

La figura de la mujer: la (des)cortesía y la construcción de la imagen de la mujer en el blog *Testosterona*

The figure of the woman: (im)politeness and image construction of the woman in the blog *Testoterona*

Adriana Regina Dantas Martins
Geórgia Maria Feitosa e Paiva

Resumen

Las construcciones tradicionales sobre el género acaban por generar en muchos casos, un sistema de conductas estereotipadas para lo masculino y lo femenino. Este trabajo pretende investigar en qué medida la publicación “Lo que las mujeres necesitan saber sobre relaciones” utiliza estrategias de (des)cortesía para construir la imagen de la mujer. Para esto, esta investigación se ha realizado en dos etapas: a) en la primera fase, se ha creado un cuadro correlacionando los modos de manifestación de poder propuesto por Thompson (2000), las estrategias de cortesía de Brown y Levinson (1987), y los estudios de (des)cortesía de Bousfield (2008); b) a continuación, se han identificado las estrategias de (des)cortesía de la publicación y sus debidas respuestas, que después han sido analizadas según los elementos contextuales e ideológicos (Thompson, 2000). Los resultados han demostrado que el autor de la publicación y su respectiva audiencia hicieron uso de estrategias de cortesía *off-record* y de descortesía positiva y negativa para expresar diferentes formas de poder, entre ellas, se destaca: la disimulación, la fragmentación y la unificación. Con base en el modelo analizado, se concluye que la imagen de la mujer está banalizada, por un discurso machista, por el que se infiltran estrategias de cortesía.

Palabras clave: cortesía, descortesía, ideología, blog

Abstract

Traditional constructions of gender eventually generate in many cases, a system of stereotyped behaviors. This work aims to investigate how the blog post “What women need to know about relationships” uses (im) politeness strategies to build the image of women. This research was conducted in two stages: a) In the first phase, we considered the correlating modes of manifestation of power proposed by Thompson (2000), politeness strategies postulated by Brown and Levinson (1987) and the studies of (im)politeness of Bousfield (2008); b) after that, we identified the (im)politeness strategies in the comments to the post, which were analyzed according to the contextual and ideological elements suggested by Thompson, 2000. The results have shown that the author of those publications and the

Dantas Martins, A. R. y Feitosa e Paiva, G.M. (2015). La figura de la mujer: la (des)cortesía y la construcción de la imagen de la mujer en el blog *Testosterona*. *Textos en Proceso* 1(2), pp. 183-205.

DOI: 10.17710/tep.2015.1.2.8dmartins

ISSN 2001967X

audience use off-record politeness strategies and positive/ negative impoliteness strategies to express different forms of power, these include dissimulation, fragmentation and unification. Based on this model, we conclude that the image of women is trivialized by a sexist discourse, which infiltrate politeness strategies.

Keywords: politeness, impoliteness, ideology, blog

Adriana Regina Dantas Martins, Universidad Estadual de Ceará, adriana.martins2004@gmail.com
Geórgia Maria Feitosa e Paiva, Universidade Federal do Ceará, georgiafeitosa@hotmail.com

Recibido: septiembre 2014 / Aceptado: abril 2015

1. Introducción

Las interacciones sociales a través de redes sociales son parte de la realidad de muchas personas. Independiente del grupo etario, compartir la rutina através de blogs¹, *facebook* y *twitter* es una forma de construir e mantener relaciones. Es interesante pensar que los géneros impresos aparecen retextualizados en otro tipo soporte, como por ejemplo, el virtual, y así, las relaciones que se construyen allí son distintas de las relaciones cara a cara. En ese aspecto, Maingueneau (2004, p. 71) afirma que es importante considerar el discurso y su relación con el soporte y el modo de difusión, es decir, de acuerdo con el soporte y el modo de divulgación, un discurso puede cumplir diferente rol comunicativo. Para Maingueneau: “Fue, principalmente, con la llegada de los medios audiovisuales y el desarrollo de la informática que tuvimos la toma de conciencia de ese rol crucial del medio. Ellos revolucionaron efectivamente la naturaleza de los textos y su modo de consumo. Su aparición provocó una ruptura con la civilización del libro, que traía consigo toda una concepción de sentido. Revolución que también tuvo el efecto de un mejor conocimiento de la especificidad de lo oral y de los cambios realizados previamente por la escrita y la prensa” (Maingueneau, 2004, p. 72).

El medio del que habla Maingueneau no significa solamente el medio en el cual circula un discurso, sino también el vehículo que cambia el sentido de los discursos que están en circulación. Eso quiere decir que una interacción através del ordenador, donde el espacio físico se materializa en el ambiente virtual, se configura de modo distinto de una interacción cara a cara, pues cada soporte tiene su especificidad. Marcuschi (2008, p. 174) destaca que el

¹ Teniendo en cuenta que la palabra blog forma parte del vocabulario de los hablantes del español, no la escribimos en cursiva.

soporte es imprescindible para que el género circule en la sociedad y que de alguna forma él influencia la naturaleza del género. Además, afirma que la internet es “un soporte que acoge y conduce géneros de los más diferentes formatos” (Marcuschi, 2008, p. 186). Desde esa perspectiva, se puede decir que el blog es un género que se materializa a través del soporte virtual.

Con respecto a las interacciones que tienen lugar allí, los comentarios de los lectores ni siempre toman en cuenta las normas éticas de interacción de internet.² En general, tales comentarios son determinados por el tipo de blog donde están. Aquí es importante considerar que en la interacción cara a cara, las normas éticas de interacción también pueden ser infringidas, o sea, ese hecho no está conectado directamente al soporte, sino al tipo de género y a los sujetos interactuantes. En ese contexto, ni siempre los actos de habla allí presentes, en la modalidad escrita, son corteses. Se puede decir que ser cortés o no depende de varios factores que están presentes en el ámbito del contexto, de las emociones, del imprevisto, de la intención del interlocutor y de la complejidad que abarca toda la interacción discursiva, por ejemplo: estar de acuerdo o en desacuerdo con algo o alguien; afinidad o no con los otros actores sociales (internautas); o depende de actos de habla prejuiciados o violentos, que de algún modo naturalizan algún tipo de comportamiento. Cuanto a los actores sociales, señalan que: “El actor social no es un idiota cultural siempre sometido a la fuerza coercitiva de las normas sociales que se expresan en su mundo. Es él un miembro de una comunidad, participante de un dominio del discurso, activo para estar de acuerdo o en desacuerdo (total o parcialmente), completar, adaptar o ejecutar lo que el lenguaje social de su entorno le impone, reelaborando su mundo de modo dialógico. El mundo social con sus normas se construye alrededor del sujeto y por medio de su interacción con otros sujetos a través de la elaboración de discursos expresados en enunciados que jamás serán recibidos pasivamente por los individuos (Dantas y Gomes, 2008, p. 3)

Teniendo en cuenta la citación anterior de Dantas y Gomes y desde una visión pragmática del lenguaje como acción, según la cual hacemos cosas con las palabras (Austin, 1975), es importante aún considerar que las publicaciones en un blog (del administrador del blog como de los participantes) refuerzan ciertos tipos de discurso y comportamientos. En el blog Testosterona (<http://www.testosterona.blog.br>), el discurso en circulación no siempre favorece la autoestima de la mujer.

