

El *Boom* desde dentro: la proyección discursiva de la imagen de rol de los escritores en su correspondencia privada

Trabajo realizado por: María Fernández García

Dirigido por: Dr. Santiago González Fuente

*A todos los docentes que me habéis transmitido el amor por la investigación y la
didáctica de la lengua española y su literatura.*

A Marta y Santiago, por facilitar tanto el trabajo.

A mi familia y amigos, por estar.

Gracias.

Al nivel adjetivo del escritor, esa lucha se traduce en un esfuerzo de politización, en una afirmación del derecho de disentir y de criticar, en una conciencia de que la clase media mexicana no solo está integrada por clientes económicos del imperialismo, sino por fuerzas, adormecidas pero susceptibles de convencimiento, democráticas y nacionalistas.

Carlos Fuentes a Mario Vargas Llosa (22 de febrero de 1967)

El Boom desde dentro: la proyección discursiva de la imagen de rol de los escritores en su correspondencia privada

RESUMEN

El presente trabajo tiene por objeto el análisis de la imagen del rol de escritor en la intimidad de los autores del *Boom*. En este sentido, uno de los aspectos fundamentales en los que se detiene es la proyección de la imagen de endogrupo y la manifestación de su rechazo al exogrupo. Para ello, se ha seleccionado un corpus de 934 actos de habla dirigidos al endogrupo y al exogrupo. Estos han sido extraídos de cartas de los autores de un periodo de tres años: desde 1967 hasta 1969. En el estudio, se ha empleado una metodología mixta: a través de un análisis cuantitativo se ha llevado a cabo el recuento de los casos; en lo que se refiere a la metodología cualitativa, posteriormente, se ha llevado a cabo el análisis sociopragmático de los datos. La investigación propuesta ofrece una ficha metodológica de análisis para el estudio del rol de escritor a partir de un corpus correspondencia privada. En consecuencia, este análisis contribuirá a las investigaciones de la pragmática sociocultural, así como a los estudios de crítica literaria.

Palabras clave: pragmática sociocultural, *Boom*, cortesía, imagen social, rol de escritor.

Boom's phenomenon from within: the discursive projection of the writer's role in their private correspondence.

ABSTRACT

This project aims to analyze the social image of the writer's role within the intimacy of the *Boom's* authors. In this regard, one of the fundamental aspects it focuses on is the projection of the in-group image and the manifestation of their rejection towards the out-group. To achieve this, a corpus of 934 speech acts directed towards the in-group and the out-group has been selected. These speech acts have been extracted from letters written by the authors over a period of three years: from 1967 to 1969. A mixed methodology has been employed in the study: a quantitative analysis has been conducted for case counting; regarding the qualitative methodology, subsequently, sociopragmatic analysis of the data has been carried out. The proposed research provides a methodological framework for analyzing the writer's role based on a corpus of private correspondence. Consequently, this analysis will contribute to socio-cultural pragmatic research as well as literary criticism studies.

Key words: sociocultural pragmatics, *Boom*, politeness, social image, writer's role.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. MARCO TEÓRICO.....	3
2.1. Aproximación a la pragmática y los estudios sobre imagen social.....	3
2.1.1. El cuidado de la dimensión social de la comunicación: los estudios sobre la gestión de la imagen.....	3
2.1.2. El vehículo de la gestión de la imagen: estrategias pragmáticas y procedimientos lingüísticos.....	9
2.1.3. La gestión de la imagen de rol.....	15
2.2. Contexto sociohistórico y literario de los autores.....	17
3. MARCO PRÁCTICO.....	24
3.1. Metodología.....	24
3.1.1. Consideraciones generales.....	24
3.1.2. Diseño del corpus.....	25
3.1.3. Ficha metodológica de análisis.....	27
3.2. Resultados del análisis.....	30
3.2.1. Presentación de los datos obtenidos.....	30
3.2.2. Interpretación sociopragmática: imagen del rol de escritor.....	40
4. CONCLUSIONES.....	45
5. BIBLIOGRAFÍA.....	47
6. ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS.....	53
7. ANEXOS.....	54
Anexo 1. Ficha de análisis empleada.....	54

1. INTRODUCCIÓN

El *Boom* hispanoamericano es uno de los fenómenos literarios mundiales que más impacto han provocado en el siglo XX. Dentro de la comunidad filológica, Gabriel García Márquez, Julio Cortázar, Mario Vargas Llosa y Carlos Fuentes se yerguen como pilares de una literatura -la hispánica-, que, tras haber vivido la expresión de la heroicidad medieval del Cid, de la picaresca moderna y de los Siglos de Oro españoles, necesitaba construir una novela del todo. Una literatura que, después de haber sentido el culteranismo de Sor Juana, el Romanticismo de Bécquer y Rosalía de Castro, el de Echeverría y Sarmiento, vio en la aplicación de las metáforas la expresión de la realidad. Nuestra literatura, en definitiva, que, tras el Naturalismo de Bazán y de Quiroga, del Regionalismo, del Gauchismo americano y del Modernismo, alcanzó en estos cuatro autores la cima de su manifestación artística.

Como lectores, cuando nos acercamos a las obras del *Boom*, no pasamos por alto la significación política de unos escritores que habían visto a Hispanoamérica salir de la sombra española, para luego sumergirse en otra sombra con diferente bandera: la estadounidense. Su lucha contra el capitalismo que hunde a los países hispanoamericanos es uno de los rasgos que unen a este grupo. Así, se genera un sentimiento de fraternal amistad entre los autores, que, en su correspondencia íntima, se manifestará en su rechazo al resto de escritores contemporáneos, acrílicos frente al sistema económico vigente.

El presente Trabajo de Fin de Grado (TFG) se enmarca en el área de estudio de la pragmática y del análisis del discurso. En este sentido, las intenciones de los hablantes, sus relaciones y el contexto que les envuelve son factores clave para el análisis, a través de los cuales se desentrañan las relaciones pragmáticas de los enunciadores. Dentro del ámbito pragmático, en concreto, nos encontramos en la pragmática sociocultural, que aspira a «describir el uso situado de los recursos comunicativos provistos por una lengua determinada dentro de su propio sistema socio-cultural» (Bravo, 2010: 32).

El objetivo principal del trabajo es caracterizar la proyección de la imagen de rol profesional, en este caso, de escritor, de un grupo de literatos hispanoamericanos del *Boom* a partir del estudio de las actividades de imagen presentes en un corpus de correspondencia interpersonal. Este objetivo general se cristaliza en los siguientes objetivos específicos:

1. Compilar un corpus textual significativo para el estudio de la proyección de la imagen del rol de escritor del periodo acotado
2. Diseñar un aparato metodológico que permita caracterizar un concepto sociopragmático, la imagen de rol, a partir del estudio de estructuras pragmalingüísticas.
3. Identificar y caracterizar el confrontamiento comunicativo de la autoimagen del escritor, y la imagen del grupo frente al exogrupo.
4. Caracterizar los procedimientos discursivos al servicio de la imagen de rol utilizados según las estrategias pragmáticas involucradas y el efecto social que pretenden generar.

