

# ESTRATEGIAS DE INVITACIÓN EN ESPAÑOL E IMAGEN SOCIAL DE LOS HABLANTES: UN ESTUDIO EMPÍRICO<sup>1</sup>.

**Ruiz de Zarobe, Leyre**

*Universidad del País Vasco. Facultad de Filología y Geografía e Historia*

*Paseo de la Universidad, 5. 01006 Vitoria-Gasteiz*

*Tfno: 945013960. Fax: 945144290. E-mail: ffprudel@vh.ehu.es*

*(Recibido, marzo 2000; aceptado, mayo 2000)*

*BIBLID [1133-682X (2000-2001) 8-9; 261-278]*

## **Resumen.**

Este estudio se enmarca en la línea de estudios de pragmática sobre cortesía. Su objetivo es estudiar la implicación de las imágenes de los hablantes en las distintas estrategias de invitación en español, y los procedimientos de cortesía involucrados en ellas, a partir de un corpus de invitaciones auténticas, en las que se considera el tipo de persona a la que se invita y la situación social de invitación.

Si bien se ha considerado la invitación como un acto típico para comunicar cortesía positiva, comprobamos que en español las distintas estrategias de invitación vehiculan, unas cortesía positiva, y otras, cortesía negativa. Se desprende que invitar en español es un claro exponente de la paradoja de la imagen social del individuo, que se debate entre la implicación y la independencia: las distintas estrategias optan o bien por prevenir el eventual atentado contra la independencia ajena, o por tender lazos de unión que favorezcan el acercamiento social.

**Palabras-clave:** acto de habla- imagen social- cortesía positiva- cortesía negativa- estrategia lingüística

## **Abstract**

The present study may be analysed within the framework of pragmatic studies dealing with politeness. Its aim is to study the implication of the speakers' face on the different invitation strategies used in Spanish, as well as the politeness processes involved. This study is based on a corpus of genuine invitations, where both the type of person invited and the social situation of the invitation are taken into account.

Even though invitations are considered inherently polite, this study shows how in Spanish some invitation strategies imply positive politeness while others manifest negative politeness. The act of inviting in Spanish is a proof of the paradox of the speaker's face, who is torn between involvement and independence: the various strategies choose between the prevention of the potential threat against the hearer's independence and the establishment of links which favour social relations.

**Key-words:** speech act- face- positive politeness- negative politeness- linguistic strategy

---

1 Este estudio se enmarca en el PI 96/21 (Gobierno Vasco)

## Résumé

Cette étude a comme cadre la ligne d'études de pragmatique sur la politesse. Son objet est d'étudier l'implication des images des sujets parlants dans les différentes stratégies d'invitation en espagnol, et les procédés de politesse qui y sont présents, à partir d'un inventaire d'invitations authentiques, où l'on considère le type de personne auquel on invite et la situation sociale d'invitation.

Si l'on considère l'invitation comme un acte typique pour communiquer de la politesse positive, on montre qu'en espagnol les différentes stratégies d'invitation véhiculent, parfois de la politesse positive et parfois de la politesse négative. On conclut qu'inviter en espagnol est un exemple clair du paradoxe de l'image sociale de l'individu, qui se débat entre l'implication et l'indépendance: les différentes stratégies ou bien préviennent la menace éventuelle contre l'indépendance d'autrui ou bien favorisent le contact social.

**Mots-clés:** acte de parole- image sociale- politesse positive- politesse négative- stratégie linguistique

## Sumario

1. Introducción. 2. El acto de habla "invitación" y las imágenes sociales de los hablantes. 3. Corpus. 4. Análisis. 5. Conclusiones.

### 1. Introducción.

De acuerdo con la teoría de los actos de habla, todo acto de habla realizado por un locutor ejerce una acción sobre el interlocutor. En la perspectiva de Brown y Levinson (1987) se asume que un acto de habla ejerce esa acción sobre una de las llamadas "faces" (o imágenes sociales) de los interlocutores. Para estos autores, toda persona posee una doble imagen: la imagen positiva, y la imagen negativa. La imagen positiva se refiere a la necesidad que todo individuo tiene de ser aceptado, de ser tratado como miembro de un grupo, de saber que sus propios deseos son compartidos por los demás. La imagen negativa se refiere a la necesidad que también posee todo individuo de ser independiente, de tener libertad de acción, y de no sufrir imposiciones por parte de otros.

En la comunicación, estas dos tendencias, contradictorias, generan conflictos, y aquí se sitúan los procedimientos de cortesía, que permiten conciliar el deseo de los interlocutores de mantener sus imágenes con el hecho de que muchos actos amenazan una u otra de las imágenes. En la comunicación, en general, se tiende a preservar las imágenes, la propia y la ajena. Se busca atenuar los actos que pueden resultar amenazantes para el otro (*Face-Threatening Act -FTA-* en la terminología brown-levinsoniana), por medio de cortesía negativa, dirigida a la imagen negativa del interlocutor, o por medio de cortesía positiva, dirigida a la imagen positiva del interlocutor.

En una interacción, se produce pues una implicación de esas dos imágenes, positiva y negativa, tanto del locutor, como del interlocutor. Nuestra hipótesis es que *un mismo* acto de habla puede impactar de manera diferente sobre las imágenes de los protagonistas de la interacción. Un mismo acto de habla se realiza generalmente por medio de estrategias diversas, pero no todas implican de la misma manera a esas imágenes de los interlocutores, ni tienen los mismos efectos sobre ellas. Si pensamos, por ejemplo, en el acto de habla "invitación", que, en uno de sus efectos, halaga la imagen positiva ajena, no todas las estrategias lo cumplen de la misma manera. No es lo mismo decir:

Ej: No dejes de venir hoy a cenar  
que decir:

Ej: ¿Qué te parece si vienes a cenar hoy a las diez?

La primera manifiesta mayor interés en invitar por parte del locutor que la segunda.

Intentaremos pues mostrar en este estudio, a través del acto de habla "invitación", las implicaciones de las imágenes positiva y negativa de los interlocutores en las distintas estrategias lingüísticas, y con ello, los procedimientos de cortesía involucrados en ellas.

Para ello nos hemos servido de invitaciones formuladas en un contexto de uso, que tiene en cuenta la situación social de la invitación y el tipo de persona a la que se invita, como explicamos más adelante en la constitución del corpus.

Este trabajo se enmarca pues en la línea de estudios de pragmática sobre cortesía, y adoptará la terminología brown-levinsoniana de "imagen positiva/negativa" y "cortesía positiva/negativa".