² Para saber sobre las reglas de interacción en Internet, <http://www.recantodasletras.com.br/artigos/2907386>

La metodología de este estudio se constituye en un análisis discursivo a la luz de la teoría de la cortesía lingüística y de los modos de ideología de Thompson. Se analizan las publicaciones presentes en el blog Testosterona y el modo como se establece la performatividad de la naturalización de la violencia lingüística contra la mujer y de la construcción de un discurso colonialista y patriarcal sobre la mujer por medio del lenguaje verbal e visual. Dicho análisis es orientado por una visión de lenguaje defendida por la Nueva Pragmática (Rajagopalan, 2010).

A partir del proyecto piloto de análisis, es posible darse cuenta de que las mujeres, por razones de género sufren discriminación y violencia lingüística. Si en algunos casos, los actos de habla se enmascaran en tonos jocosos, no significa que la violencia lingüística es menos cruel. También es posible observar que los actos de habla corteses y no corteses son ideológicamente marcados, aunque el interlocutor no sea consciente de la repercusión de cada acto, ya que cada ser es en primera instancia un ser lingüístico, histórico y social. Ampliando la violencia lingüística sufrida por la mujer, se puede decir que la violencia física es de alguna manera una consecuencia de esta violencia que se inició con las palabras y que va más allá del lenguaje, y actos corteses y no corteses sirven para expresar las ideologías que cada sujeto interactuante defiende o no. Estudiar estos actos (no) corteses es un mecanismo para comprender las ideologías presentes en todos los discursos con el fin de violentar al otro, o a la otra. La violencia contra las mujeres está más allá de una lesión física, y los actos de habla, corteses y no corteses, también pueden ser una forma de violencia.

2. Los Modos de Operación de la Ideología de Thompson

En la sociedad actual es cada vez mayor la circulación de las formas simbólicas, tales como las expresiones lingüísticas, la televisión, el arte, el drama, las acciones, las interacciones humanas, etc. Con la globalización y el capitalismo, la circulación de esas formas simbólicas se establece con un nuevo aspecto. Sobre la forma simbólica, Thompson (2000, p. 79) entiende que es “una amplia gama de acciones y lenguajes, imágenes y textos, que son producidos por los sujetos y reconocidos por ellos y por otros como constructos significativos”. En otras palabras, esto significa las diversas representaciones de la persona en acción que circulan en los diferentes roles sociales que cada ser social se inscribe. Y estas formas simbólicas pueden ser verbales, no verbales o una combinación de ambos lenguajes.

Thompson (2000, p. 72) analiza dos concepciones de ideología: la concepción neutral y la crítica. La primera se refiere a los fenómenos ideológicos sin abarcar la definición de estos fenómenos. En otras palabras, se apunta para un aspecto de la vida social que puede estar presente en diferentes discursos, sin preocuparse con los cambios o con el mantenimiento del orden en la sociedad. La ideología es versátil y atiende a los diferentes intereses sociales, ya sea de lucha o de dominación. La concepción crítica concibe el fenómeno ideológico como engañoso, ilusorio o parcial.

La concepción crítica de ideología de Thompson (2000, p. 75) se centra en cómo las formas simbólicas se cruzan con las relaciones de poder, y está interesada en cómo el sentido se moviliza en el mundo social, colaborando para reforzar el poder de las personas y de los grupos.

Para estudiar ese concepto de ideología en las prácticas sociales, Thompson (2000) considera tres aspectos: la noción de sentido, el concepto de dominación y las formas en que el sentido puede servir para establecer y sostener las relaciones de dominación. Sobre la noción de sentido, Thompson está interesado en el sentido de las formas simbólicas que se insertan en contextos sociales y que circulan en el mundo social. Las posiciones sociales dan al individuo diferentes escalas de “poder”, lo que posibilita que cada individuo utilice ese “poder” para alcanzar algún objetivo o para decidir algo.

El concepto de dominación se refiere a las relaciones sistemáticamente asimétricas, eso significa que un grupo en particular o un agente detentan el poder de una manera durable en determinada condición social en que existe la posibilidad de exclusión de un grupo frente a otro.

El tercer aspecto dice respecto a la interacción entre el sentido y el poder en las circunstancias sociales propias. La ideología presente en esas prácticas actúa por medio de cinco modos de operación: la legitimación, la disimulación, la unificación, la fragmentación y la cosificación.

Aunque Thompson (2000, pp. 81-89) presente dichos Modos de Operación de la ideología (ver tabla más adelante), él enfatiza que la ideología puede, en circunstancias particulares, operar de otras maneras y que esas estrategias no están únicamente asociadas a esos modos, es decir, que ciertas estrategias se asocian con ciertos modos.

3. La cortesía lingüística

Los estudios de Pragmática consideran el aspecto social, en vista de los procesos interactivos y sus sujetos interactuantes. El estudio de la comunicación sin tener en cuenta los contratos comunicativos entre sujetos interactuantes en contextos específicos es casi imposible. La teoría de la cortesía es un fenómeno lingüístico relevante porque cubre todos los aspectos del discurso que se rigen por reglas que tienen la función de preservar el carácter armonioso de la relación interpersonal, puede ser relativo al comportamiento verbal o no verbal.

Basado en los actos de habla de Austin (1962) y en el principio de cooperación de Grice (1975), Brown y Levinson publican su teoría de la cortesía (1978) y contribuyen de manera significativa con los estudios lingüísticos. La cortesía es un conjunto de procedimientos que el hablante utiliza para proteger o valorar a su interlocutor de interacción. La cortesía puede ser considerada como una “estrategia” para que la comunicación sea cómoda para ambos, el hablante y el oyente. Incluso se podría afirmar que ser cortés es una regla de la interacción, dado que en situaciones de comunicación se espera siempre una actitud de cortesía del sujeto interactuante, pero es importante tener en cuenta que esta opción depende de cada hablante al considerar el rumbo de la conversación. En general, los comportamientos no corteses son muy perceptibles en relación a los corteses, y muchas veces las construcciones lingüísticas positivas son más corteses que las negativas. Desde una perspectiva social, significa que la cortesía es primordial para la comunicación y que respetar al otro y preservar uno mismo es un estado de equilibrio.