Hasta ahora, los estudios sociopragmáticos que abordan las actividades de imagen del rol de escritor parten de composiciones literarias de los propios autores (Celeste Fit, 2014; Chaparro Manrique, 2022; Gramuglio, 1993; Moscoso, 2018; Zamora, 2013). Como cabe esperar, en composiciones destinadas a un público amplio, los escritores son conscientes del impacto de su imagen. Por tanto, la imagen de su rol puede ser alterada inconscientemente por el autor.

Es necesario, en consecuencia, para que la comunidad filológica pueda acercarse a la caracterización de la imagen del rol de escritor -y en concreto, de escritor del *Boom*-, un análisis de las actividades de imagen de este rol desde escritos no dirigidos al público general, sino a amistades íntimas. En estos escritos de carácter informal y familiar los autores proyectarán tanto su autoimagen como la imagen de grupo a través de diferentes recursos discursivos. Por ello, nuestro análisis se torna indispensable dentro de los estudios actuales de sociopragmática enfocados a la imagen del rol de escritor y de grupo generacional de escritores.

Además, el presente estudio realiza un aporte metodológico, como es el establecimiento de una ficha de análisis sociopragmático y pragmalingüístico para estudiar una imagen de grupo a partir de un corpus de correspondencia privada.

Las hipótesis partida del trabajo, que retomaremos en las conclusiones, son la existencia de un sentimiento de grupo en la correspondencia privada de los autores del *Boom*, el rechazo sistemático a aquellas comunidades externas a su grupo, el autorreconocimiento de los autores como figuras públicas que ejercen autoridad literaria y, puesto que se trata de un grupo unido, la no jerarquización interna.

Nuestro estudio se estructura en dos ejes vertebrales, cuya conjunción nos permitirá resolver los objetivos e hipótesis formuladas recientemente. En primer lugar,

consta del «Marco Teórico», en el que recorreremos el estado de la cuestión de la pragmática sociocultural, a través de estudios centrados en la gestión de la imagen social en las interacciones, de las estrategias discursivas y pragmáticas que transmiten esa imagen, y de la proyección de la imagen de rol; además, revisaremos el contexto social, histórico y literario en el que vivían estas figuras. Este último subapartado del «Marco Teórico» responde a la influencia que ejerce el contexto sociohistórico en cualquier discurso.

En segundo lugar, el «Marco Práctico» se subdivide en dos apartados: «Metodología» y «Resultados». Primeramente, explicaremos la metodología seguida para el análisis del corpus, el diseño seguido para la elección de las cartas que integran nuestro corpus y la ficha metodológica de análisis propuesta. En lo que se refiere a los resultados, hemos presentado las gráficas y datos obtenidos del análisis cuantitativo para, posteriormente, interpretarlos en una descripción sociopragmática de la imagen del rol de escritor.

Finalmente, terminamos el trabajo con conclusiones que recogen los aportes esenciales de este trabajo a la disciplina sociopragmática. En ellas, no podemos evitar referirnos también a la significación de este análisis dentro del ámbito de la crítica literaria y, en concreto, de la crítica literaria hispanoamericana del siglo XX.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Aproximación a la pragmática y los estudios sobre imagen social

2.1.1. El cuidado de la dimensión social de la comunicación: los estudios sobre la gestión de la imagen

El discurso no es sino una práctica social (Fairclough y Wodak, 1997: 258). Como tal, a través de él se constituyen las relaciones sociales de las personas discursivas integrantes de cada evento: se reproducen o transforman los *statu quo* sociales; a su vez, las relaciones entre los participantes y el contexto situacional condicionan las producciones lingüísticas. En este sentido, en nuestras interacciones sociales atendemos con especial interés a la *face* o *imagen* (Goffman, 1956) que proyectamos en los demás.

Erving Goffman, considerado el padre de la microsociología, define la interacción social a través de una metáfora teatral: los individuos se relacionan a partir de actos comunicativos *ritualizados* en los que desempeñan *roles* o *papeles* específicos:

When an actor takes on an established social role, usually he finds that a particular front has already been established for it. Whether his acquisition of the role was primarily motivated by a desire to perform the given task or by a desire to maintain the corresponding front, the actor will find that he must do both (Goffman, 1956: 17).

Durante estos intercambios comunicativos, además, los hablantes ofrecen una imagen concreta de sí mismos, recién mencionada, y que se define como una construcción social dinámica. Es decir, la imagen social no es inherente a los hablantes, sino que se construye durante la interacción. De esta imagen nacen las *face-wants* o *necesidades de imagen*: el deseo de que la imagen que proyectamos sea respetada y valorada por el resto, para cuya consecución podemos hacer uso de las *face-works* o *actividades de imagen*. A su vez, Goffman introduce el concepto de *territorio*, que, dentro de la interacción humana, se corresponde con el campo de actuación -físico y figurado- de los participantes discursivos.

Gracias a estas reflexiones del sociólogo canadiense, se prende el interés por el estudio de las influencias de la imagen social en las relaciones interpersonales. De hecho, sus conceptos de *imagen* y *territorio* saltan hasta el plano pragmático, ya dentro de la Lingüística, e influyen en la propuesta cortesiológica de Brown y Levinson (1978), que «aúna elementos de la lógica analítica británica y de la psicología social norteamericana» (Bravo, 2004: 17). Estos autores adoptan la terminología de Goffman y la unifican en una imagen que se divide en dos vertientes: la *imagen positiva*, deseo de ser valorados por el resto; y la *imagen negativa*, deseo de gozar de libertad e integridad territorial. Esta última imagen recibe también el nombre de *territorio*, que ya no se entiende como el campo de actuación que defendía la teoría de Goffman.

Una vez definidos los tipos de imagen, Brown y Levinson proponen la existencia de *actos de amenaza a la imagen* (*face threatening acts*, FTAs): aquellos actos de habla que dañan la imagen del interlocutor en un evento discursivo. Los FTAs aparecen en todos los intercambios comunicativos. En consecuencia, los participantes discursivos hacen uso de estrategias de cortesía para reparar, mitigar o evitar la potencial amenaza a la imagen del otro. Esta *cortesía estratégica* difiere de lo que se entiende como *cortesía normativa o convencional*, ya que, mientras la primera protege las imágenes de los interlocutores para lograr una mayor eficacia con nuestros enunciados (alcanzar metas conversacionales), la cortesía convencional se resume en una serie de conductas socialmente adecuadas para desenvolvernó en ciertas situaciones (Albelda Marco y Barros García, 2013).

En este sentido, según la propuesta de Brown y Levinson, la cortesía estratégica necesaria en cada acto de habla se puede calcular a partir de la ecuación: $W_x = D(s, h) + P(h, s) + R(x)$, donde W es el peso de la amenaza, la D es la distancia social de los hablantes, la P es la relación jerárquica entre ellos y la R es el coste de la imposición del acto de habla. Por último, S y H son, respectivamente, emisor y receptor del mensaje (Albelda Marco y Barros García, 2013).