## **2. El acto de habla "invitación" y las imágenes sociales de los hablantes.**

Todo acto de habla pone en juego las distintas imágenes de los hablantes, como hemos dicho: la imagen positiva y la imagen negativa de cada uno de los protagonistas de la interacción, es decir, del locutor e interlocutor. Vamos a ver cómo sucede esto en el caso de la invitación.

### **2.1. Interlocutor**

**2.1.1.** Su imagen positiva: una invitación satisface la imagen positiva del interlocutor en tanto en cuanto ese acto le indica que se muestra interés por él, que es alguien apreciado, que es merecedor y digno de ser invitado. Invitarle halaga su imagen positiva. En este sentido, invitar resulta un acto de carácter anti-amenazante.

**2.1.2.** Su imagen negativa: al mismo tiempo, invitar a alguien significa también entrar en el territorio ajeno, y esto por una doble razón:

- a) una invitación solicita una acción futura del interlocutor, que éste debe aceptar o no. El interlocutor se ve obligado a dar una respuesta, y su respuesta compromete su propia imagen:
  - la aceptación compromete al invitado a la realización de la acción, y puede afectar a su imagen positiva, si se considera que no tiene reparos en aceptar algo ajeno, en hacerse con algún tipo de bien del locutor<sup>2</sup>
  - el rechazo también compromete su propia imagen en tanto en cuanto ese rechazo es susceptible de ofender al locutor
- b) una invitación suele crear en el destinatario un sentimiento de deuda, una necesidad de corresponder con el locutor<sup>3</sup>. Dice Haverkate:

---

2 Es el caso de algunas culturas en las que no está bien visto aceptar de entrada una invitación, por lo que se establece un "juego" de invitaciones y rechazos hasta que finalmente se acepta la invitación.

3 Ésta es una de las razones por las que una invitación puede provocar incomodidad. En ocasiones, el locutor prefiere rechazar una invitación y amenazar así la imagen positiva del interlocutor, a aceptar la invitación y padecer la amenaza a su imagen negativa por la deuda contraída.

En el caso de las invitaciones, el patrón interaccional es bastante complejo debido al hecho paradójico de que el interlocutor que acepta una invitación no sólo se ve beneficiado, sino también amenazado por la misma. La amenaza está en que al aceptar la invitación, el invitado corre el riesgo de dar la impresión de pensar sólo en su propio provecho. Por esta razón se da por hecho que contrae una deuda con quien invita, que le obliga, en principio, a restablecer el equilibrio del balance coste-beneficio correspondiendo a la invitación cuando se dé la oportunidad. (Haverkate (1994: 108-9))<sup>4</sup>

Lacroix, en su ensayo *De la Politesse*, considera esa deuda como algo perturbador para el receptor:

Le don provoque un déséquilibre dans la relation à autrui. Quand nous donnons, nous faisons d'autrui notre débiteur. Nous compliquons donc son univers mental en y introduisant un élément perturbateur. Nous compromettons le sentiment serein qu'il avait d'être quitte envers nous. Celui qui reçoit éprouve une confusion, une impatience de se libérer par un don réciproque. Nous sommes comptables de cet effet induit par ce don (Lacroix (1990: 341))

En este doble sentido, de conminación a aceptar o rechazar la invitación, y de creación de deuda en el otro, podemos decir que la invitación presiona la imagen negativa del interlocutor.

Así, con respecto al interlocutor, vemos que invitarle afecta directamente a su doble cara, su cara social y su independencia. Invitar es considerar y respetar su imagen positiva, pero al mismo tiempo se corre el riesgo de incomodarlo, de amenazar su imagen negativa. Por esta razón invitar puede ser tan halagador como intrusivo.

## 2.2. Locutor

**2.2.1. Su imagen positiva:** al invitar, el locutor manifiesta su deseo de interacción social, y esto con un doble efecto:

- a) por una parte, realiza algo considerado positivo para el otro, lo que redundará en su propia buena imagen. Invitar supone una valorización de la propia imagen positiva, ya que realizar algo positivo para otro repercute en resaltar la propia cara positiva.
- b) por otra parte, toma la iniciativa de un acto social, que realiza con el deseo de que su destinatario lo acepte -a menos que la invitación sea insincera-

Pero al tomar la iniciativa de dicho acto expone su propia imagen, ya que si la invitación se rechaza, puede ser ofensiva para su imagen positiva, aunque esto lo es más o menos según las culturas

It is very difficult, if not impossible, to turn down an invitation because one is unwilling to accept it without threatening the initiator's positive face, for the action one is rejecting involves being with the initiator (Geis (1995: 113))

---

4 Paradójico es también el concepto de "imagen", con sus dos caras contradictorias: la necesidad de involucrarse socialmente y la necesidad de independencia. Estas dos caras producen a su vez una situación paradójica en la comunicación, en el sentido de que los dos aspectos de la "imagen" tienen que proyectarse simultáneamente en toda comunicación.

**2.2.2. Su imagen negativa:** realizar una invitación supone asimismo una lesión para el propio territorio, ya que quien invita se ofrece a poner a disposición del otro su territorio espacial, temporal, material etc.

Así, invitar afecta a la doble cara del que invita: a su cara social, creándole buena imagen, pero al mismo tiempo a su ámbito territorial, que se ve mermado.

Recapitulando, vemos que actos como la invitación son ambivalentes tanto para el locutor como para el interlocutor: este acto valoriza la imagen positiva ajena y mi propia imagen, pero al mismo tiempo pone en riesgo la imagen negativa ajena y mi propia imagen. En otras palabras, invitar puede ser al mismo tiempo agradable y molesto para el que recibe la invitación, así como para el que invita. Esto se explica porque en la interacción social normalmente aquello que favorece el acercamiento y el interés hacia el otro corre el riesgo de atentar contra la independencia ajena y la propia. Si tenemos en cuenta que normalmente en la comunicación verbal armoniosa se busca preservar tanto la propia imagen como la imagen ajena, la interacción social supone una difícil conciliación entre esas dos necesidades sociales básicas: la implicación y la independencia, y aquí es precisamente donde se sitúan los procedimientos de cortesía.

En algunos estudios sobre cortesía, se considera que invitar es un acto beneficioso para el otro, y por tanto, un acto cortés: "intrinsically polite", para Lecch (1983); un acto cortés, para Haverkate (1994). Para Haverkate, la cortesía inherente a los actos corteses es cortesía de tipo positivo. En nuestro estudio, al analizar la implicación de las imágenes de los interlocutores en las estrategias de invitación, comprobaremos asimismo si esas estrategias se cargan de cortesía positiva o no.

### 3. Corpus.

Para la realización de este estudio, hemos dispuesto de un corpus auténtico de invitaciones orales, que hemos obtenido mediante una encuesta oral a distintos sujetos.