4. Principio de la ironía y de *banter*³

De acuerdo con Attardo (2009, p. 405), el término ironía se utiliza para describir un fenómeno lingüístico (ironía verbal) y un fenómeno situado. De modo particular, la ironía implica meta-representaciones que están conectadas a la entonación de voz, elementos cenestésicos (como el parpadear de un ojo) y la intención del hablante. Boutonnet (2009, p. 408) señala que en un enunciado informal el cambio de estilo formal para el informal puede caracterizar un efecto irónico o la actitud de introducir una fraseología que pertenece a otro campo discursivo con el fin de causar una ambigüedad.

³ El término *banter* se utiliza en el original, pues no tiene equivalente en español según el *Diccionario* de la Real Academia Española. Sin embargo, según el sitio <http://www.linguee.com>, significa “broma”.

Grice (1983), en sus estudios sobre los principios cooperativos acentúa la ironía como una implicatura conversacional y señala que, en las prácticas comunicativas, existe una cuestión que escapa a los parámetros del gran principio de la cortesía, que son esas violaciones a los principios causados por los enunciados irónicos o sarcásticos que trabajan en dirección opuesta. Leech (1983) afirma que: “si usted causa ofensa, al menos hágala de una manera que no sea abiertamente en conflicto con el PC [Principio de Cortesía], sino que permita al oyente llegar al punto ofensivo de su comentario indirectamente, a través de la implicatura”.

Leech (1983) refuerza que la ironía es *mock-politeness*, que significa ser cortesía aparente, cuando en realidad es ofensivo. Esa práctica es muy común en las interacciones comunicativas, los participantes hacen uso de los recursos irónicos para suavizar un enunciado ofensivo que no debe ser tomado en serio. El principio de *Banter* funciona en sentido contrario, ya que es ofensivo deseando ser amable. Eso ocurre cuando los participantes comparten algún grado de afinidad y los términos lingüísticos empleados, aunque sean peyorativos en ese contexto, se pretende que sean amigables. Esa práctica es muy común en las redes sociales y en los blogs, pues es una manera de exponer las propias ideas “protegiéndose” de la posible reacción de los participantes. Es muy común escuchar: “Es sólo una broma”. Ese tipo de discurso deja al participante en una situación delicada, ya que lo expone de tal manera, que él termina por verse obligado a no tomar en serio dicha situación y a no discutir acerca de ella.

A este respecto, Brown y Levinson (1987) hacen hincapié en los conceptos de los actos que amenazan la imagen del sujeto. Estos dos estudiosos consideran que un acto amenazante de la imagen no es una acción, pero la verbalización de la acción, que se puede expresar en forma de una opinión, un sentimiento, un juicio, que puede poner el interlocutor en situación de amenaza a la imagen. Dentro de un contexto interactivo entre los hablantes racionales, en el que las imágenes positivas y negativas están en constante proceso de preservación y exposición, es que la cortesía funciona como mediadora, ya que cada hablante colabora para prevenir los actos amenazantes. Para poner en práctica la cortesía en los actos comunicativos, el participante tiene en cuenta tres deseos: a) el de comunicar el contenido de un acto amenazando a la imagen; b) el de ser eficaz; c) el de mantener la imagen de su interlocutor en alto grado de consideración.

Por lo tanto, desde estos deseos, el participante podrá usar algunas estrategias de enunciación que son:

a) El modo *On-record*: esa estrategia se utiliza si el participante tiene la intención de comprometerse y ser responsable por la enunciación de un acto amenazante a la imagen.

b) El modo *Off-record*: esa estrategia está vinculada a la intención del participante de evitar cualquier interacción con el interlocutor y con lo que se enuncia. Esa es una manera de no ser responsable o comprometerse por la enunciación de un acto amenazante, pues no hubo un comprometimiento público. Ese tipo de estrategia es común en textos literarios, políticos, en publicidad y en interacciones en las redes sociales, como el blog, por ejemplo. En ese caso, se recurre a figuras retóricas como la metáfora, la metonimia y sobre todo la ironía, donde el participante tiene la responsabilidad de la construcción e interpretación del significado.

c) *Bald-on-record*: es la urgencia de la enunciación, es decir, el participante intenta retratar la forma particular en que se envió el mensaje, en muchas situaciones, secamente, ásperamente e incluso sin pudor. Esa estrategia asegura que el acto sea claro, conciso y objetivo, y principalmente sin ambigüedades. Los verbos en imperativo son un buen ejemplo de ese recurso enunciativo.

Paiva (2008, p. 42) hizo hincapié en que no hay ventajas para la estrategia *bald-on-record*, pues los actos relacionados con esa estrategia son considerados muy amenazantes. En ese sentido, es importante señalar que algunos estudiosos como Culpeper (1996), se han dedicado a diseñar estrategias para la (des)cortesía, teniendo en cuenta que los participantes de una interacción pueden ser descorteses en diferentes grados y en diferentes instancias.

5. La ironía/sarcasmo como principio de la (des)cortesía

Antes de reflexionar sobre la ironía y el sarcasmo como estrategias de (des)cortesía es importante tener en cuenta que la descortesía puede ser considerada una oposición compleja de cortesía. Culpeper (1996, p. 355) sostiene que la descortesía es el parásito de la cortesía, porque cualquiera de los participantes en una actividad comunicativa puede ser cortés o descortés en función de la situación. La (des) cortesía se convierte en parte de la práctica discursiva social a través de la cual creamos, reproducimos y cambiamos nuestro mundo social (Watts, 2003, p. 255). En ese sentido, es importante estudiar la (des)cortesía en situaciones de comunicación, ya que los turnos de conversación pueden alternarse en actos enunciativos corteses o descorteses. Así, los actos descorteses también se pueden observar en escalas y en situaciones particulares.

Culpeper (1996) propone un cuadro (Tabla 1 apéndice) para la descortesía, contra argumentando las estrategias enunciativas de cortesía de Brown y Levinson (1987).

a) Descortesía *Bald-on-record*: el *FTA* (*Face Threatening Act*) se lleva a cabo de una manera directa, clara y concisa, en la que la imagen es relevante, o sea, en los casos en que la imagen está en juego. Lo que es evidente es la intención del hablante para atacar a la imagen del oyente.

b) Descortesía positiva: el uso de estrategias diseñadas para dañar la imagen *Want* (El deseo de preservación de la imagen) positiva del participante.

c) Descortesía negativa: el uso de estrategias diseñadas para dañar la imagen *Want* negativa del participante.

d) Sarcasmo *Mock politeness*: El *FTA* se realiza con el uso de estrategias de cortesía que son obviamente falsas, y por lo tanto, presenta una realización superficial. El autor sugiere una lista de estrategias de *output* para la cortesía negativa y positiva, como podemos ver en la Tabla 2 (apéndice).

