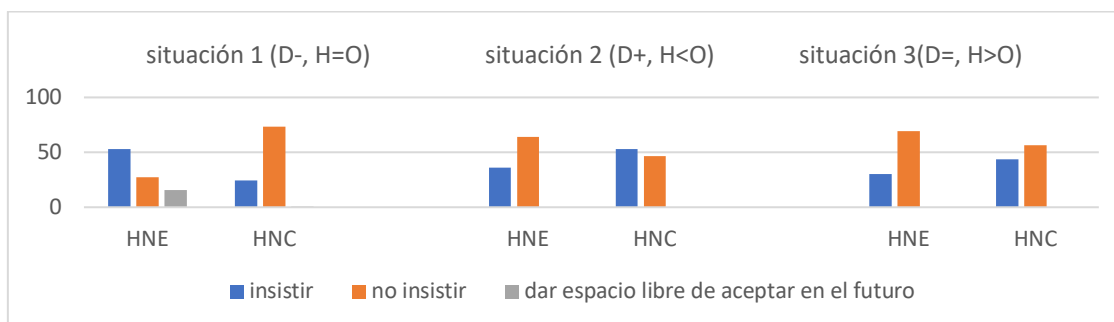


Gráfico. 5. La ocurrencia de insistir o no insistir en las tres situaciones

En cuanto a la insistencia en la invitación, los resultados extraídos del gráfico también ponen de manifiesto disparidades muy remarcables. Detectamos que más de la mitad de los españoles prefieren volver a emitir la invitación en la situación 1 con distancia mínima y sin poder relativo. Además, nos llama la atención que el 15,5% de ellos optan por una estrategia más flexible, a saber, dar espacio libre y abierto de permitir aceptar la invitación en el futuro, la cual muestra su fuerte deseo e intento de reforzar la solidaridad, pero tampoco impone la voluntad a los demás. Ilustramos un ejemplo muy típico:

(15) Bueno, si por cualquier cosa al final puedes venir que sepas que estás invitado.

No obstante, el porcentaje de insistencia de los españoles es relativamente más bajo en situaciones con una gran distancia relacional y un desequilibrio en el poder social. Este resultado coincide con el de Bella (2009:243) sobre la invitación en Grecia, donde se argumenta que «It is shown that the younger age group conceptualize invitations as face-enhancing acts for the addressee, thus, they insist more and prefer positive politeness strategies when it comes to relationships between equals». De manera similar, Hernández Flores (2001:38) ha señalado que, entre los españoles con un alto grado de afinidad, la insistencia no se percibe como una amenaza para la imagen, sino que resalta la solidaridad.

Curiosamente, descubrimos que la proporción más elevada de insistencia en los chinos aparece en la situación 2, donde el hablante se encuentra en una posición inferior al oyente, alcanzando el 53,2%, en comparación con el 43,4% en la situación 3 y el 23,9% en la situación 1, lo cual demuestra que, en China, la insistencia en la invitación está fuertemente influenciada por el poder. En lugar de considerarla como una acción que erosiona la libertad de la otra persona y amenaza su imagen negativa, la insistencia en la invitación hacia alguien que tiene un alto poder se percibe como un reconocimiento a su estatus social y su imagen pública en el contexto chino. Por consiguiente, la insistencia en la invitación en esta situación es un instrumento útil para subrayar la importancia del cliente, mostrarle la deferencia y evidenciar la sinceridad de la invitación del hablante. Creemos que la baja frecuencia de insistencia en la invitación en la situación 1 también está estrechamente ligada a la naturaleza peculiar de la imagen pública en la cultura china, que presta una gran atención a la evaluación de los demás (Zhou, 2017:162). Eso conduce a que los chinos seamos más susceptibles al rechazo de la invitación de los amigos y no queramos