Dicha encuesta se realizó a finales de 1999 en la Facultad de Filología y Geografía e Historia, de la Universidad del País Vasco, en Vitoria-Gasteiz. La población elegida, un total de 84 sujetos, fueron estudiantes, profesores, personal administrativo y otras personas itinerantes seleccionadas al azar; se buscó un equilibrio entre el número de hombres y de mujeres.

Mediante este cuestionario sometimos a los informantes a situaciones de invitación ficticias, pero familiares para ellos, preguntándoles cómo formularían en dichas situaciones una invitación. El cuestionario era el siguiente:

| ¿Qué dices para invitar...? |                             |                            |
|-----------------------------|-----------------------------|----------------------------|
|                             | A alguien que conoces mucho | A alguien que conoces poco |
| A cenar                     |                             |                            |
| A tomar algo                |                             |                            |
| Sexo:...                    |                             |                            |
| Edad:...                    |                             |                            |
| Profesión o estudios:...    |                             |                            |

La consigna a los informantes era que contestaran lo más espontáneamente posible fórmulas que realmente utilizan.

Entre los distintos elementos que condicionan la formulación de una invitación oral, dos parece que son los más determinantes:

- 1 el tipo de persona a quien se invita, y la relación entre los dos protagonistas. Toda interacción está en primer lugar determinada por el tipo de relación socio-afectiva que liga a sus participantes, que puede ser de dos tipos:
  - a) horizontal: se refiere al eje que va de la distancia a la intimidad
  - b) vertical: se refiere al eje que va de la posición "alta" o de "dominante" a la posición "baja" o de "dominado".

Parece que el parámetro más pertinente en el caso de la invitación es el de la relación horizontal, ya que se tiende a invitar normalmente a personas con las que existe una relación de simetría; por ello el parámetro horizontal es el que hemos considerado, por parecernos el más relevante.

- 2 el tipo de invitación, de mayor o menor coste para los dos protagonistas

La consideración de estos dos condicionantes nos llevó a delimitar dos variables en nuestro cuestionario:

- 1<sup>a</sup> por una parte, la variable "persona a quien conoces mucho" (pmc), y "persona a quien conoces poco" (ppc), como una variable operativa en la formulación de la invitación, tal y como nos mostró nuestro estudio. Esta variable la formulamos de esta manera abierta, con objeto de que cada informante pudiera desplazarla a una situación social familiar y real para él.
- 2<sup>a</sup> por otra parte, la variable del tipo de invitación. Establecimos dos tipos: la invitación a cenar, y la invitación a tomar algo. Pretendíamos que fueran situaciones habituales y comunes de invitación en nuestra sociedad. No precisamos más dichas situaciones para que se adaptaran a las distintas realidades de los informantes; por ejemplo, hay informantes que suelen invitar a cenar en casa, otros no. Las dos situaciones sociales son parecidas en un sentido, y se diferencian por la mayor o menor importancia de la invitación, algo que buscamos al mismo tiempo investigar si influye o no en la estrategia de invitación utilizada.

Finalmente, los datos de sexo, edad y profesión/estudios nos han servido para hacer una selección en los sujetos que elegíamos como informantes, buscando una representatividad amplia y variada, y un equilibrio en cada una de estas variables.

#### 4. Análisis

Los datos obtenidos en el corpus nos proporcionan muestras reveladoras de distintas estrategias del acto de habla invitación. En este estudio nos centramos en el acto de habla director, es decir, esa parte de la secuencia que sirve para realizar el acto, independientemente de otros elementos<sup>5</sup>. La clasificación de los datos la realizamos de acuerdo con una distribución clásica de los actos de habla según el tipo de estructura:

---

5 Este mismo criterio es seguido en la clasificación de los tipos de estrategia "requests" de Blum-Kulka y alt. (1989)

1. Declarativa
2. Imperativa
3. Interrogativa.

Asimismo, consideramos el criterio de la orientación de la invitación. Por orientación de la invitación entendemos el énfasis que se hace en el papel de los interlocutores. Así, una invitación puede estar

-orientada hacia el locutor:

Ej: Te invito a un café

-orientada hacia el interlocutor:

Ej: ¿Te apetece tomar un café?

-orientada hacia ambos interlocutores

Ej: Vamos a tomar un café

Las tres alternativas no se encuentran en todos los tipos de estrategia.

### **Estrategias de invitación:**

#### **A. Formas declarativas:**

- A. 1. (1) Te invito a cenar esta noche (pmc<sup>6</sup>)
- (2) Hace mucho que no nos vemos, te invito a cenar (pmc)
- (3) Te invito a tomar algo (pmc)

La forma performativa es totalmente minoritaria en nuestro corpus como forma de invitación (2%). Se trata de realizaciones explícitas del acto de habla, que, como suele suceder con los enunciados performativos en general, normalmente suelen quedar reservados para casos especiales, por ejemplo, usos enfáticos (Mulder, 1993).

Se invita sólo así en nuestro corpus a personas muy conocidas, y no a personas poco conocidas; no es extraño que esto suceda, ya que tal expresión del acto de habla supone una entrada directa en el territorio del interlocutor, sin ninguna amortiguación. Significa una fuerte solicitud hacia el interlocutor, lo que presiona su imagen negativa. Esto podemos realizarlo con personas a las que conocemos, y con las que la familiaridad nos otorga la confianza de saber que no existe mayor riesgo en esa invasión territorial ajena.

Por otro lado, estas formulaciones explícitas indican un mayor acercamiento entre las personas, acentúan la faceta de la invitación como acto beneficioso para el otro, y por tanto favorecen la cortesía positiva. Sin embargo, con una persona poco conocida, esta forma de invitación resulta más amenazante para su imagen negativa, ya que no sabemos si la persona desca o no ser invitada.

Al ser formas explícitas y orientadas hacia el locutor, el locutor aparece fuertemente implicado, exponiendo su imagen. Ponen de manifiesto que el locutor es quien realiza la invitación y que por tanto el coste de la invitación es para él, algo delicado en la comunicación, ya que al interlocutor le hacen sentir más deudor. Además, al presentarse el locutor como el responsable de realizar la invitación resultan más difíciles de rechazar y dejan menor libertad de respuesta en el interlocutor. No es de extrañar, pues, que estos enunciados no sean apenas utilizados, y cuando lo son, lo son con personas cercanas.