Culpeper (2003, pp. 1549-1550) analiza cómo los actos indirectos asociados a la estrategia *Bald-on-record* de la teoría de la cortesía de Brown y Levinson (1983), en lugar de promover la cortesía, pueden aumentar la descortesía. El argumento básico se basa en el conocimiento de que estos factores dependen del contexto, del sujeto y de las variantes culturales en cuestión, y principalmente de la reacción del oyente. Entendiendo que la reacción del oyente es el termómetro para medir hasta cuánto un acto es descortés, es que los enunciados discursivos en términos de violencia son cuestionables, ya que es posible que la intención no sea la ofensa. Pero esto no garantiza que tal acto particular no ofenda. Los actos irónicos/sarcásticos, incluso aquellos pronunciados de forma graciosa, no están exentos de ser descortesés, además de ser ofensivos/violentos.

En ese sentido, las estrategias de (des)cortesía e ironía lingüística son relevantes para este trabajo, ya que nos dan suficiente apoyo para discutir y analizar los actos de habla en el blog *Testosterona*. Teniendo en cuenta la complejidad social y considerando la vertiente de los estudios del lenguaje, los estudios pragmáticos apuntan para un subcampo más específico, que es la pragmática cultural, con el fin de dar cuenta, o más bien, analizar la dinámica de las relaciones sociales.

5. Metodología de análisis

Nuestro objetivo es hacer el análisis del contenido de la producción de un blog utilizando las categorías de la Tabla 2 (apéndice). Dicha tabla se refiere a los Modos de Operación de la Ideología de Thompson (2000) y a las categorías de (des)cortesía lingüística. Al considerar esa tabla, podemos ver que hay una estrecha relación entre la dominación ideológica y el uso de la (des)cortesía a servicio de la ideología que se quiere imponer/compartir.

En el desarrollo de la tabla, nos preguntamos hasta qué punto muchas de las estrategias que creemos ser de cortesía y descortesía actúan como elementos que establecen y mantienen la legitimidad de una ideología, o que tienen la intención de ocultarla, fragmentarla o simplemente hacerlo como una cosa.

Así, observamos que para un argumento ideológico obtener legitimidad es necesario que el locutor del mensaje use la racionalización o la universalización como supra estrategia, y en este caso, la (des)cortesía actúa de modo táctico en la superficie lingüística de algo que va más allá del “aquí” y del “ahora” de los estudios pragmáticos. En la tabla, señalamos que las estrategias de Brown y Levinson (1987) que generalizan y hacen insinuaciones atienden a ese tipo de manifestación de legitimación ideológica.

El locutor del mensaje también puede centrarse en el otro, su interlocutor, tratando de ocultar la dominación de su ideología, de manera que emplea como supra estrategia el uso de eufemismos y la estandarización. A través de ellas, él podrá producir sus enunciados de acuerdo con las diversas estrategias de cortesía, entre ellas, podemos mencionar: Dé regalos para el oyente; Use marcadores de identidad y de grupo; Incluya al hablante y al oyente en la misma actividad.

Cuando su intención es marcar el prestigio y la singularidad de su ideología sobre las demás, concebimos que el locutor se centre en las relaciones sociales, no en la valoración del interlocutor, sino en su propia valoración de la interacción. Entonces, observamos que él fragmenta para aparecer y expurga al otro para verse mejor. En ese caso, buscará refugio en las estrategias de descortesía, porque no se esforzará para conquistar a alguien o mantener una relación. Sugerimos, en ese caso, que puede elegir las estrategias de *output* de descortesía negativa.

Por último, y no menos importante, el contexto histórico y social puede aparecer como modo general de ideología, que, en nuestra opinión, puede penetrar en los demás modos de ideología, sobre todo porque la ideología no nace en la interacción, ella está

presente en las elecciones lingüísticas y comportamentales de sus hablantes, incluso cuando no tienen conciencia de ello. Así que creemos que una situación particular no puede ser aislada. Por lo tanto, como estrategia, el locutor del mensaje puede asignar a la situación un determinado estatus permanente y natural, para que sus interlocutores acepten su ideología con pocas restricciones. Como ejemplo de la estrategia de (des)cortesía, indicamos, una vez más, las estrategias de *output* de la descortesía negativa. En cuanto a la cortesía, se puede usar un acto amenazante a la imagen como una regla general.

Apoyados en eso, creemos que los modos generales de ideología trabajan como fundaciones tan profundas del comportamiento humano, que los sujetos, a menudo, no se dan cuenta en sus interacciones cotidianas que ellos legitiman, cosifican, ocultan y fragmentan. Solamente cabe a los sujetos actuar de acuerdo con las reglas, y las reglas también están sedimentadas en esas fundaciones, lo que les impide tener una auténtica libertad de elección de qué pensar, sino una idea falsa y necesario que pueden pensar lo que quieren.

Fragoso, Recuero y Amaral (2011), en su libro sobre los métodos de investigación para la internet, afirman que los estudios acerca de la internet son parte de un campo en constante cambio, por lo que es imposible construir un manual metodológico riguroso. Por el contrario, tenemos que considerar su naturaleza rápida, cambiante y efímera, además de ser “entendida como perteneciente a un contexto socio-histórico que dialoga con la tradición de los estudios de la comunicación, la cultura, los medios de comunicación y la tecnología” (Sterne, 1999, citado en Fragoso, Recuero y Amaral, 2011, p. 28). Esas autoras señalan que los métodos de estudio sobre internet se basan en premisas del Análisis de Redes Sociales (ARS), y que una red social en sí misma ya es una metáfora estructural, ya que la actitud de análisis de un grupo en una red significa analizar su estructura, que por un lado encontramos los nudos, y por otro lado encontramos las aristas o conexiones.

Desde el mismo punto de vista, Recuero, Amaral y Montardo (2008) consideran los blogs como una herramienta para la comunicación y la interacción social, que actúan como un espacio social para publicaciones y comentarios que tienen un impacto social. Y el autor puede publicar lo que quiera con el fin de obtener audiencia, que es mediada a través de los comentarios. Dependiendo de la audiencia de un determinado blog, se puede conseguir patrocinadores y ejecutar esta actividad como una oportunidad de trabajo remunerado. El patrocinio de empresas y la fama aumentará la credibilidad de un blog y de alguna manera los mensajes pueden tener un impacto diferente de un blog que no tiene el mismo prestigio. Sería como decir: “si a todo el mundo le gusta este blog y si estas empresas lo

patrocinan es porque debe ser bueno”. Entendemos que dicha publicidad es capaz de influir en las publicaciones, en los comentarios y en el grado de aceptación de los consumidores. Es lo que ocurre con lo blog *Testosterona*. Es un blog patrocinado por grandes empresas que poseen una gran presencia en el mercado, lo que trae un cierto nivel de estatus social a cualquier blog, y por qué no decirlo, una mayor libertad de expresión.