arriesgarnos a perder la imagen repitiendo la invitación. Por último, en la situación 3, a pesar de que los chinos dan preferencia a no insistir, también confirmamos que su ocurrencia de insistir es mayor que la de los españoles. Por añadidura, el 20% de los chinos sostienen que van a buscar otra alternativa para expresar su agradecimiento y devolver el favor recibido, lo cual evidencia que los chinos otorgan relevancia capital al principio de la relación humana recíproca de “dar y devolver *Renqing* (favor)”, cuyas bases fundamentales son la reciprocidad y la recompensa (Ran, 2018). Sin embargo, muchos de sus homólogos españoles aseveran que, en esta situación, lo más importante es mostrar gratitud y no ser intrusivo, dado que no existe mucha cercanía ni confianza entre los interlocutores, y la insistencia puede ponerlos en situaciones incómodas y embarazosas.

5 CONCLUSIONES

En el presente trabajo, hemos realizado un análisis contrastivo del acto de habla de la invitación en China y en España, lo cual nos ha permitido identificar algunas semejanzas y divergencias existentes en relación con las estrategias de cortesía. En términos generales, podemos concluir que, al emitir una invitación, los españoles son más sensibles al parámetro de la distancia relacional, en tanto que los chinos son más susceptibles al parámetro de poder social.

En lo que respecta a los marcadores de apertura, la estrategia preferida de los españoles es llamar directamente por el nombre, lo cual fomenta la creación de un ambiente de igualdad, confianza y acercamiento (Briz, 2003). En China, en cambio, en situaciones donde existe un desequilibrio de poder, se utilizan con mayor frecuencia los tratamientos relacionados con el cargo o el rol social. Esto demuestra las particularidades de la imagen pública en China, que concede una gran importancia a la evaluación de los demás y al reconocimiento de la reputación social.

En los actos nucleares, podemos afirmar que, en la situación formal donde el hablante se sitúa en una posición inferior y existe la distancia social, los chinos y los españoles coinciden en emplear más fórmulas performativas. Sin embargo, en las situaciones informales, los españoles muestran una tendencia hacia el uso de las estrategias convencionalmente indirectas, por ejemplo, los enunciados interrogativos o condicionales. Mientras tanto, los chinos utilizan más las estrategias directas, tales como las formulaciones imperativas, las performativas.

En cuanto al uso de movimientos de apoyo, concluimos que los españoles usan más estrategias positivas para animar a los invitados a aceptar la invitación, lo cual denota la característica de la cortesía valorizadora de los españoles (Barros, 2011). No obstante, los chinos ponen en evidencia la cortesía jerárquica (Scollon y Scollon, 2012:227). Más en concreto, las personas con posiciones inferiores utilizan muchas estrategias negativas para dejar más espacio de elección y mostrar la deferencia, tales como la de preguntar la disponibilidad o la voluntad, la de elevar a los demás y la de autodenigrarse; cuando el invitador se encuentra en una posición superior, emplean más estrategias positivas, por ejemplo, expresar empatía, hacer cumplidos.

En lo referente a las modificaciones internas, se advierte que los españoles acuden más a medios sintácticos tales como la modalización de tiempos verbales, las estructuras interrogativas o condicionales, mientras que los chinos recurren a más medios léxicos, por ejemplo, las partículas mitigadoras “呷, 呷”. Además, en la situación formal, los chinos también utilizan muchos intensificadores adverbiales léxicos para aumentar el grado de sinceridad de la invitación.

La ocurrencia distinta de la insistencia en invitación en las tres situaciones también revela que los españoles son más insistentes en las relaciones cercanas, en tanto que los HNC insisten más en las situaciones donde se encuentran en posiciones inferiores. Desde nuestro punto de vista, eso se debe a la semejanza del sistema de cortesía verbal en ambas comunidades. La cortesía valorizadora lleva a los españoles a mostrar afiliación, solidaridad y confianza con sus amigos a través de la insistencia en la invitación. La cortesía jerárquica hace que los chinos insistan más con los superiores para darles imagen y mostrar su respeto hacia ellos.