Según la potencial amenaza del mensaje, las personas discursivas adoptan una estrategia. Brown y Levinson defienden la existencia de *estrategias abiertas y directas*, a través de las cuales el acto amenazante se realiza de manera expresa, para atacar la imagen del interlocutor, o porque la situación de enunciación lo permite; *estrategias abiertas e indirectas con cortesía positiva*, en las que el acto de amenaza es compensado por una protección a la imagen positiva del receptor; *estrategias abiertas e indirectas con cortesía negativa*, en las que, de nuevo, el acto amenazante se compensa, esta vez, por una salvaguarda a la imagen negativa del destinatario; *estrategias encubiertas*, a través de las que los hablantes esconden su intención; y la no realización del acto de habla amenazante.

A partir de estas estrategias establecidas por Brown y Levinson según el potencial daño de los actos de habla, se observan las categorías de cortesía establecidas en su teoría: *cortesía positiva*, aquella que pretende salvaguardar la imagen positiva del destinatario; o *cortesía negativa*, la que salvaguarda su territorio o imagen negativa.

Pese a la cantidad de críticas que ha generado esta teoría -etnocentrismo, visión negativa de las relaciones sociales, etc.-, se trata de «la primera caracterización fundamentada sobre la cortesía comunicativa» (Albelda Marco y Barros García, 2013: 15). Ahí radica la importancia de esta perspectiva: supuso un gran avance científico y promovió numerosas reformulaciones de sus postulados en los posteriores estudios sobre la *(des)cortesía* y *actividades de imagen*. De hecho, tras la publicación de *Universals in language usage: politeness phenomena* en 1978, muchos autores redactaron teorías que, unidas a la ya abordada de Brown y Levinson, actualmente se conocen como *teorías clásicas de la cortesía comunicativa*. Se trata de un conjunto de aproximaciones teóricas que abrieron una nueva línea de investigación centrada en la cortesía dentro del ámbito de la pragmática. Algunos de los autores de estas teorías clásicas, que abordaremos a continuación, son Lakoff, Leech, Fraser y Nolen.

Anteriormente a la publicación de la pareja inglesa, Lakoff (1973) se había centrado en el Principio de Cooperación de Grice. A este principio, la lingüista

estadounidense superpuso tres reglas que desempeñan un papel clave en los intercambios comunicativos: las *máximas de cortesía* (no imponer nada al receptor; ofrecer opciones; reforzar la camaradería). Leech (1983), por su parte, se sirve de las ideas de Lakoff para crear un Principio de Cortesía, que complementa al de Grice. Este principio se encuentra regulado por seis máximas (máxima de tacto, de generosidad, de aprobación, de modestia, de unanimidad y de simpatía), asociadas a actos de habla determinados, aspecto en que se observa la influencia de Searle.

Otra línea de estudios cortesiológicos fue la tomada por Fraser (1980) y Nolen (Fraser y Nolen, 1981), para quienes la cortesía suponía cumplir con un *contrato conversacional*: un conjunto de condiciones que se plantean a los integrantes de cualquier intercambio comunicativo para participar en él. En este sentido, los elementos que definen los derechos y obligaciones de los participantes son la convención social, la situación de enunciación, las normas de la institución en que estén inscritos y la historia previa compartida por estos hablantes. Es más, las reglas de este contrato conversacional no son estáticas, sino que pueden variar conforme avanza la interacción.

Todas las teorías abordadas, aunque procedentes de la perspectiva pragmática, parecen insuficientes para analizar el fenómeno cortesiológico, especialmente sensible a la noción extralingüística de *contexto*. En consecuencia, surgen diferentes enfoques que pretenden dar solución a los vacíos observados en los estudios anteriores (especificidad cultural, imagen del hablante, existencia de actos que realzan la imagen, contexto en que se sitúa el acto, evaluación del oyente, etc.). Estas nuevas líneas de investigación se dividen en el paradigma postmodernista, que se centra en las percepciones de la cortesía por los hablantes dentro de la interacción; y la perspectiva basada en hábitos, que, con Marina Terkourafi (2002) como principal representante, trata de acoplar las teorías clásicas con las ideas postmodernistas, entendiendo la cortesía como un hábito siempre interesado y con origen sociohistórico compartido dentro de las comunidades de habla (Albelda Marco y Barros García, 2013: 13). No obstante, las teorías *post-clásicas* también han sido criticadas y reformuladas.

A partir de las reflexiones de Watts *et al.* (1992), que reclaman la necesidad de tener en cuenta las convenciones socioculturales que rigen el comportamiento de los hablantes para el estudio de la cortesía, y con el objeto de superar el etnocentrismo brownlevinsoniano, en el ámbito hispánico surge la *pragmática sociocultural* de la mano de Diana Bravo (1999, 2002), desarrollada en el programa EDICE (Estudios del Discurso de (Des)cortesía en Español). Esta perspectiva, orientada hacia los estudios de

la Etnografía de la comunicación y de la Sociolingüística interaccional (Bravo, 2021), abarca tanto las relaciones pragmáticas como las sociopragmáticas de los discursos, ya que los mensajes se ven condicionados tanto por su contexto intralingüístico como extralingüístico.

De esta manera, y frente al etnocentrismo brownlevinsoniano, la pragmática sociocultural toma como punto de partida las premisas funcionalistas de la Escuela de Praga. En consecuencia, se parte de la diferenciación entre la *comunidad de habla* de Hymes: «conjunto de hablantes que comparten efectivamente, al menos, una lengua, pero que, además, comparten un conjunto de normas y valores de naturaleza sociolingüística» (Moreno Fernández, 1998: 19); y la *comunidad sociocultural* de Bravo (2004: 8):

el/la hablante de una lengua está provisto/a de recursos interpretativos que provienen de su entorno social y de sus experiencias comunicativas previas, los cuales parcialmente comparte con otras personas (grupo) y parcialmente no comparte con esas mismas personas (individuo). Estos recursos se ponen en operación en la interacción y se proyectan en los significados emergentes de la misma, creando nuevas alternativas; así la cortesía, considerada un fenómeno sociocultural, se confirma, se actualiza, se modifica o se revierte en la situación de interlocución real. Esto es posible porque se presupone que se comparten conocimientos acerca de contenidos socioculturales subyacentes.

En este sentido, la nueva corriente de la pragmática hispánica se fija como objetivo la descripción de los mecanismos de producción e interpretación de los mensajes que transmiten los enunciados en relación con el sistema sociocultural a la que pertenecen los propios participantes discursivos (Bernal y Hernández-Flores, 2022).

En nuestros intercambios comunicativos, las personas discursivas proyectamos dos imágenes: *imagen de autonomía* y *de afiliación* (Bravo, 1999), categorías vacías que toman las características propias de cada cultura a la que se aplican. De esta manera, no podemos establecer en ellas ningún conjunto de comportamientos esperados *a priori*, puesto que, además, forman parte de un continuo social, y varían conforme avanza el discurso.