En nuestro trabajo, todas las publicaciones y sus comentarios son entendidos como producción, pues el administrador del blog y los interactuantes hacen comentarios acerca de las publicaciones del blog; están produciendo actos de habla e influyendo en el entorno social. Está claro también que una publicación o comentario realiza implícitamente un objetivo ideológico, sea para combinar cierto contenido verbal con determinado contenido visual, sea para estar de acuerdo o en desacuerdo con otra publicación o comentario. La ideología puede estar implícita o explícita en los comentarios del interactuante, que dependiendo de la situación, si aceptación o rechazo, conformidad o disconformidad, también se encuadran dentro de la cortesía o la descortesía.

Analizando rápidamente los datos de esta investigación, nuestro marco teórico y metodológico pueden contribuir a generar una discusión más profunda y coherente sobre la cuestión de la violencia lingüística contra la mujer y, así, colaborar para que la violencia lingüística sea comprendida como una violencia que hiere a la persona y que tiene consecuencias irreparables como la tiene la violencia física.

6. Análisis

Viendo la Figura 1 desde la perspectiva de las categorías ideológicas de Thompson, es posible identificar en el modo de legitimación las estrategias de Racionalización, porque la cadena de razonamiento que el productor busca defender es que el sexo anal garantiza una unión matrimonial duradera. Para ello, el autor de la publicación hizo uso de las estrategias de cortesía tales como “hacer insinuaciones” y “generalizar”.

Figura 1. Post “Lo que las mujeres necesitan saber sobre relaciones”



<http://www.testosterona.blog.br/2012/10/23/o-que-as-mulheres-precisam-saber-sobre-relacionamentos/>

Podemos decir que el autor hace insinuaciones cuando pregunta, pero esa pregunta contiene una insinuación de lo que el lector debe esperar. El autor no ofrece respuestas obvias y se aprovecha de las celebridades que disfrutaron de reputaciones distintas para justificar una posible respuesta, que sólo será alcanzada por los lectores atentos que observen los colores de las imágenes y que sepan la “niña buena” ha dicho que hace sexo anal.

La imagen de la Figura 1 surgió de una entrevista que la cantante Sandy concedió a la revista *Playboy* en agosto de 2012. En ella, el periodista le preguntó su opinión sobre el sexo anal. Sandy no dijo que practicaba tal modalidad de sexo, se limitó a decir que “es posible tener placer anal”. Eso fue suficiente para que esa declaración tuviera proporciones masivas en las redes sociales. El contrapunto a la modelo Nicole se produjo porque al salir del *reality show A Fazenda* o ‘La Hacienda’, Nicole fue entrevistada en un programa de televisión de mucha audiencia y declaró que nunca practicaría sexo anal. Observando la Figura 1 bajo esas perspectivas ideológicas, en la sociedad, Sandy posee la imagen de la mujer modesta, de buen comportamiento y de familia. Mientras Nicole es la mujer que posa para hacer fotografías sensuales, con poca ropa, se presenta según el sentido común de la sociedad como la mujer “imprudente”, el “tipo” de mujer que no escatima esfuerzos por complacer a su pareja.

Teniendo en cuenta esas informaciones del contexto social particular de las dos mujeres, el productor del blog se aprovecha del sentido que está implícito en el rol social de las dos celebridades y en la institución del matrimonio para convencer a las mujeres de que el sexo anal es una práctica necesaria y buena, además de que él quiere naturalizar una práctica que no es aceptada por muchas mujeres. Dicha actitud es una forma de imposición. Incluso hay que observar que la fotografía elegida para Nicole presenta una posición corporal que sugiere el sentido que el productor quiere expresar. Mientras tanto, Sandy aparece de una forma muy tierna, cantando con los ojos cerrados, expresando serenidad y felicidad.

En el texto que aparece debajo de la imagen,

(1) Lo que las mujeres necesitan saber sobre matrimonio.

(2) - Una de las mujeres arriba hace sexo anal. – La otra no.

(3) - Una de ellas tiene un matrimonio estable y feliz. - La otra se queja que está soltera

Las frases 1 y 3 (color más claro) se refieren a Sandy, porque de las dos, es ella la que está casada. Y las frases 2 y 4 (color más oscuro) se refieren a Nicole. El contenido verbal también está cuidadosamente pensado: el léxico elegido para referirse a Sandy conforma un discurso consistente sobre el matrimonio, el sexo anal y la felicidad, mientras que las otras frases se presentan con una connotación negativa, con léxicos como “a outra”, “reclama” y “solteira”.

Observamos que el autor generaliza cuando elige las expresiones “mulheres”, “uma” y “outra”. Su mensaje jamás puede ser entendido como dirigido a una mujer en particular, porque él eligió formas lingüísticas convencionales que indican una relevancia simbólica para la construcción de la imagen de lo femenino. Se tiene en cuenta que la expresión “outra” es estigmatizada socialmente, pues revela el potencial de la amante o prostituta.

También percibimos el uso de la estrategia de Universalización, ya que los intereses de algunas personas, que en este caso son los hombres que publican comentarios en favor del sexo anal, pueden funcionar como una representación de la clase masculina. En el modo de reificación están vinculadas las relaciones de dominación por las cuales esa imagen se legitima a través de la estrategia de Naturalización, ya que el tema del sexo anal se trata como algo común e incluso necesario para mantener un matrimonio. Por lo tanto, podemos decir que el tabú “sexo anal” es tratado como algo natural y una regla general cuando el autor sugiere que ese tipo de sexo conserva el matrimonio.

Ese tipo de publicación combina el texto verbal y el visual construyendo un discurso común sobre el tema. La acción del autor significa un tipo de imposición que puede provocar

en el lector el sentimiento de constreñimiento y vergüenza, especialmente en las personas que están en contra de esa práctica. Por otra parte, aunque sea indirectamente, el autor acaba por imputar al lector el sentido de que esta práctica es positiva y necesaria para complacer a su pareja y por lo tanto, puede incitar el deseo de experimentarla, aunque sea para hacer parte del grupo de las mujeres que la practican.

Teniendo en cuenta la imagen desde el punto de vista de la teoría de la cortesía, es posible decir que existe el uso de estrategias de descortesía positiva, porque el tema de la publicación es un tabú, y poner ese tema en evidencia causa ligero malestar en muchas personas que están en contra de la práctica del sexo anal.

Para analizar la reacción del lector en relación a una publicación, el análisis se detiene en los comentarios de los participantes según las categorías de Thompson. Desde esa perspectiva se puede ver el modo Disimulación, ya que a partir de la publicación hay un intento de legitimar la dominación. En los comentarios eso ocurre de modo disimulado a través de recursos propios de la comunicación virtual, como son “kkkkkkk” (Figura 2) para denotar humor y caracteres que se utilizan para componer una imagen, tal como una mujer acostada. Esa legitimación emplea la estrategia de uso de eufemismos, como el "kkkkkk", debido a que la construcción discursiva de algunos participantes connota la práctica del sexo anal como algo positivo, lo que de modo general es visto como un tabú.