En resumen, podemos llegar a la conclusión de que los hablantes en ambas comunidades son conscientes de las variables sociales al emitir la invitación en ciertas circunstancias y toman el acto de habla de la invitación como una manifestación de cortesía positiva para reforzar las relaciones interpersonales. Aunque los chinos y los españoles recurren a diferentes formas de estrategias, siempre procuran restablecer el equilibrio del balance coste-beneficio y poner en pleno juego todos los recursos para lograr su objetivo interactivo. Sin embargo, las diferencias detectadas entre ambas lenguas son esenciales para evitar la generación de fallos pragmáticos en la enseñanza de ELE a sinohablantes y deberían ser tomadas en cuenta para el diseño de materiales didácticos.

6 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albelda Marco, Marta y Antonio Briz Gómez (2020): «Atenuación e intensificación», en Escandell Vidal, María V. et alii, eds., *Pragmática*, Madrid, Akal, 567-590.
- Barros García, María (2011): *La cortesía valorizadora en la conversación coloquial española: estudio pragmatolingüístico*, Granada, Editorial de la Universidad de Granada.
- Bella, Spyridoula (2009): «Invitations and politeness in Greek: The age variable», *Journal of Politeness Research*, 5, 243-271. DOI: 10.1515/JPLR.2009.013.
- Blum-Kulka, Shoshana y Elite Olshtain (1984): «Requests and apologies: A cross-cultural study of speech act realization patterns (CCSARP) », *Applied Linguistics*, 5 (3), 196-213. DOI: 10.1093/applin/5.3.196.
- Bravo, Diana (2004): «Tensión entre universalidad y relatividad en las teorías de la cortesía», en Bravo, Diana y Antonio Briz, eds., *Pragmática sociocultural. Estudios sobre el discurso de cortesía en español*, Barcelona, Ariel, 15-37.
- Brown, Penelope y Stephen C. Levinson (1987): *Politeness. Some Universals in Language Usage*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Carrasco Santana, Antonio (1998): «Tendencias relacionales de los españoles en las interacciones verbales I: la distancia social en la conversación», *Cuadernos del Lazarillo*, 15, 55-61.
- Drew, Paul (2018): «Equivocal invitations (in English) », *Journal of Pragmatics*, 125, 62-75. DOI: 10.1016/j.pragma.2017.07.005.
- Escandell Vidal, María (2013): *Introducción a la pragmática*, Barcelona, Ariel.
- Eslami, Zohreh R. (2005): «Invitations in Persian and English: Ostensible or genuine? », *Intercultural Pragmatics*, 2 (4), 453-480. DOI: 10.1515/iprg.2005.2.4.453.
- Félix-Brasdefer, J. César (2003): «Declining an invitation: A cross-cultural study of pragmatic strategies in American English and Latin