La imagen de autonomía es comprendida, consecuentemente, como la percepción de una persona por parte de sí misma y del resto como diferente. En cambio, la imagen de afiliación se define como la identificación de una persona por sí misma y por el resto como parte de un grupo (Bravo, 1999). Por ejemplo, en la cultura española, la imagen de autonomía se concreta en la *autoafirmación*, el deseo de distinguirse del

resto y de ser identificado como una persona original, distinta del resto del grupo; mientras tanto, la imagen de afiliación se manifiesta en la *proximidad y confianza* en un grupo (Hernández-Flores, 1999).

Tradicionalmente, los efectos sociales que producen los diferentes actos de habla en las personas discursivas a lo largo de un evento comunicativo se han englobado bajo el concepto de la *(des)cortesía*. Sin embargo, a partir de la revisión de Hernández-Flores (2013), se recupera la teoría sociológica original de Goffman, y se toma el término de *actividades de imagen* para designar todas aquellas conductas comunicativas que tienen un impacto sobre las imágenes de los participantes discursivos, ya sea de *cortesía* (equilibrio de las imágenes sociales), de *descortesía* (daño a la imagen del destinatario) o de *autoimagen* (efecto sobre la propia imagen del emisor). Estas actividades de imagen se localizan de manera heterogénea a lo largo de la interacción y, como hemos mencionado, son concretadas por los factores socioculturales de los participantes del evento discursivo (Bravo, 1999; Hernández-Flores, 1999).

No obstante, dentro de las actividades de imagen que sirven para guardar el equilibrio de las imágenes de los hablantes se observa por una parte, la *cortesía mitigadora*, que repara o previene los daños a la imagen del destinatario, y que, por consiguiente, responde a la definición completa de la cortesía de Brown y Levinson; y, por otra parte, la *cortesía valorizante* (Kerbrat-Orecchioni, 2004), no observada en los planteamientos de los autores anteriores, una cortesía que no se origina ante el peligro de ningún daño a la imagen de los participantes discursivos, sino que goza de una naturaleza positiva y productivista. A su vez, podemos dividir esta última en *cortesía valorizadora directa e indirecta*. La segunda refuerza la imagen del otro a través de un apoyo a su discurso. En cambio, la cortesía valorizadora directa refuerza de manera explícita la imagen del receptor.

Incluso, el enfoque adoptado por la pragmática sociocultural engloba los efectos producidos en la imagen del propio emisor del mensaje, como hemos mencionado, frente a la teoría cortesiológica brownlevinsoniana, donde solo se atendía a la heteroimagen. Este efecto en la imagen del emisor concretado en la nueva perspectiva introducida por Diana Bravo se denomina *autoimagen*. Generalmente, las estrategias discursivas que tienen efectos en las imágenes del resto de participantes del evento tendrán, a su vez, efectos en la imagen del emisor (autoimagen). Así, en la mayoría de casos, cuando el emisor refuerza o repara la imagen del destinatario a través de

mecanismos corteses, la autoimagen será positiva; sin embargo, cuando daña la imagen del receptor, la autoimagen será, en consonancia, negativa.

En definitiva, la pragmática sociocultural expone paradigmas ya tratados por otras teorías cortesiológicas, como la de Brown y Levinson, pero filtrados por el factor cultural, además de poner en valor la autoimagen de los hablantes y la existencia de cortesía valorizante. De esta manera, para interpretar el valor de los enunciados y los efectos sociales que suponen, no podemos centrarnos en las estrategias lingüísticas o formas empleadas, sino que debemos estudiar, primero, los valores culturales de cada situación comunicativa. Ello se debe a que cada cultura, como hemos mencionado, dispone de un repertorio de valores y patrones a partir de los cuales debemos interpretar las producciones. Por fin, en pragmática sociocultural se supera el etnocentrismo brownlevinsoniano, y se termina con su enfoque interaccional, que reducía la existencia de cortesía a la presencia de amenazas a la imagen del otro.

2.1.2. El vehículo de la gestión de la imagen: estrategias pragmáticas y procedimientos lingüísticos

Como hemos explicado, en cada evento comunicativo, las emisiones de los hablantes afectan positiva o negativamente a sus propias imágenes. En ello se condensan en los efectos (des)corteses de los actos de habla (Albelda Marco y Barros García, 2013). A este respecto, existen diferentes *estrategias pragmáticas* que emplean los hablantes, y cuyo efecto se observa no solo en aquello que se dice, sino también en aquello que implica la enunciación (Albelda Marco y Estellés Arguedas, 2021). En concreto, nos centraremos en la atenuación y la intensificación, ya que son las estrategias más características de los actos de habla productores de actividades de imagen.

Antes de comenzar, es necesario recordar la distinción establecida por Briz (2004) entre cortesía codificada e interpretada: los hablantes codificamos nuestro mensaje a través de elementos lingüísticos con los que pretendemos obtener un determinado efecto (des)cortés en el destinatario; no obstante, en el plano social de la comunicación, el efecto que realmente tiene el mensaje emitido depende, en última instancia, de la interpretación de este por su destinatario. Como lo que nos interesa, para este trabajo, son los efectos sociales que se desprenden de los distintos actos de habla,

nos centraremos en el plano social de la comunicación, aunque tendremos en cuenta los aspectos codificados en el plano lingüístico.

Para entender la manera en que las estrategias (des)corteses inciden en la imagen, partimos de la definición de Briz (2010: 2) de la estrategia como un «hecho lingüístico». Como es sabido, cualquier hecho lingüístico está compuesto por dos partes diferenciadas: *dictum* y *modus*. Bally (1932 [1965]: 35) las diferenciaba de la siguiente manera:

La frase explícita comprende pues dos partes: una es la correlativa del proceso que constituye la representación [...]; la llamaremos, siguiendo el ejemplo de los lógicos, *el dictum*.

La otra contiene la pieza maestra de la frase, aquella sin la que no hay frase, a saber la expresión de la modalidad, correlativa a la operación del sujeto pensante. La modalidad tiene como expresión lógica y analítica un *verbo modal* [...] y su sujeto, un *sujeto modal*. Ambos constituyen el *modus*, complementario del «*dictum*».

Observados estos dos niveles que integran el plano lingüístico, Briz (1998 [2001]) distingue entre dos tipos de atenuación discursiva, según el nivel intralingüístico al que afecten: la *atenuación semántico-pragmática* y la *atenuación estrictamente pragmática*. La primera afecta de manera directa al contenido proposicional de los enunciados (*dictum*), y su efecto se puede concretar en una sola palabra de la proposición o puede abarcar el enunciado completo. Por ende, esta primera atenuación tiene un impacto también en el *modus* (aunque de manera inintencionada), pues «un elemento atenuante proposicional incide también indirectamente en el decir» (Gancedo Ruiz, 2019: 71). Con este propósito de reducción del valor significativo de los enunciados, suelen aparecer en la conversación cotidiana cuantificadores minimizadores, diminutivos, lítotes, eufemismos o elementos difuminadores del significado de los términos a los que acompañan (Albelda Marco y Barros García, 2013).

Por su parte, la atenuación estrictamente pragmática se dirige de forma inmediata al *modus*: reduce la fuerza ilocutiva del acto de habla; por consiguiente, disminuye el efecto perlocutivo en el interlocutor. Ello se consigue bien a través de una atenuación del componente performativo de los actos de habla o bien a través de una reducción de la implicación de los hablantes en el enunciado, con mecanismos lingüísticos como los recogidos por Albelda Marco y Cestero Mancera (2022) en su estudio acerca de los patrones geolectales de atenuación.