Figura 2. Fragmentos de los comentarios acerca de la publicación



Con respecto a los comentarios que están en contra de la publicación, hay una estrategia de expurgo del otro, porque el que está en contra es tratado como a un enemigo, en otras palabras, alguien fuera del grupo. Los fragmentos de abajo son un ejemplo de eso:

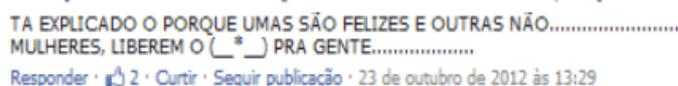
Se supone que el primer comentario es de una mujer, que en reacción a la publicación dice: “Tosco!”. Esa palabra tiene una connotación negativa e indica desaprobación de lo que se leyó. El segundo comentario, en respuesta al primero, es una crítica al “Tosco!” (Disimulación). La crítica se basa en el hecho de que el blog es machista, y de alguna manera, la posición asumida por el blog lleva a sus lectores a aceptar cualquier publicación.

El último comentario es de un hombre que hace el comentario en inglés: “*It’s testosterone bitch! kkkk*”, (Expurgación del otro). Dicho comentario, además de estar en desacuerdo con el primero, ofende tenazmente a la mujer llamándola *bitch*, es decir, prostituta. Ese ejemplo deja claro que hay un esfuerzo, incluso de los lectores, en reforzar un tipo de comportamiento que no es natural para todas las mujeres y constituye una forma de violencia verbal, pues ponerse en contra significa ser excluido de ese grupo en particular.

6.1. Los modos de enunciación de Cortesía Lingüística de los lectores

En las interacciones comunicativas en redes sociales y blogs, de modo general, el lenguaje verbal hace uso de la modalidad informal, los caracteres son utilizados con el fin de acercarse al diálogo cara a cara y los símbolos son utilizados como gestos corporales, expresiones faciales y hasta entonaciones de voz. En la práctica comunicativa, la cortesía y la descortesía funcionan como estrategias para mediar los diálogos, como veremos en los fragmentos siguientes.

Figura 3. Fragmentos de los comentarios acerca de la publicación



TA EXPLICADO O PORQUE UMAS SÃO FELIZES E OUTRAS NÃO.....
MULHERES, LIBEREM O (_ * _) PRA GENTE.....
Responder · 2 · Curtir · Seguir publicação · 23 de outubro de 2012 às 13:29

Está explicado por qué unas son felices y otras no... Mujeres, ofrezcan el (_ * _) paranosotros.....

El comentario presente en la Figura 3 parece ser el discurso producido por un hombre, que estando de acuerdo con la referida publicación, se posiciona a través del modo de enunciación *Bald-on-Record*. Él deja claro su opinión y no se inhibe en ser audaz y descarado.

El participante no usa una palabra vulgar para el ano, pero usa tres signos ortográficos, paréntesis, asterisco y guión, para hacer un dibujo y así dejar clara su intención de una manera muy explícita y despreciativa. El discurso es directo y violento, y relaciona directamente la práctica del sexo anal con la felicidad. Eso puede ser considerado un tipo de Descortesía *Bald-on-record*: en que el *FTA* (*Face treating act*) es realizado de una forma directa, clara y concisa. La imagen de las mujeres que están en contra de esa práctica sexual es dañada abiertamente, además de ser expuesta al público.

Figura 4. Fragmentos de los comentarios acerca de la publicación

tu é besta viu gato fafis!!!

Responder ·  1 · Curtir · 23 de outubro de 2012 às 14:38

Tú eres tonto, oyó gato fafis!!!

El comentario de la Figura 4 parece ser la opinión de una mujer y surge abajo del comentario de la Figura 3. Considerándolo, se puede inferir que tal mujer dirige su mensaje al autor del primer comentario. En ese ejemplo, es posible percibir el principio de *Banter*, porque el mensaje es irónico y funciona de forma opuesta, el comentario es ofensivo con la intención de ser amable. Ello ocurre cuando los participantes comparten algún grado de afinidad y los términos lingüísticos utilizados, aunque sean despectivos en ese contexto, han sido diseñados para ser amigables. Todavía utiliza un apodo para dirigirse al participante (*gato fafis*), lo que indica su grado de afinidad con dicho participante.

Figura 5. Fragmentos de los comentarios acerca de la publicación

hahahaha em que mundo nos vivemos, a nicole eh santinha e a sandy assanhada

Responder · Curtir · 23 de outubro de 2012 às 14:50

Jajajaja en qué mundo vivimos nosotros, Nicole es mojigata y Sandy no tiene pudor

El fragmento anterior es un comentario masculino y el modo de enunciación que aparece es el modo *On-record*: esta estrategia es utilizada si el participante tiene la intención de comprometerse y de ser responsable de un acto de enunciación amenazante a la imagen. En ese caso, se compromete de una manera irónica al clasificar a la modelo como una mujer

casta y a la cantante como una mujer sin pudor, ya que en los medios de comunicación quien hace el papel de mojígata es Sandy.

Figura 6. Fragmentos de los comentarios acerca de la publicación

Outro dia vi uma reportagem da Nicole falando que não libera o bumbum.. com o pandeiro desse tamanho todo! Agora a Sandy, toda "franzininha" libera. A vida como ela é!
 Responder ·  2 · Curtir · Seguir publicação · 23 de outubro de 2012 às 14:39

Otro día vi un reportaje donde Nicole dijo que no ofrece su pompis... ¡con toda esa pandereta de ese tamaño! Ya Sandy, toda "flaquita" lo ofrece. ¡La vida tal como es!

Ese comentario es muy interesante, ya que es posible percibir las estrategias de cortesía y descortesía en el mismo enunciado. Cuando usa la palabra “bumbum”, no lo hace de una manera peyorativa, se puede ver que el comentarista trata de ser amable en ese momento, pues utiliza la estrategia *Off Record* con el fin de evitar la coacción y la manipulación disfrazada. En el mismo enunciado, el uso de “pandeiro” para referirse a las nalgas de la modelo termina siendo vulgar y descortés, o sea, es un tipo de estrategia de *output* de descortesía positiva, porque esta expresión resulta ser incómoda para algunas mujeres.

Cuando se hace referencia a Sandy, la utilización del diminutivo entre comillas (“franzininha”) es irónico, ya que Sandy es una mujer de baja estatura y flaca que practica un tipo de sexo que no sería “coherente” con su aspecto físico. Está claro que eso no tiene relación con las características físicas de la mujer, sino con los valores morales, pero el sentido común termina haciendo ese tipo de asociación. El autor de dicho comentario concluye el discurso con la famosa frase de Nelson Rodrigues (famoso dramaturgo brasileño) ‘*A vida como ela é!*’.