---

6 pmc: persona muy conocida; ppc: persona poco conocida

Vemos que en la invitación los enunciados performativos no son realmente los más aptos para realizar el acto de habla. El verbo “invitar” se emplea con cierta frecuencia en nuestro corpus, pero realizado el acto de habla, como una especificación del mismo; entonces significa “pagar” y aclara que el que invita es el que paga:

- (4) Vamos a tomar algo, te invito
- (5) ye, ¿por qué no nos quedamos a cenar? Venga, invito yo, que hoy estoy generosa
- (6) ¿Qué te parece si me acompañas a tomar algo? Te invito yo.
- A.2. (7) Si quieres, podemos quedar en X para comer y hablar tranquilamente<sup>7</sup> (ppc)
- (8) Si te apetece, podemos ir a tomar algo (ppc)
- (9) Oye, podríamos quedar un día para cenar o así (ppc)
- (10) Podríamos ir a cenar esta noche o cuando te venga bien. Pago yo (ppc)

Sólo un 4,7% de las invitaciones de nuestro corpus se realizan así, y nunca se usan con personas muy conocidas. En ellas, la estrategia consiste en aseverar la posibilidad que existe de realizar la acción en cuestión. Este procedimiento, plantear una invitación como una posibilidad, tiene como efecto mitigar el posible riesgo que esa invitación puede tener para la independencia ajena, y por tanto suavizar la eventual imposición en esa libertad. Se trata pues de un procedimiento de cortesía negativa.

Las fórmulas en condicional, la mayoría (10 en condicional frente a 6 en presente), suponen un grado más de deferencia hacia el interlocutor, ya que el condicional tiene como efecto desactualizar la acción y por tanto poner a distancia la realización del acto, con lo que se le permite al interlocutor mayor libertad de acción.

Esta forma de invitación aparece en todos los casos orientada hacia el “nosotros”; esa orientación constituye una manifestación de solidaridad del locutor hacia el interlocutor en el acto. Sin embargo, suele venir acompañada de fórmulas como “si quieres/si quisieras/si te apetece/si tienes tiempo”, que actúan como mitigadores del acto de habla y constituyen otro procedimiento de atenuación de la eventual imposición. Esto se muestra asimismo en la orientación de estas fórmulas hacia el “tú”, frente al “podemos/podríamos”, lo cual hace más manifiesta esa voluntad de respeto hacia la imagen negativa ajena.

En la mitad de los casos, esta estructura va seguida de otra, del tipo “¿qué te parece?”, “¿te apetece?”, acumulándose de esta manera dos procedimientos:

- (11) Podríamos ir a cenar la semana que viene. ¿Qué te parece? (ppc)
- (12) Podríamos ir a tomar un café ahora que tenemos tiempo ¿te apetece? (ppc)

El segundo procedimiento, enfocado hacia el “tú”, hace más explícita la interpelación al interlocutor, y refuerza la consideración de su libertad.

---

7 En un estudio similar que hemos realizado para el francés, el objeto de invitar a alguien poco conocido suele ser “pour faire connaissance”; en español, “para hablar”: aquí tenemos una diferencia cultural.

Estas invitaciones se emplean únicamente con personas poco conocidas en nuestro corpus. Su indirección, unida generalmente a marcas que mitigan la eventual presión sobre el interlocutor, así lo justifican.

## B. Formas imperativas

- B.1.** a) (13) Vente conmigo a cenar esta noche (pmc)  
b) (14) Venga, vamos a tomar unos potes, que hace tiempo que no hablamos (pmc)  
(15) Cuando quieras, nos vamos a cenar por ahí (pmc)  
(16) Vamos a tomar algo, anda (pmc)  
(17) Oye, vamos a tomar un cafecillo, que te invito (pmc)  
(18) Vamos a tomar unos cacharros por ahí (ppc)

Sólo 5 de 336 invitaciones son imperativas del tipo a). El resto, 32 de 336, son del tipo b). Se trata de una estrategia directa del acto de habla. Su especificidad es el uso del imperativo y para Brown y Levinson se trataría de usos directos y abiertos, sin mitigación. El imperativo, generalmente, tiende a asociarse a los actos directivos, es decir, a inducir al interlocutor a llevar a cabo alguna acción, y por eso suele considerarse no cortés. Aquí, su efecto es el contrario, ya que, mediante el imperativo, se exhorta al otro a aceptar la invitación, que se sobreentiende es para su propio beneficio; es decir, se pone de relieve el interés que tiene el otro en aceptar, ya que, en principio, no se le induciría a aceptar algo que no fuera beneficioso para él. Por eso, estas formas directas con imperativo resultan corteses:

Provided that no other face wants are infringed, the firmer the invitation the more polite it is (Brown y Levinson (1987: 99))

Estas formas directas muestran mayor interés del locutor en satisfacer la imagen positiva de su interlocutor, acentúan el acercamiento y por tanto constituyen un procedimiento de cortesía positiva. Esto se ve reforzado por la orientación de la invitación en la mayoría de los casos hacia el "nosotros", es decir, como una marca de solidaridad en la acción. Se prestan por lo tanto, como muestra el corpus, a ser empleadas más bien en la situación social informal de invitar a tomar algo, más que en la situación de invitar a cenar.

Su uso en nuestro corpus se limita a las personas muy conocidas, y es porque al resultar formas cercanas, tienden lazos de unión, pero al mismo tiempo se corre mayor riesgo de invadir el espacio territorial; por eso, con personas lejanas, de las que no sabemos si desean o no esa invitación, pueden resultar amenazantes para su imagen negativa.

## C. Formas interrogativas

- C.1.** a) (19) Vamos a hacer una cena tal día, ¿te apetece venir?<sup>8</sup>(pmc)  
(20) ¿Te apetece tomar algo y así charlamos un rato? (pmc)

---

8 Exponer previamente la acción que va a realizarse por parte del locutor antes de proponérsela al interlocutor lo concebimos, por una parte, como una manera de amortiguar el acto de habla, anunciando la acción, y por otra parte, como una forma de proteger la propia imagen. Este procedimiento se encuentra en esta estrategia de invitación.

- (21) ¿Te apetece que vayamos a cenar? (ppc)
- (22) ¿Te apetece que nos sentemos tranquilamente a tomar algo? (ppc)
- (23) ¿Te apetecería venir a cenar a casa? (ppc)
- b) (24) ¿Quieres venirte a cenar esta noche? Prometo no envenenarte (pnc)
- (25) ¿Quieres tomar un café? (pnc)
- (26) Voy a tomarme un café, ¿quieres venir? (ppc)
- (27) ¿Quieres que quedemos un día a cenar? (ppc)
- c) (28) ¿Te gustaría que fuésemos a cenar esta noche? (ppc)
- (29) Hemos organizado una cena ¿te gustaría venir? (ppc)
- (30) ¿Te gustaría quedar a tomar un café conmigo? (ppc)

Estas formulaciones son las más utilizadas en nuestro corpus, con una notable diferencia respecto a las demás: el 35%. Asimismo son las más empleadas con personas poco conocidas, la mitad de las invitaciones a estas personas se realizan así (48,2%) y la otra mitad se reparte entre una amplia variedad de formas en las que la que tiene mayor regularidad tiene una regularidad del 9%, es decir, a mucha distancia. Se puede decir por tanto que estas formas representan la rutina conversacional más habitual de invitar a alguien poco conocido y la segunda más habitual de invitar a alguien cercano a nosotros (22%) - aproximadamente la mitad de casos que con personas poco conocidas-.