Con todo, las principales funciones de la atenuación discursiva se han resumido en el ámbito hispano en tres macrofunciones: *autoprotección*, *prevención* y *reparación*, compuestas por microfunciones específicas (Albelda Marco, 2016). En conjunto, la atenuación permite la negociación y -a veces- consecución de las metas conversacionales de los hablantes. En este sentido, la autoprotección se refiere al cuidado de la imagen del propio hablante: la autoimagen. En cambio, prevención y reparación están dirigidos a la imagen del interlocutor. En el primer caso, se trata de salvar los potenciales daños a la imagen del otro; mientras que en el segundo, el objetivo último es reparar aquellos perjuicios ya causados en su imagen.

En relación con estas tres funciones de la estrategia atenuadora se observa cómo la imagen es un componente esencial de su definición, a pesar de que autores como Briz (1998 [2001]) se centren en su dimensión discursiva. En fin, de todo lo expuesto se desprenden dos vertientes de la estrategia atenuadora: la retórico-discursiva y la social. Entre estas dos vertientes, «el principal objetivo de la atenuación es el cuidado de la gestión interpersonal, en la que se incluye ineludiblemente la atención a la imagen de las personas» (Gancedo Ruiz, 2019: 73).

La primacía del propósito social en la estrategia atenuadora no encuentra su paralela en la estrategia pragmática intensificadora. La principal función de esta nueva estrategia es la retórico-argumentativa, ya que los hablantes utilizamos, sobre todo, mecanismos intensificadores con el objetivo de persuadir, de convencer, al otro. En palabras de Antonio Briz (2017: 37), la intensificación «colabora en el ámbito retórico-argumentativo como refuerzo de lo dicho o del punto de vista propio o ajeno, ya sea coincidente o contrario».

Los estudios acerca de la intensificación son un área transversal en el panorama lingüístico. Así, son numerosas las aproximaciones desde la gramática (Ramos Márquez, 1993; Lavric, 2016; Romero, 2017, entre otros), hacia la investigación de mecanismos gramaticales intensificadores, como los sufijos aumentativos, que «unen al contenido afectivo propio de todos los sufijos apreciativos la idea de aumento o ponderación» (NGLE, 2009-2011: 169); desde la semántica (Portero, 1997; De Cesare, 2002; Margeri, 2007, por citar solo algunas obras), con la noción de clasema de intensidad; y desde la pragmática (Held, 1989; Kerbrat-Orecchioni, 1991; Briz, 2017; Uclés, 2020; Albelda Marco y Estellés Arguedas, 2021), que abordan la intensificación como manifestaciones discursivas tanto de cortesía valorizante como de descortesía.

El estudio de los recursos lingüísticos intensificadores desde la perspectiva de la pragmática ha permitido definirlos, como mencionábamos anteriormente, como estrategias ilocutivas con objetivos retóricos, que se materializan en la consecución de metas o fines discursivos tanto particulares como globales. De esta manera, lejos de mantenernos dentro del espectro semántico-gramatical, donde la intensificación se concreta en «un valor semántico que cuenta con diversos modos gramaticales de expresión» (Albelda Marco y Estellés Arguedas, 2021: 20), desde el paradigma pragmático, el estudio de la estrategia intensificadora ya no se centra en la forma gramatical y la actuación semántica de los mecanismos empleados, sino que se ocupa del objetivo en mente de las personas discursivas al emplear estos mecanismos. Es decir, la pragmática centra su tarea en la caracterización expresiva -por tanto, subjetiva- y evaluativa de la intensificación.

Si tenemos todo lo anterior en cuenta, resulta obvio que existen mecanismos léxicos o gramaticales que podrían ser catalogados *a priori* como intensificadores pero que, en ciertas situaciones de enunciación su empleo no conlleva ninguna carga de evaluación apreciativa por parte del hablante. Marta Albelda y Maria Estellés (2021: 21) proponen claros ejemplos para esta distinción pragmática en estructuras de cuantificación semántica:

Tiene muy mal aspecto podría funcionar como una información descriptiva, sin otro valor pragmático, dada como respuesta a una persona que pregunta por teléfono «¿Cómo está hoy tu perrito?». Se trataría de una respuesta denotativa, sin ninguna connotación añadida, a diferencia, quizás, de un enunciado como *¡Qué mal aspecto tiene!*, que sí contiene una evaluación apreciativa, unida a la gradación del adjetivo que supone la enunciación exclamativa y su partícula.

En este sentido, solo podemos analizar los valores pragmáticos de la intensificación -al igual que los ya mencionados de la atenuación- si partimos del contexto en que se producen. Es decir, si estudiamos el fenómeno interaccional completo. En él, la intensificación supone una gradación aumentativa de la fuerza ilocutiva de los enunciados, así como un mayor compromiso del emisor con sus propias palabras. Es decir, al igual que la estrategia atenuadora semántico-pragmática, la intensificación afecta a los dos planos lingüísticos señalados por Briz: *dictum* y *modus*.

De nuevo, la gradación de la fuerza ilocutiva de los actos de habla repercute en el plano retórico de la comunicación (Albelda Marco y Estellés Arguedas, 2021). Es

decir, como hemos anunciado reiteradamente, la intensificación es un recurso estratégico para el éxito de los fines discursivos de los hablantes.

Todo ello, como hemos dicho, tiene efectos en el plano retórico. Estos efectos retóricos los han definido Briz y Albelda (2021: 582) como la implicatura de la intención evaluativa del enunciador del mensaje: «intención evaluativa del emisor de expresar que se sobrepasan los supuestos esperados o establecidos como normales en una situación concreta, y que genera una implicatura en el contexto en el que se realiza». De tal forma, el emisor proyecta su propio juicio sobre la realidad en el mensaje que anuncia.

Además de la caracterización de la intensificación como una *estrategia retórico-argumentativa*, con el objetivo de alcanzar las metas de los participantes discursivos, los estudiosos definen su *dimensión social e interpersonal* (Briz y Albelda, 2021), ya que la intensificación, como la atenuación, tiene un impacto directo en las imágenes de los participantes del intercambio comunicativo y en sus relaciones interpersonales (Albelda Marco y Estellés Arguedas, 2021).

En su revisión de la intensificación, y para distinguir esta estrategia pragmática de los estudios gramático-semánticos, Marta Albelda y Maria Estellés (2021: 24) establecen la intensificación como una operación cognitiva que «tiene su base en una necesidad retórica de la comunicación». En este sentido, la intensificación se conjuga a través de una serie de operaciones cognitivas que parten de un supuesto del pensamiento del interlocutor acerca de un tema (*metarrepresentación*), para llegar a una actuación lingüística que trata de modificar las ideas del otro. En palabras de las autoras, queda definida «como el intento (para)lingüístico de un hablante por modificar un supuesto que se le atribuye al oyente y que no responde a sus expectativas» (Albelda Marco y Estellés Arguedas, 2021: 24). Por tanto, los mecanismos semánticos y gramaticales intensificadores actuarán como estrategias intensificadoras pragmáticas cuando el objeto de su emisión sea un cambio en el pensamiento del interlocutor.