En términos ideológicos, aquí se introduce lo que Thompson dice sobre la estrategia de Narrativización, porque es posible que el participante quiera sacar a la luz lo que Nelson Rodrigues hacía, es decir, presentaba la vida cotidiana a través de la ficción. En muchos casos, el desenlace de las historias de Nelson Rodrigues es sorprendente, porque a veces uno comprendía que “las apariencias engañan”. Por tanto, se puede inferir el mismo significado de las historias de Nelson Rodrigues, aunque sea de forma indirecta, pues se percibe que al final de su comentario, el autor desea reforzar la práctica sexual anal.

7. Conclusión

Teniendo en cuenta todo lo que se ha discutido, es notable señalar que los modos de enunciación de cortesía y descortesía están presentes en las relaciones de interacción, tanto en la forma presencial como en la virtual. Además, tales modos de enunciación son necesarios para mantener y equilibrar las relaciones.

El principio de ironía es utilizado por los productores y los visitantes del blog como una forma de violencia lingüística contra las mujeres. Esa hipótesis también se confirma, pero en un segundo momento, pues los valores que están latentes son el deseo sexual que toma a la mujer como un objeto de placer y sumisión, buena en las tareas del hogar y en la cama, y la cuestión económica. Ese tipo de publicación machista da audiencia y rentabilidad financiera. Es importante tener en cuenta el hecho de que la violencia sólo aparece en un segundo momento porque el humor que se conserva en las publicaciones pone un velo sobre la violencia presente en cada texto. No obstante, es muy importante tener en cuenta que el significado está en cada participante social y que los actos irónicos/sarcástico, aunque pronunciados en tono gracioso, no están exentos de ser descortesos o incluso ofensivos/violentos.

Los modos de enunciación de la cortesía lingüística y las categorías de ideología de Thompson se articulan para reforzarse el sentido machista contra las mujeres. Esa hipótesis fue confirmada, ya que es posible observar un esfuerzo para la naturalización del sentido machista contra las mujeres en el análisis que hicimos de las categorías de ideología y de los modos de enunciación de la cortesía lingüística. Esos mensajes machistas con tono humorístico han convencido hasta a las mujeres, que en muchos comentarios terminan tomando partido a favor del hombre.

Teniendo en cuenta la relación entre el hombre y la mujer en nuestra sociedad, se puede decir que es muy complejo, ya que la mujer es a menudo obligada a cargar con la culpa por el fracaso de una relación. Otras mujeres acaban justificando dicho fracaso de esa manera porque ese pensamiento termina sutilmente siendo parte del discurso femenino y masculino.

También es importante señalar que este trabajo no agota los estudios en esa área, por el contrario, es un paso inicial para otros estudios, incluso puede contribuir con el cambio de la ley para que la violencia lingüística sea vista como una forma de violencia, pues los actos de habla practicados producen heridas y, dependiendo de la situación, dejan cicatrices profundas y difíciles de sanar.

Referencias

- Attardo, S. (2009). Irony. En Mey, J. *Concise Encyclopedia of Pragmatics* (pp. 405-407). Oxford: Elsevier.
- Austin, J. L. (1975 [1962]). *How to do things with words*. Oxford: Oxford University Press, 2. ed.
- Butler, J. (1997). *Excitable Speech: A Politics of the Performative*. New York: Routledge.
- Brown, P. y Levinson, S. (1987 [1978]). *Politeness: some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Culpeper, J. (1996). Towards an anatomy of impoliteness. *Journal of Pragmatics* 25, pp. 349–367. [http://dx.doi.org/10.1016/0378-2166\(95\)00014-3](http://dx.doi.org/10.1016/0378-2166(95)00014-3)
- Dantas, D. y Gomes, A. L. (2008). Questões de Letramento e de gênero do discurso em blogs. *Revista Gatilho*, IV. <http://www.ufjf.br/revistagatilho/files/2009/12/ARTIGO1.-Questes-de-letramento.pdf> (16 de febrero de 2013).
- Fairclough, N. (2005). *Discurso e Mudança Social*. Brasília: Unb.
- Fragoso, S. y Recuero, R. y Amaral, A. (2011). *Métodos de pesquisa para internet*. Rio Grande do Sul: Editora Sulina.
- Grice, H. P. (1975). Logic and Conversation. En Cole, P. y Morgan, J. L. (eds.) *Syntax and Semantics 3: Speech Acts* (pp. 41- 58). New York: Academic Press.
- Leech, G. M. (1983). *Principles of Pragmatics*. London: Longman.
- Leech, G. M. (2005). Politeness: is there an east-west divide?. *Journal of Foreign Languages*. General Serial, n. 160. 6, http://www.lancs.ac.uk/fass/doc_library/linguistics/leechg/leech_2007_politeness.pdf (16 de febrero de 2013).
- Maingueneau, D. (2004). *Análise de textos da comunicação*. São Paulo: Cortez.
- Marcuschi, L. A. (2006 [2006]). Gêneros textuais: definição e funcionalidade. En Moita Lopes, L. P. (org). *Por uma Linguística Aplicada Indisciplinar*. São Paulo: Parábola Editorial.
- Oliveira, M. (1996). *Reviravolta lingüístico-pragmática na filosofia contemporânea*. São Paulo: Loyola.
- Otoni, P. (1995). *Visão Performativa da Linguagem*. Campinas, SP: Editora da UNICAMP.
- Paiva, G. (2008). *A polidez lingüística em sala de aula de bate-papona internet*. Dissertação. Mestrado em Linguística. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará (UFC).
- Rajagopalan, K. (2010). *Nova Pragmática: fases e feições de um fazer*. São Paulo: Parábola Editorial.
- Recuero, R., Amaral, A. y Montardo, S. (2008). *Blogs: Mapeando um objeto*. Trabalho apresentado no VI Congresso Nacional de História da Mídia, no GT História da Mídia Digital. Universidade Federal Fluminense, 13 a 16 de maio.
- Thompson, J. B. (2000). *Ideologia e cultura moderna – teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis: Vozes, 8ª ed.
- Watts, R. (2003). *Politeness*. Cambridge: Cambridge University Press. <http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511615184>
- Wittgenstein, L. (2000). *Investigações filosóficas*. São Paulo: Ed. Nova Cultural.