- American Spanish», *Multilingua*, 22, 225-255. DOI: 10.1515/mult.2003.012.
- Félix-Brasdefer, J. César (2008): «Perceptions of refusals to invitations: Exploring the minds of foreign language learners», *Language Awareness*, 17/3, 195-211. DOI: 10.1080/09658410802146818.
- García, Carmen (2007): «Establishing and maintaining solidarity: A case study of Argentinean invitations», en Placencia, María Elena y Carmen García, eds., *Research on Politeness in the Spanish-Speaking World*, Silver Spring, MD, Erlbaum, 261-301.
- Gu, Yueguo (1990): «Politeness phenomena in modern Chinese», *Journal of Pragmatics*, 14, 237-257.
- Haverkate, Henk (1994): *La cortesía verbal: estudio pragmalingüístico*, Madrid, Gredos.
- Hernández Flores, Nieves (2001): «Politeness in invitations and offers in Spanish conversation: Communicating culture», *Language and Cultural Contact*, 28, 29-40.
- Hernández Flores, Nieves (2002): *La cortesía en la conversación española de familiares y amigos: La búsqueda de equilibrio entre la imagen del hablante y la imagen del destinatario*, Aalborg, Institut for Sprog Internationale Kulturstudier/Aalborg University.
- Hickey, Leo (2005): «Politeness in Spain: Thanks but no thanks», en Hickey, Leo y Miranda Stewart, eds., *Politeness in Europe*, Clevedon/Buffalo/Toronto, Multilingual Matters, 317-330.
- Hofstede, Geert (2005): *Cultures and organizations: software of the mind*, Nueva York, McGraw-Hill.
- Kádár, Dániel Z. y Yuling Pan (2011): «Politeness in East Asia: Politeness in China», en Kádár, Daniel Z. y Sara Mills, eds., *Politeness in East Asia*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine (2004): «¿Es universal la cortesía?», en Bravo, Diana y Antonio Briz, eds., *Pragmática sociocultural: Estudios sobre el discurso de cortesía en español*, Barcelona, Ariel, 39-54.
- Leech, Geoffrey N. (2007): «Politeness: is there an East-West divide? », *Journal of Politeness Research*, 3/2, 167-206. DOI: 10.1515/PR.2007.009.
- Mao, Lüiming (1994): «Beyond Politeness theory: face revisited and renewed», *Journal of Pragmatics*, 21. North Holland, Elsevier Science Publishers B.V., 451-586. DOI: 10.1016/0378-2166(94)90025-6.
- Matsumoto, Yoshiko (1988): «Reexamination of the universality of face: politeness phenomena in Japanese», *Journal of Pragmatics*, 12, 403-426.
- Margutti, Piera et alii (2018): «Invitations and responses across different languages: Observations on the feasibility and relevance of a crosslinguistic comparative perspective on the study of actions», *Journal of Pragmatics*, 125, 52-61. DOI: 10.1016/j.pragma.2017.12.010.
- Pan, Yuling (2000): *Politeness in Chinese Face-to-Face Interaction*, Stamford, Ablex Pub. Corp.
- Placencia (2008): «Insistence among family and friends in Quiteño Spanish: from connectedness to empowerment? », *Birkbeck Studies in Applied Linguistics*, 3, 88-113.
- Ran, Yongping y Linsen Zhao (2018): «A New Interpersonal Relationship Model Based on Renqing Principle: A Grassroots Perspective on Interpersonal Pragmatics», *Foreign Languages and Foreign Language Teaching*, 299(2), 34-45.
- Ruiz de Zarobe, Leyre (2004): «El acto de habla de invitación en español y en francés: Análisis comparativo de la cortesía», *Revista Española De Lingüística*, 34 (2), 421-454.
- Scollon, Ron y Suzanne Scollon (1983): «Face in interethnic communication», en Richards, Jack C. y Schmidt Richard W., eds., *Language and Communication*, Londres, Longman, 156-190.
- Searle, John R. (1969): *Speech acts: An essay in the philosophy of language*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Siebold, Kathrin (2008): *Actos de habla y cortesía verbal en español y en alemán*, Fráncfort del Meno, Peter Lang GmbH.
- Spencer-Oatey, Helen y Dániel Z. Kádár (2021): *Intercultural Politeness: Managing Relations across Cultures*, Nueva York, Cambridge University Press.
- Wolfson, Nessa (1986): «The Bulge: A Theory of Speech Behavior and Social Distance», *Working Papers in Educational Linguistics*, 2/1, 55-83.
- Yu, Guodong y Yaxin Wu (2018): «Inviting in Mandarin: Anticipating the likelihood of the success of an invitation», *Journal of Pragmatics*, 125, 103-148. DOI: 10.1016/j.pragma.2017.06.013.
- Vanderveken, Daniel (1990): *Meaning and Speech Acts (vol. I: Principles of Language Use)*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Zhou, Ling (2017): *A pragmatic study of culture-specific MIANZI representations in Chinese*, Guangzhou, Jinan University Press.

ANEXO:

HNE: los hablantes nativos de español

HNC: los hablantes nativos de chino