En este mismo sentido, Antonio Briz (2017) distingue claramente tres funciones de la intensificación pragmática: la *auto-afirmación*, que refuerza las palabras y la imagen del emisor; la *alo-reafirmación*, que reafirma las palabras del otro y las imágenes de ambos interlocutores; y la *contra-reafirmación*, que invalida las palabras del contrario y amenaza su imagen. En fin, encontramos empleos de la intensificación en actos de habla dirigidos hacia el propio emisor (*auto-afirmación*) o hacia el otro interlocutor (*alo-reafirmación* y *contra-reafirmación*). Todos ellos pueden tener un

objetivo o bien principalmente argumentativo o bien social, dependiendo del contexto extralingüístico en que sean empleados.

Todo ello confirma el carácter retórico-argumentativo de la intensificación pragmática, frente al retórico-discursivo de la atenuación. Además, en la conversación cotidiana podemos enfrentarnos a mecanismos estratégicos intensificadores que no conlleven efectos (des)cortesés en las personas discursivas, ya que el fin de la intensificación puede ser únicamente retórico, no social. A pesar de ello, el propio objetivo de éxito argumentativo que acompaña a la intensificación influye, en el plano social, en la autoimagen del hablante, que se eruirá como buen o mal argumentador.

Sin embargo, aún dentro del plano social, pero en relación con el interlocutor, los efectos de la intensificación pueden oponerse, como exponen Albelda Marco y Estellés Arguedas (2021: 28):

incorporada a actos de habla agradadores y de cortesía verbal, puede favorecer el fortalecimiento de los vínculos sociales (Briz 1998, 2017, 2018, Albelda 2003, 2007, Maíz-Arévalo 2012, Bello 2015, Romero 2017: 197-220, Barros 2018a, 2018b), mientras que, incorporada a los actos de habla hostiles, la intensificación incrementa la agresividad comunicativa, por lo que sus efectos interpersonales son nocivos (Fuentes y Alcai-de 2008, Brenes 2015, Uclés 2020), aunque no por ello no pretendidos por el hablante (que puede querer lograr que el interlocutor se enfade, por ejemplo).

A la hora de centrarnos en las marcas lingüísticas intensificadoras desde la pragmática, es necesario, como mencionamos antes, identificar el cálculo cognitivo de los hablantes que explicaban Albelda Marco y Estellés Arguedas (2021), así como las metas interaccionales. Cuando ambos supuestos son comprobados, podemos observar ciertas estrategias intensificadoras que se suelen repetir en los intercambios comunicativos, como recoge Gancedo Ruiz (2019).

En definitiva, la atenuación y la intensificación son estrategias pragmáticas que los hablantes utilizan para alcanzar sus metas discursivas. No obstante, además de su dimensión discursiva, estas estrategias producen efectos en las imágenes de los integrantes del evento comunicativo, dentro del plano social, que pueden ser tanto de autoimagen, de descortesía, o de cortesía mitigadora o valorizante.

Pese a lo que pueda parecer, en la comunicación, las estrategias atenuadoras e intensificadoras no son elementos aislados, sino que componen los polos opuestos de un *continuum* cuyo centro o punto de referencia es la significación ordinaria de la noción que se enuncia (Mihatsch y Albelda Marco, 2016). Sin embargo, «los usos reales de la

lengua ofrecen casos de polifuncionalidad intensificadora y atenuadora en una misma expresión, bien en usos distintos o bien en los mismos usos contextuales» (Mihatsch y Albelda Marco, 2016: 11). Es decir, nos podemos enfrentar a marcadores lingüísticos semánticamente intensificadores, como «sin duda», que en una determinada emisión pueden funcionar también como atenuadores pragmáticos, por ejemplo, aceptando el punto de vista del interlocutor. En consecuencia, Gancedo Ruiz sintetiza los estudios anteriores y propone, como también hacen otros autores a través del término *preterición* (Kern, 2017), una doble escala para la actuación de las estrategias intensificadoras y atenuadoras, distinguiendo su dimensión social de la argumentativa: «De este modo, un mismo segmento lingüístico puede operar procurando efectos de atenuación en el ámbito social e intensificando aspectos discursivos en la dimensión argumentativa del acto» (Gancedo Ruiz, 2019: 188).

2.1.3. La gestión de la imagen de rol

Anteriormente mencionamos la metáfora teatral que plantea Goffman (1956) para la explicación de la interacción humana. En esta metáfora, cada persona desempeña un papel específico, que varía en función de los eventos comunicativos a los que estas personas discursivas se enfrentan. El concepto *footing* (posicionamiento) propuesto por el sociólogo canadiense (1981) distingue las distintas actitudes o posturas con que el *yo* se presenta al resto de participantes discursivos: *animator* (animador), persona que pronuncia los enunciados; *author* (autor), persona que elabora los enunciados; y *principal* (responsable), persona que se compromete con lo dicho, sobre todo en situaciones contractuales o jurídicas.

En este mismo sentido, la teoría de la polifonía de Mijaíl Bajtín fue adaptada por Oswald Ducrot (1984), para caracterizar a las personas participantes de un intercambio comunicativo (Portolés, 2007). De esta manera, la persona que realiza la enunciación del discurso es el *emisor* o *sujeto empírico* para Ducrot; que distingue del *locutor* o *sujeto de la enunciación*, similar al animador de Goffman; y del *enunciador* o *sujeto del enunciado*, voces que aparecen en un enunciado, y que no se corresponden con la del emisor ni el locutor.

Desde un punto de vista más general, y centrado, ahora, en el evento comunicativo, Goffman (1981) diferencia en las interacciones a los *participantes ratificados* de los *espectadores circunstanciales*. Los primeros son los participantes activos de un acto comunicativo, y se dividen en *locutor* (persona que produce el

enunciado), *alocutor* (persona a quien se dirige el discurso) y *destinatarios indirectos* (a quienes no se dirige el discurso, pero que participan en el evento comunicativo). Por otra parte, los espectadores circunstanciales pueden ser *oyentes casuales* o *furtivos* (Portolés, 2007).

Hasta aquí, nos hemos referido a los *roles conversacionales o discursivos* de los hablantes, intercambiables durante la conversación. Además de estos roles discursivos, los autores (Bravo, 1999; Hernández-Flores, 2003) distinguen los *roles situacionales* y los *sociales*. Esta tipología deriva de la conceptualización de roles comunicativos de Zimmerman (1998), que los divide en *transportable identities*, *situational identities* y *discourse identities*. Los *transportable identities* se corresponden con los *roles sociales*, inherentes a la persona discursiva, y condensados en características permanentes, como el aspecto físico, la edad, el sexo, etc. Un claro ejemplo de rol social es el rol de adolescente.