Las preguntas que incluyen los verbos “apetecer”, “gustar”, “querer”, interrogan sobre una de las condiciones de realización del acto: el deseo, las ganas, el gusto por realizar el acto. Esta condición es una de las condiciones principales de realización del acto de habla que nos ocupa, ya que lo primordial para aceptar una invitación es desearlo, quererlo.

Son formas respetuosas con la cara negativa del interlocutor, que previenen la eventual molestia que se puede realizar al proponer una invitación:

- porque interrogan precisamente sobre una condición de satisfacción esencial
- y porque se trata de una pregunta, lo que deja libertad de respuesta en el interlocutor

Esta estrategia representa por tanto un procedimiento de cortesía negativa.

Cuando invitamos a las personas poco conocidas, las formas en condicional son las preferidas, siendo el verbo más empleado: “gustar” (“¿Te gustaría?”), seguido a distancia de “apetecer” (“¿Te apetecería?”). El condicional representa, frente a la forma en presente, un grado más de cortesía negativa, ya que en estos casos, el condicional tiene como misión desactualizar la acción, es decir “¿Te apetecería...?” en lugar de “¿Te apetece...?”. produce un efecto de irreal y por tanto menor compromiso para el interlocutor. Cuando invitamos a alguien próximo preferimos el presente, y utilizamos sobre todo el verbo “apetecer” y “querer” (“¿Te apetece...?”, “¿Quieres...?”).

Esta estrategia de invitación está enfocada hacia el “tú”, manifestando con ello una atención a la imagen de la otra persona, lo que valoriza la imagen positiva del locutor: pero este hecho, unido a la condición de deseo sobre la que se pregunta, hace al mismo

---

9 Nótese que para realizar la invitación, el verbo “gustar” debe ir en condicional. En presente, ya no realiza ese acto de habla.

tiempo que estas preguntas sean más comprometedoras para el interlocutor, ya que un rechazo a la invitación conllevaría implícitamente una negativa del deseo de llevar a cabo la acción propuesta: por ello, en una respuesta preferida, un rechazo a una invitación de este tipo suele presentarse bajo una excusa o justificación, y no bajo una simple negación explícita del deseo del invitado.

En los casos en que la acción propuesta está enfocada hacia el “nosotros”, ese rechazo probablemente atente más contra la imagen positiva del locutor. Así, un rechazo a:

(31) Te apetece venir a tomar un café?

puede ser menos ofensivo para el locutor que

- (32) ¿Te apetece que quedemos para tomar algo?  
C.2. a) (33) ¿Vamos a tomar algo?(pmc)  
(34) ¿Vamos a cenar por ahí esta noche? (pmc)  
(35) ¿Nos tomamos luego una caña? (pmc)  
(36) ¿Echamos un pote? (pmc)  
(37) ¿Nos vamos a tomar un cacharro? (pmc)  
b) (38) Venga, ¿te vienes a echar un trago? (pmc)  
(39) ¿Te vienes a casa a cenar? (pmc)  
(40) ¿Te vienes a casa a cenar? (pmc)

Estas formas interrogativas son la primera manera de invitar a alguien cercano, y la segunda forma más habitual de invitar a alguien en general, en nuestro corpus.

En las fórmulas del tipo a) se incluye el locutor, mostrando explícitamente que participa de la acción propuesta. Se trata de una forma de invitar que enfatiza la cercanía, el compartir algo común, y que, por lo tanto, emplea cortesía positiva. De este modo se atenúa la eventual amenaza a nuestro interlocutor, mediante una acción dirigida a su imagen positiva: mostrarle que participamos con él, que nos solidarizamos con él en esa acción. Este matiz no aparece tan presente en las formulaciones del tipo “¿Vienes a tomar algo?”, orientadas hacia el interlocutor.

Es curioso observar que las primeras, las orientadas hacia ambos interlocutores, se utilizan sobre todo en situaciones de invitar a tomar algo, y no de invitar a cenar, es decir, la situación social es un factor influyente en la elección de esta estrategia de invitación: una invitación a tomar algo se presta más a un planteamiento inicial de acción acompañada mientras que las situaciones de invitar a cenar, que requieren mayor coste del interlocutor, aparecen más bien orientadas hacia el interlocutor, es decir, cuando es más necesaria la solicitud de acción ajena.

Estas invitaciones permiten libertad de respuesta en el interlocutor mediante la interrogación: en contrapartida, son poco solicitativas de ese interlocutor. El locutor, a su vez, aparece menos implicado en ellas que en otras formas. En este sentido, podemos decir que se trata de formas neutras de invitación.

Se utilizan sobre todo con amigos, familiares .... es decir, cuando sabemos que el riesgo de invasión del terreno ajeno es mínimo, y que tenemos la libertad de plantear esa invitación. En los escasos casos en que se utiliza con personas menos conocidas, el efecto puede ser el de reforzar el acercamiento.

- C.3.** (41) Oye, ¿por qué no vienes a cenar esta noche a casa? (pmc)  
(42) ¿Por qué no nos vamos a cenar por ahí? (pmc)  
(43) Oye, ¿por qué no nos vamos a tomar algo mientras esperamos el bus? (pmc)  
(44) ¿Por qué no hablamos más tranquilamente en algún sitio, te invito yo a tomar algo? (ppc)  
(45) ¿Por qué no quedamos y cenamos un día? (ppc)

La pregunta con “¿Por qué no...?” es una forma convencional de invitar, o proponer algo. Actúa como una sugerencia, de hecho la forma es habitual en las sugerencias: “¿Por qué no te pones el abrigo? Hace frío...” En tanto en cuanto, en nuestro corpus, estas formas implican casi siempre a ambos interlocutores, refuerzan el acercamiento entre ellos. Se propone algo beneficioso para ambos, destacando con ello sus respectivas imágenes positivas.

Generalmente, este procedimiento acentúa la cortesía positiva y lo concebimos más bien como una forma de crear un terreno común en la interacción.