Apéndice

Tabla 1. Las estrategias de (des)cortesía

Estrategias de <i>output</i> de descortesía positiva	a) No haga caso, suprima al otro - no reconozca la presencia del otro; b) Excluya al otro de una actividad; c) Desvincule al otro - por ejemplo, niegue asociación o acuerdo con el interlocutor; d) Sea desinteresado, indiferente y antipático; e) Utilice marcadores de identidad inadecuados - por ejemplo, use el nombre y el apellido cuando tenga una relación estrecha, o un apodo cuando tenga una relación distante; f) Utilice un lenguaje secreto y oscuro - por ejemplo, confunda al otro con jergonza o utilice una jerga que no es conocida por el interlocutor; g) Busque estar en desacuerdo - seleccione un tema delicado; h) Haga que el otro se sienta incómodo. Por ejemplo, no evite el silencio, la broma, o empiece una charla sin lógica y superficial; i) Use palabras prohibidas, blasfeme, o utilice lenguaje profano o abusivo. Llame a su interlocutor por otros nombres - use términos despectivos.
Estrategias de <i>output</i> de descortesía negativa	a) Asuste - introduzca la creencia de que una acción mala perjudicará al otro; b) Condesienda, desprecie o ridiculice al otro - enfatice su poder relativo, sea indiferente a él; c) No trate al otro en serio. Menosprécieo; d) Invada el espacio del otro - literal o metafóricamente (por ejemplo, pregunte por, o hable de algo que es muy íntimo en una determinada relación); e) Asocie explícitamente al otro con un aspecto negativo - Personalice: use el pronombre "yo" y "tú"; f) Coloque la deuda del otro en el centro de la conversación.

Fuente: Tabla elaborada con base en la obra de Culpeper (1996, p. 355)

Tabla 2. Los modos ideológicos generales y la (des)cortesía

LOS ENFOQUES DE LOS MODOS GENERALES	LAS MODALIDADES GENERALES	LAS ESTRATEGIAS TÍPICAS DE CONSTRUCCIÓN SIMBÓLICA	LAS ESTRATEGIAS DE (DES)CORTESÍA LINGÜÍSTICA
En el argumento	LEGITIMACIÓN (Relaciones de dominación pueden establecerse y mantenerse si se presentan como legítimas)	Racionalización: (A través de ella, el productor de una forma simbólica construye una cadena de raciocinio que pretende defender y convencer a un público que es digno de apoyo).	Haga insinuaciones: actos de habla indirectos que son formulados con el fin de evitar decir todo lo que es necesario para conocer algo con claridad y objetividad, dejando al interlocutor la tarea de completar el sentido del mensaje.
		Universalización: (Son los intereses de unos pocos individuos que a través de acuerdos parecen servir a los intereses de todos).	Generalice: Construya el discurso en nombre de un grupo con el fin de persuadir a la aceptación de un pensamiento o comportamiento particular. Ejemplo: el machismo.

En el otro	DISIMULACIÓN (Relaciones de dominación se establecen y se mantienen utilizando las estrategias de ocultamiento, negación, oscurecimiento, o presentándose de manera astuta)	Uso de eufemismos: (La construcción discursiva agrega un valor positivo) Y, en consecuencia, se funde con la estrategia de Estandarización (Formas simbólicas se adaptan a una norma de referencia estándar, con el fin de crear una identidad colectiva y una jerarquía legitimada)	Dé regalos para el oyente Utilice marcadores de identidad y de grupo Incluya al hablante y al oyente en la misma actividad Desplace al oyente: Busque en el interlocutor una forma de suavizar el acto amenazante a la imagen.
En la relación social	FRAGMENTACIÓN (Relaciones de dominación pueden mantenerse sin unir a las personas en una colectividad, pero dividen a los individuos y grupos en segmentos, pues ellos incomodan al grupo dominante)	Expurgación del otro: (Se refiere a la construcción de un enemigo, que es retratado como malo, peligroso o amenazante. Eso se hace con el fin de expurgar al interlocutor. Esa estrategia es utilizada por los medios de comunicación para señalar a un candidato como alguien que "no puede" ser elegido)	<i>Output</i> de descortesía positiva: Haga que el otro se sienta incómodo. Por ejemplo, no evite el silencio, la broma, o empiece una charla sin lógica y superficial.
En el contexto histórico y social	COSIFICACIÓN (Relaciones de dominación se establecen y se mantienen a través de la retractación de una situación temporal e histórica, como si la situación fuera permanente, natural y atemporal)	Naturalización: (Un hecho histórico o social puede ser tratado como un evento natural o como un resultado inevitable de características naturales)	<i>Output</i> de descortesía negativa: Invada el espacio del otro - literal o metafóricamente (por ejemplo, pregunte por, o hable de algo que es muy íntimo en una determinada relación. Utilice un acto amenazante a la imagen como si fuera una regla general

Fuente: *Tabla metodológica elaborada con base en los Modos de Operación de la Ideología de Thompson (2006), en las Estrategias de Cortesía Verbal de Brown y Levinson (1987) y en la Descortesía de Culpeper (1996)*

Adriana Dantas Martins. Máster en Lingüística Aplicada de la Universidad Estatal de Ceará (UECE). En 2011 fue nombrada experta de Lingüística Aplicada en Lenguas Extranjeras en la misma universidad. En 2009, obtuvo una licenciatura en Letras Portugués e Inglés en la Facultad Integrada Grande Fortaleza (FGF). Actualmente enseña en el curso de Letras, Administración, Contabilidad, Gestión Social, Educación Física na FGF; profesora del curso de formación del profesorado en la distancia en la FGF. Profesora visitante de la Especialización UECE. Sus actividades de investigación se centran en las áreas: pragmática y cortesía, investigación social y violencia contra las mujeres.

Adriana Dantas Martins. MA in Applied Linguistics from the State University of Ceará (UECE). In 2011 she became an expert in Applied Linguistics in Foreign Languages at the same University. In 2009, she earned a Bachelor's degree in Portuguese and English from

the Integrated School Integrada Grande Fortaleza (FGF). She is a teacher in the course of Arts, Management, Accounting, Social Management, Physical Education, and a teacher in the training course for teachers at the FGF; Visiting Professor of the Specialization UECE. Her research activities focus on pragmatics and politeness, social research, and violence against women.

Georgia Maria Feitos e Paiva. Doctora en Lingüística por la Universidad Federal de Ceará, donde también obtuvo una Maestría en Lingüística en 2008. En 2007, se convirtió en un experto en Didáctica de la Lengua Portuguesa de la Universidad Estatal de Ceará. En 2005, obtuvo una licenciatura en Comunicación Social en Publicidad por la Universidad de Fortaleza. Actualmente es profesora de los cursos de Arquitectura, Psicología, Periodismo y Publicidad de La Universidad –FIC en Fortaleza. Sus actividades de investigación se centran en las siguientes áreas: análisis de la conversación, la sociolingüística, géneros digitales, la comunicación, la pragmática y la cortesía (su mayor área de interés).

Georgia Maria Feitos e Paiva. PhD in Linguistics from the Federal University of Ceará, where she also earned a MA in Linguistics in 2008. In 2007, she became an expert in Portuguese Language Teaching at the State University of Ceará. In 2005, she earned a Bachelor's degree in Social Communication in Advertising from the University of Fortaleza. Currently she teaches in the courses of Architecture, Psychology, Journalism and Advertising at the University- FIC in Fortaleza. Her research activities focus on: conversation analysis, sociolinguistics, digital genres, communication, pragmatics and politeness (her major area of interest).