Por su parte, los roles conversacionales o discursivos, ya abordados, se relacionan con las *discourse identities*. Por último, los *roles situacionales*, derivados de las *situational identities*, están íntimamente ligados a las condiciones de la situación enunciativa. En este sentido, según el carácter de la situación de enunciación en que se encuentra cada persona, el rol que debe desempeñar es distinto; por consiguiente, sus deseos de imagen también (Hernández-Flores, 2003). Estos roles situacionales o funcionales pueden variar de una situación de enunciación a otra; y cada persona, según los convenios socioculturales, puede tener asignados varios roles situacionales de naturaleza distinta: roles de género, roles de edad, roles de profesión, etc., que se activan o desactivan con el devenir conversacional. En definitiva, la imagen de rol está definida tanto sociocultural como situacionalmente.

En su compromiso con la imagen del *yo* proyectada, los hablantes se sirven de la lengua como «instrumento para la interacción humana» (Bravo, 1999: 181). En consecuencia, dependiendo de la imagen de rol que debemos defender, haremos uso de unas u otras estructuras lingüísticas, que sirven de puente para cumplir con nuestras necesidades de imagen. Es decir, la asunción de una o varias imágenes de rol en un evento comunicativo por parte de los participantes discursivos se materializa, como ya anunciamos, en la aparición de comportamientos pragmáticos con efectos sociales positivos (cortesía), negativos (descortesía) o neutros (no cortesía), para suplir las expectativas conversacionales de los hablantes (Hernández-Flores, 2002). Estos efectos sociales no solo repercuten en la imagen del destinatario (como sucedía en la teoría

brownlevinsoniana), sino que, desde el paradigma sociocultural, también ejercen influencia sobre la imagen del propio emisor y la de otros participantes (oyentes).

A partir de esto, Bravo (2004: 99-100) concreta el campo de actuación de las actividades de imagen de cortesía: «la actividad de cortesía surgiría, por tanto, cuando un hablante confirma la imagen de su interlocutor en relación con el rol o los roles que está representando en esa situación, al tiempo que confirmaría la suya, también en relación con su rol». De esta manera, la proyección de actividades de imagen con efectos de cortesía hacia otro hablante en una conversación sirve de gestión o confirmación de los roles e imágenes sociales de los participantes discursivos presentes en la interacción. Es decir, la cortesía «es un intento de equilibrio de imágenes entendido éste no como una situación alcanzable, sino como un ideal, como un modelo de comportamiento comunicativo al que aspirar» (Hernández-Flores, 2004: 105).

Ahora bien, en la definición de las imágenes de rol debemos focalizar la atención en aquellos aspectos verdaderamente universales de cada rol, como puntualiza también Bravo (2002: 105): «para que hablemos de un contenido de la imagen del rol que sea extensivo a un grupo de personas, estos conceptos tienen que tener un carácter más o menos estables; es decir, poder ser evaluados como contenidos de identidad». Con esto en mente, más adelante trataremos de caracterizar el rol situacional de escritor a través de las actividades de imagen que despliegan los escritores encumbrados del *Boom* en su correspondencia personal.

En suma, las imágenes de rol pueden tener diferente naturaleza, y son activadas o desactivadas a lo largo de la interacción conforme cambie su temática o sus participantes. Para cuidar estas imágenes con que los individuos se presentan al resto, se hace uso de estrategias pragmáticas como la atenuación y la intensificación, que producen efectos sociales de cortesía, descortesía o autoimagen acordes a la imagen de rol que se pretende defender.

2. 2. Contexto sociohistórico y literario de los autores

Julio Cortázar, Carlos Fuentes, Gabriel García Márquez y Mario Vargas Llosa conforman las robustas patas del *Boom* latinoamericano. Carlos Fuentes (1969) y parte de la crítica se refieren a este grupo de autores como «la nueva novela» o «la nueva narrativa» (Bellini, 1997: 477). Ello no es sino un fenómeno editorial que surge en la década de 1960 y que «funcionó como un imán que concentró la atención sobre un

puñado de nuevos autores y sobre sus inmediatos maestros, creando así un diseño o mapa que redefinió nuestra literatura» (Oviedo, 2012: 288). Es decir, se trata de un fenómeno que situó la literatura de la América Latina en el foco del mundo occidental, a partir de un grupo de escritores latinoamericanos que mostraban una realidad a la que Europa no estaba acostumbrada¹. Sobre todo, algunas de las obras que sirvieron para situar a Hispanoamérica en el panorama literario mundial, en los comienzos del *Boom*, fueron *Hijo de Hombre* (1959), de Augusto Roa Bastos; *Rayuela* (1963), de Julio Cortázar; y *La ciudad y los perros* (1963), de Mario Vargas Llosa (Oviedo, 2012).

Como fenómeno editorial, el impulso de Carmen Balcells desde la casa editorial *Seix Barral* tuvo una importancia superlativa en el auge de estos autores latinoamericanos. En este sentido, del que hablamos no es un movimiento literario generacional declarado, ni en busca de una estética determinada, «aunque el “realismo mágico” fuese abusivamente homologado con él» (Oviedo, 2012: 288). Por consiguiente, nos enfrentamos a autores de edades alejadas, como Julio Cortázar, nacido en 1914, y Mario Vargas Llosa, en 1936, y a autores con ideologías políticas que, con el tiempo, divergen cada vez más.

Esta diferencia generacional repercute en uno de los aspectos caracterizadores del *Boom* y recogido por Rama (2005: 162), como es su arbitrariedad: «el conocimiento de Mario Vargas Llosa fue anterior al de Julio Cortázar y el de éste, anterior al de Jorge Luis Borges, lo que contribuyó a un aplanamiento sincrónico de la historia de la narrativa americana». Sin embargo, el propio aplanamiento de la visión de la literatura latinoamericana también permitió el redescubrimiento de otros autores que habían pasado más desapercibidos en un pasado inmediatamente anterior, como podría ser el recién mencionado Borges (Bellini, 1997).

Por otra parte, la naturaleza editorial del fenómeno provoca cambios en la visión que se tenía de Latinoamérica tanto desde el exterior como desde su interior. Ello está íntimamente relacionado con los mensajes políticos que autores como Cortázar o Fuentes consideraban inseparables al fenómeno (Oviedo, 2012). Este carácter innegablemente político del *Boom* se cimienta en el contexto sociopolítico de una Latinoamérica que ve en la Revolución cubana (1953-1958) y en la implantación del comunismo la utopía latinoamericana. Con ello, florecen nuevas preguntas que acechan

¹ Manifestado en su máximo esplendor en la literatura real maravillosa de Alejo Carpentier, en la que recogía costumbres, tradiciones y ritos americanos.

la mente de los intelectuales; entre todas ellas, la identidad latinoamericana se convierte en el punto de partida de esta nueva literatura.