Desde el punto de vista de la repercusión sobre la imagen negativa ajena, se trata de formas respetuosas con esa imagen ya que la formulación indirecta del acto de habla mitiga la invasión en el territorio ajeno; resultan poco directivas (compárese con “¿Por qué no te callas de una vez?”). Además, permiten la opcionalidad en la respuesta.

La estructura “¿Por qué no...?” representa la cuarta forma más común de invitar a alguien en nuestro corpus. Se utiliza el doble de veces con personas cercanas que con personas lejanas, es decir, que ese refuerzo de solidaridad que esta estrategia implica se realiza ya cuando esa cercanía existe. En el caso de las personas más lejanas, se observa que el objeto de la invitación: cenar o tomar algo, a veces no se propone directamente, sino dando un rodeo:

- (46) Oye, ¿por qué no nos vemos un día? Venga, quedamos para cenar y charlamos.
- C.4.** (47) El otro día hablamos de hacer una cena. ¿Qué te parece si quedamos mañana a las ocho? (pmc)  
(48) ¿Qué te parece si quedamos para charlar durante la cena esta noche? (ppc)  
(49) No tengo ningún plan para hoy a la noche ¿qué te parece si cenamos juntos y así aprovechamos para conocernos mejor? (ppc)  
(50) ¿Qué te parecería ir a cenar el sábado? (ppc)

Esta forma indirecta de invitar a alguien es poco utilizada en nuestro corpus (8,3%), y, por lo general, se utiliza con personas poco conocidas. No es de extrañar, ya que esta estrategia manifiesta distancia y respeto por la imagen negativa del otro al interrogarle literalmente sobre la opinión que le merece la invitación que se le propone, opinión que teóricamente debe ser favorable para que el acto de habla se realice. Está orientada a mitigar el posible riesgo que puede suponer para la independencia ajena, y por tanto, constituye un procedimiento de cortesía negativa.

El uso del condicional, en algún caso, representa un grado más de cortesía negativa.

El enfoque en el “nosotros” se mantiene, como en otras estrategias, como marca de

acción común, aunque, como en el caso, de C.1, la fórmula generalmente se orienta al mismo tiempo hacia el “tú”, a quien se le solicita expresamente la entrada en su territorio.

Es frecuente que esta formulación venga precedida por lo que Blum-Kulka llama “supportive moves”, es decir, elementos que acompañan al propio acto de habla, y que, en algunos casos, pueden constituir por ellos mismos el acto de habla:

- (51) Me gustaría hablar con usted de un asunto importante. ¿Qué le parece hablarlo esta noche cenando? (ppc)
- (52) He pensado que podíamos quedar algún día para hablar tranquilos ¿qué te parece si vamos a cenar uno de estos días? (ppc)

Este recurso prepara el terreno para realizar la invitación, previniéndole así al invitado: es un procedimiento más de cortesía negativa.

- C. 5. (53) ¿Qué vas a hacer el Sábado? ¿Por qué no te vienes a casa a cenar? (pmc)
- (54) ¿Tienes algo que hacer esta noche? Te invito a cenar si estás libre (pmc)
- (55) ¿Tienes prisa? ¿Vamos a tomar un café? (pmc)
- (56) ¿Tienes tiempo? ¿Quieres que tomemos algo para terminar de ...? (ppc)
- (57) Este viernes ¿tenéis libre? A ver si podemos quedar para cenar (ppc)
- (58) ¿Tienes algo que hacer mañana? Si quieres, quedamos para tomar algo(ppc)

Estas estrategias de invitación contienen todas una pre-invitación. En nuestro corpus, a la pre-invitación siempre sigue la invitación, algo que probablemente sucede en muchas situaciones de uso en las que la pre-invitación se encadena a la invitación, sin esperar una respuesta a la pre-invitación<sup>10</sup>.

Por medio de la pre-invitación, el locutor interroga sobre las condiciones previas a la realización del acto: si el interlocutor dispone de tiempo, si está libre, si no tiene otros compromisos etc. Estas pre-condiciones tienen que ver generalmente con el tiempo y con la ausencia de otras actividades o compromisos importantes. El locutor muestra respeto hacia la individualidad ajena al manifestar que tiene en cuenta esos aspectos para realizar la invitación. Esa consideración hacia la imagen negativa del interlocutor exalta a su vez la propia imagen positiva del locutor, y le facilita invitar, ya que no se trata de una forma impositiva.

Las pre-invitaciones preparan la invitación. Al formular “¿Qué vas a hacer el sábado?” o “¿Tienes algo que hacer mañana?” se anuncia que va a seguir una invitación, con lo cual se amortigua el efecto del acto (cortesía negativa). Si le hacemos esas preguntas a alguien, y nos contesta que “nada” o “nada especial”, nos está contestando al mismo tiempo que tenemos el terreno libre para realizarle la invitación, y el que invita sabe que el invitado está disponible para hacer algo; el invitado puede responder positivamente con

---

10 Para Kerbrat-Orecchioni (1990: 258), lo más frecuente es el encadenamiento inmediato, sin que el interlocutor tenga la posibilidad de responder al “pre-”.

más libertad que en otros casos. Si nos contesta “sí”, sabemos que ya no está disponible, y nos evita así realizar la invitación y exponer nuestra propia imagen positiva; al mismo tiempo, al interlocutor le permite atenuar la ofensa que un rechazo puede suponer para la imagen positiva del locutor, facilitándole el medio de rechazar. Es decir, al locutor la pre-invitación le permite saber si tiene el terreno apto para hacer o no la invitación; al interlocutor, le permiten mayor libertad de respuesta.

Resumendo, la función de la pre-invitación es anunciarla, lo cual tiene un doble efecto sobre las imágenes de los implicados en la interlocución:

- minimizamos la posibilidad de una respuesta no preferida, que amenace la imagen positiva del locutor, en este caso, el rechazo.
- además, mitigamos la amenaza contra la imagen negativa del interlocutor al darle una oportunidad previa de optar, en la interacción.

De manera que protegemos nuestra propia imagen, al proteger la imagen ajena, una ley que generalmente opera en la interacción.

Las pre-invitaciones están dirigidas hacia el “tú”, resaltando así la consideración de la independencia ajena, mientras que la mayoría de las invitaciones que les siguen se orientan hacia el “nosotros”, proponiendo una acción común para un mutuo beneficio. Como en otras estrategias, se simultanea la doble orientación.

Esta forma de invitar ocupa apenas un 4,1% en nuestro corpus, y se usa en la misma proporción tanto con personas muy conocidas como poco conocidas. Por las características de las pre-invitaciones que hemos mencionado, por su alto carácter de protección de la imagen propia y ajena, por su indirectez, parecen formas muy idóneas para ser utilizadas con personas poco conocidas; sin embargo, se utilizan en la misma medida con personas muy conocidas. Una explicación a este hecho reside para nosotros en lo siguiente:

- por una parte, la consideración, la deferencia no se ejerce sólo con las personas a las que se conoce poco; también se ejerce con las personas próximas:

Même dans les conversations familières, les participants semblaient beaucoup plus préoccupés qu'on ne le croit communément par la préservation mutuelle de leurs faces négatives et positives (Kerbrat-Orecchioni (1992:262))

- por otra parte, parece que nos importa de la misma manera, tanto con unas como con otras personas, asegurarnos de que se dan las condiciones previas para poder realizar la invitación, o dicho de otra manera, que es pertinente hacer la invitación.

Nuestro corpus nos muestra asimismo que la invitación se prepara con una pre-invitación en las situaciones siguientes:

- con las personas poco conocidas, cuando se les invita a tomar algo; es decir, cuando la situación social es de poca importancia, el empleo de la pre-invitación lo justifica sobre todo el hecho de que se trate de personas poco próximas.
- con las personas muy conocidas, cuando se les invita a cenar; es decir, esa situación de mayor coste para los individuos justifica el empleo de la pre-invitación, aunque se trate de familiares, amigos...

Pre-invitar es pues una estrategia válida para los dos tipos de personas, pero en cada caso más apta para unas situaciones sociales que para otras.

Mostramos a continuación el cuadro de las distintas estrategias de invitación de nuestro corpus junto al tipo de persona invitada y a la situación social de invitación.

## 5. Conclusiones

En este estudio hemos partido del carácter ambivalente de la invitación en cuanto a su repercusión sobre las imágenes de los interlocutores: invitar halaga la imagen positiva del invitado, pero al mismo tiempo amenaza su imagen negativa. Se considera generalmente que invitar es un acto típico para comunicar cortesía positiva, y sin embargo, comprobamos que en español, algunas estrategias de invitación exhiben cortesía positiva, pero otras exhiben cortesía negativa. Las formas performativas, imperativas y algunas interrogativas (C.2. y C.3.) se cuentan entre las estrategias de cortesía positiva, mientras que el resto de formas interrogativas (C.1, C.4, C.5) y la declarativa (A.2) resultan estrategias de cortesía negativa: cuatro estrategias en cada caso. Invitar en español se realiza en ocasiones enfatizando la cercanía entre el locutor y el interlocutor, y en ocasiones, atenuando la penetración en el territorio ajeno.

La imagen del locutor en la invitación varía a su vez según las estrategias. Generalmente, las manifestaciones de cortesía positiva implican fuertemente al locutor, y ponen en riesgo su imagen, especialmente en las performativas e imperativas; en menor grado, en las interrogativas. Las manifestaciones de cortesía negativa protegen la imagen ajena y por tanto la propia.

Las formas que potencian la cortesía positiva se utilizan principalmente con personas muy conocidas, es decir, que el acercamiento y la solidaridad que se busca entre los interlocutores al invitar se realiza sobre todo entre interlocutores que ya son cercanos, cuando sabemos que el riesgo de amenaza al territorio ajeno es mínimo por conocer su dominio, y cuando nos sentimos más libres para emprender esa acción. Normalmente en la interacción, toda conducta verbal que estrecha el contacto con el interlocutor corre el riesgo de atentar contra su independencia, por eso si ese riesgo no es menor pueden ejercer mayor presión sobre el interlocutor.

Las formas que enfatizan la cortesía negativa sirven sobre todo para las personas poco conocidas, excepto las pre-invitaciones que se usan de igual manera con un tipo u otro de persona, y las formas del tipo “¿Te apetece/Quieres...?” frecuentes con personas conocidas. Preservar la imagen ajena es algo que se busca también con los familiares y amigos, y en el caso de la invitación esto se realiza interrogando por las pre-condiciones para realizar la invitación, e interrogando por la condición de deseo de realización del acto de habla.

La mayoría de las invitaciones se orientan hacia ambos interlocutores, buscando así un terreno en común en la interacción, una solidaridad en la acción: se propone una acción común para un mutuo beneficio. Es el caso sobre todo de las formas de cortesía positiva. Otras se orientan hacia el interlocutor (formas de B.1., formas de C.2.) o combinan la orientación hacia el interlocutor y ambos interlocutores, como las formas de cortesía negativa, que en su enfoque en el interlocutor manifiestan consideración hacia su imagen negativa. De las ocho estrategias de invitación, siete contienen, de manera exclusiva o no, el enfoque hacia ambos interlocutores, muestra de que la invitación se concibe globalmente en términos de propuesta de acción común.

| Estrategias de invitación                        |  | A. DECLARATIVAS        |           | B. IMPERATIVAS                                      |          | C. INTERROGATIVAS           |            |   |             |                              |            |                                   |            |                           |            |
|--|--|------------------------|-----------|---|----------|-----------------------------|------------|---|-------------|------------------------------|------------|-----------------------------------|------------|---------------------------|------------|
| Tipo de persona y situación social de invitación |  | A.1. Te invito a cenar |           | A.2. Podemos ir a cenar / Podríamos ir a tomar algo |          | Venite / Vamos a tomar algo |            | C.1. ¿Te apetece/petecorfa/gustaría...? / ¿Quieres/querrías...? |             |                              |            |                                   |            |                           |            |
|  |  | Podríamos              |           | Podemos   |          | Venite / Vamos              |            | ¿Te apeteece...? / ¿Te gustaría...?                             |             | ¿Quieres...? / ¿Querrías...? |            | ¿Vamos a cenar...? / ¿Tomamos...? |            | ¿Vienes...? / ¿Vienes...? |            |
| persona muy conocida                             |  | 6 (3,5%)               | 0         | 0   | 0        | 5 (2,9%)                    | 28 (16,6%) | 18 (10,7%)  | 2 (1,1%)    | 15 (8,9%)                    | 0          | 25 (14,8%)                        | 11 (6,5%)  | 18 (10,7%)                |            |
| persona poco conocida                            |  | 1 (0,5%)               | 10 (5,9%) | 6 (3,5%)  | 0        | 4 (2,3%)                    | 33 (19,6%) | 22 (13%)  | 20 (11,9%)  | 30 (17,8%)                   | 2 (1,1%)   | 54 (32,1%)                        | 7 (4,1%)   | 3 (1,7%)                  |            |
| TOTAL  |  | 7 (2%)                 | 16 (9,5%) | 16 (4,7%)   | 37 (11%) | 4 (2,3%)                    | 81 (48,2%) | 81 (48,2%)  | 118 (35,1%) | 67 (19,9%)                   | 10 (5,9%)  | 13 (7,7%)                         | 14 (8,3%)  | 7 (4,1%)                  |            |
| Situación social de invitación                   |  | 2 (1,1%)               | 8 (4,7%)  | 8 (4,7%)  | 1 (0,5%) | 24 (14,2%)                  | 57 (33,9%) | 36 (21,4%)  | 36 (21,4%)  | 36 (21,4%)                   | 36 (21,4%) | 36 (21,4%)                        | 36 (21,4%) | 36 (21,4%)                | 36 (21,4%) |

| Estrategias de invitación                        |  | C. INTERROGATIVAS                   |   |                       | TOTAL  |     |
|--|--|-------------------------------------|---|-----------------------|--|-----|
| Tipo de persona y situación social de invitación |  | C.3. ¿Por qué no nos vamos a cenar? | C.4. ¿Qué te parece/parecería ir a cenar? | C.5. Pre-invitaciones | Otras (formas aparecen con regularidad de 3. 2. 1. caso) |     |
| persona muy conocida                             |  | 13 (7,7%)                           | 3 (1,7%)                                  | 7 (4,1%)              | 15 (8,9%)  | 168 |
| persona poco conocida                            |  | 6 (3,5%)                            | 14 (8,3%)                                 | 7 (4,1%)              | 26 (15,4%)   | 168 |
| TOTAL  |  | 19 (5,6%)                           | 17 (5%)                                   | 14 (4,1%)             | 41 (12,2%)   | 336 |
| Situación social de invitación                   |  | 14 (8,3%)                           | 11 (6,5%)                                 | 6 (3,5%)              | 168  | 168 |
| tomar algo                                       |  | 5 (2,9%)                            | 6 (3,5%)                                  | 8 (4,7%)              | 168  | 168 |

La situación social de invitación es determinante en la elección de la estrategia en algunos casos: las fórmulas más directas que implican a ambos interlocutores como “Vamos a tomar algo” o “¿Vamos a tomar algo?” son aptas sobre todo para la situación más informal de invitar a alguien a tomar algo; esas mismas estrategias, cuando se enfocan hacia el interlocutor, es porque solicitan una invitación de mayor coste, como puede ser la invitación a cenar. La sugerencia “¿Por qué no...?” requiere también que la invitación sea de cierta importancia, así como “¿Qué te parece...?”. Las pre-invitaciones con personas cercanas son adecuadas sobre todo para situaciones de mayor compromiso.

Las formas utilizadas para invitar a alguien bien conocido nuestro son principalmente por orden de importancia:

- la forma interrogativa “¿Vamos a ...?”
- la forma imperativa “Vamos a ...”
- la forma interrogativa “¿Te apetece/quieres...?”

es decir, lo principal es proponerle a nuestro interlocutor una acción común; también nos interesa saber si desea o no esa invitación.

Las formas utilizadas para invitar a alguien poco conocido son más numerosas y diversas. Suelen ser más largas, se busca proporcionar mayor contenido en la intervención iniciativa. Pero la forma que destaca mayoritariamente es “¿Te gustaría/Te apetece/Quieres...?”, es decir, que lo prioritario en estos casos es saber si la invitación es deseo o apetencia del invitado.

Globalizando, podemos decir que invitar en español se concibe principalmente como una situación de riesgo para la independencia ajena, riesgo que busca atenuarse sobre todo por medio de la estrategia de cortesía negativa mencionada, que interroga si la invitación es deseo del invitado; y luego como una situación de acercamiento entre los individuos al proponer directamente una acción común. Invitar en español es un claro exponente de la paradoja de la imagen social del individuo, que se debate entre la implicación y la independencia: las distintas estrategias optan o bien por prevenir el eventual atentado contra la independencia ajena, o por tender lazos de unión que favorezcan el acercamiento social.

## 6. Referencias

- AIJMER, K. (1996), *Conversational routines in English. Convention and creativity*. London & New York, Longman
- BACH, K. And HARNISH, R.M. (1979), *Linguistic communication and speech acts*, Cambridge, Mass: The MIT Press.
- BLUM-KULKA, S.H. y alt. (de) (1989), *Cross-cultural pragmatics: requests and apologies*. Norwood, N.J., Ablex.
- BROWN, P. and LEVINSON, S. (1987), *Politeness. some universals in language usage*. Cambridge University Press.
- CONEIN, B. (1986), "Conversation et interaction sociale: analyse de séquences d'offre et d'invitation", *Langages* 81, 111-120.
- ESCANDELL VIDAL, M.V. (1996), *Introducción a la pragmática*, Barcelona, Ariel Lingüística.
- GEIS, M.L. (1995) *Speech acts and conversational interaction*, Cambridge University Press.
- GOFFMAN, E. (1974), *Les rites d'interaction*, Paris, Minuit.
- HANCHER, M. (1979), "The classification of cooperative illocutionary acts", *Language in Society* 8(1), 1-14
- HAVERKATE, H. (1994), *La cortesía verbal. Estudio pragmlingüístico*, Madrid, Gredos.
- HAVERKATE, H. y alt. de. (1998), *La pragmática lingüística del español. Recientes desarrollos*, Amsterdam-Atlanta, Rodopi
- ISAACS, E.A. and CLARK, H.H. (1990), "Ostensible invitations", *Language in Society* 4, 493-509
- KERBRAT-ORECCHIONI, C. (1990, 92, 94). *Les interactions verbales* (tome I, II, III). Paris, Armand Colin.
- LACROIX, M. (1990), *De la politesse. Essai sur la littérature du savoir-vivre*. Paris. Commentaire/Julliard.
- LEECH, G. (1983), *Principles of pragmatics*. Londres, Longman.
- LEVINSON, S. (1983), *Pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- MULDER, G. (1993) "¿Por qué no coges el teléfono?: acerca de los actos de habla indirectos", en Haverkate, H. y alt. *Aproximaciones pragmlingüísticas al español*. Amsterdam-Atlanta, Rodopi.
- PICARD, D. (1995). *Les rituels du savoir vivre*. Paris, Seuil
- SCOLLON, R. and SCOLLON, S.W. (1995), *Intercultural communication*. Oxford. Cambridge, Blackwell.
- STENSTRÖM, A.-B. (1994). *An introduction to spoken interaction*. Longman.
- TSUI, A.B.M. (1994), *English conversation*. Oxford University Press.
- WATTS, R. And alt. (eds) (1992). *Politeness in language. Studies in its history, theory and practice*. Berlin, Mouton de Gruyter.