Los autores del *Boom* se enfrentan por primera vez a una extensa reflexión sobre los rasgos inherentes a la sociedad latinoamericana, tan fuertemente influenciada por España -primero- y por Estados Unidos -después-. Con la entrada de la Unión Soviética en el tablero de juego y el nuevo modelo político propuesto, los artistas latinoamericanos sienten la necesidad de definir su propia identidad. De esta forma, Cuba estuvo, como hemos mencionado, en el centro de los intereses de Cortázar, Vargas Llosa, García Márquez y Fuentes. En palabras del último: «El papel romántico que el escritor se atribuye es el de un liberador que desenvaina la pluma y rompe cadenas con la fuerza de la tinta iracunda» (Fuentes, 1969: 12). No se trata sino de un sentimiento de pertenencia política heredero de la novela regionalista hispanoamericana de comienzos del siglo XX, con obras como *Los de abajo* (Azuela) o *El inglés de los güesos* (Lynch) (Rama, 1986).

Sin embargo, las ideologías políticas de los autores difieren. En consecuencia, además de suponer una excusa de diálogo y debate, Cuba también es el origen de numerosos desencuentros ideológicos y de rupturas. De hecho, «[n]o es ninguna coincidencia que el ocaso del *Boom* asomara en el horizonte al mismo tiempo que las posturas de los cuatro autores respecto a la Revolución cubana se modificaban hasta convertirse, en algunos casos, en irreconciliables» (Aguirre, Martín, Munguía y Wong Campos, 2023: 21). En concreto, la relación entre los escritores se fragmenta a raíz del caso Padilla (1971), poeta encarcelado debido a sus críticas al gobierno de la isla, como expone Mario Vargas Llosa en su entrevista de julio del 2017 para *El País*.

No obstante, la repercusión de la Revolución cubana no solo se materializa en el interés político de los autores del *Boom*, que viajan a la isla y participan en su prensa; sino que también es esta revolución la que aumenta exponencialmente el interés internacional en la literatura latinoamericana: sirvió de «catalizador del interés global por América Latina» (Aguirre, Martín, Munguía y Wong Campos, 2023: 21). Por supuesto, la Revolución es un asunto candente en el contexto de los años 60 del siglo XX, en plena Guerra Fría (1945-1991). En consecuencia, todo el mundo estaba interesado en escuchar la opinión de los testigos visuales de la implantación del comunismo, un régimen político que prometía una vuelta de tuerca al sistema ya establecido y capitaneado por Estados Unidos.

Tras la victoria revolucionaria, los intelectuales cubanos se proponen reescribir la historia latinoamericana, para obtener, por fin, un relato fruto del pueblo cubano, y no de los demás países en cuya órbita había girado hasta el momento. De manera análoga, los autores del *Boom* tratan de redactar novelas totalizantes, en las que se materialice la historia de Latinoamérica al completo. Las nuevas novelas intentan desafiar a los lectores; se convierten en «narraciones colosales cuyo transcurso se extiende durante décadas [...], con la ambición de agotar el “registro civil” de personajes trágicos, dramáticos y cómicos, mientras devoran ciudades, selvas y páramos» (Aguirre, Martín, Munguía y Wong Campos, 2023: 17). La narración fragmentaria de *Rayuela* (1963), por ejemplo, no es sino una representación metafórica del mundo como un ente aparentemente fragmentado, pero a partir del cual podemos construir de manera coherente nuestro discurso. Por otra parte, *Cien años de soledad* (1967), novela de Gabriel García Márquez por antonomasia, es un recorrido simbólico por la historia del continente.

En el plano formal, a pesar de componer en primera instancia, como mencionamos, un fenómeno editorial, los autores del *Boom* presentan rasgos de ruptura con la norma y con lo ordinario que los diferencian de autores de otras épocas o movimientos. De igual manera, el *Boom* «trazó una frontera que marcaría su definitiva madurez y por extensión la del conjunto de la literatura hispanoamericana» (Becerra, 2008: 17). Esto es, supuso el salto de lo local a lo global a través de las recién mencionadas historias totalizantes; además, este fenómeno condensó la superación del anterior regionalismo, en favor de un ferviente cosmopolitismo de influencia europea.

Otro de los rasgos que no se pueden obviar si tratamos de caracterizar el fenómeno es la amistad que surgió entre sus autores. Estos se conocen en reuniones intelectuales y políticas, y continúan su relación por medio de una extensa correspondencia. Su amistad se cimienta en «una visión compartida sobre proyectos literarios y políticos en conjunto, y el reconocimiento entre ellos de su valor como escritores e intelectuales públicos» (Aguirre, Martín, Munguía y Wong Campos, 2023: 18). Sin embargo, sus paulatinas disidencias en ideas y proyectos políticos, como ya mencionamos, así como otros factores de índole personal, son los que terminan poniendo punto y final a su relación.

A continuación, abordaremos algunos aspectos que caracterizan individualmente a los cuatro autores que tratamos en este trabajo: Julio Cortázar, Gabriel García Márquez, Carlos Fuentes y Mario Vargas Llosa.

Nacido en Ixelles en 1914, debido a la ocupación de su padre como funcionario en la embajada argentina de Bélgica, Julio Cortázar es el autor más añoso de los cuatro. En 1918, llegó a Argentina. Gracias a la internacionalidad de sus primeros años de vida y a sus largas lecturas de escritores extranjeros desde niño, encontramos raíces francesas en su obra, además de la influencia del Surrealismo y del Existencialismo de Sartre (Chihaia, 2018). A los 21 años, Cortázar se inscribe en Filosofía y Letras, pero sin finalizar sus estudios, los abandona, para empezar a trabajar como maestro de secundaria. En esta época, publica diversos escritos de crítica literaria, además de *Presencia* (1938), una colección de sonetos bajo el seudónimo de Julio Denis.

Más adelante, el escritor argentino se convierte en profesor de la Universidad de Cuyo. Sin embargo, su oposición al Peronismo le obliga a exiliarse en París en 1951, año en que publica *Bestiario*, bajo influencia borgiana (Oviedo, 2012). Es en la capital francesa donde conoce a Gabriel García Márquez y a Mario Vargas Llosa, y donde fallece en 1984. Durante su estancia allí, publica tres libros de relatos: *Final del juego* (1956), *Las armas secretas* (1959) e *Historias de cronopios y famas* (1962), y su primera novela, *Los premios* (1960). No obstante, es la publicación de *Rayuela* (1963) la que lo asienta en el panorama cultural internacional. En relación con esta novela, y como un apéndice para uno de sus capítulos, destaca la publicación de *62, modelo para armar* (1968). Todos estos escritos están envueltos en un clima de novedad y sorpresa que los adscribe en la literatura neovanguardista (Oviedo, 2012) y neofantástica (Arroyo Martínez, 2010), y que es conducido a través de un lenguaje llano y preciso, con un ambiente natural (Oviedo, 2012).

Gabriel García Márquez, por su parte, nace en Aracataca (Colombia) en 1927. Es «la figura de la narrativa contemporánea, el escritor de mayor resonancia mundial en el ámbito de los narradores de la “nueva novela”» (Bellini, 1997: 525). Oviedo (2012) divide su obra en dos períodos, separados por la publicación de *Cien años de soledad* (1967). En el primer periodo, el Gabo presenta la ciudad mágica de Macondo y a su protagonista por excelencia: Aureliano Buendía. Entre otros, escribe relatos fantásticos de estilo barroquizante y metafórico, influido por Faulkner, como *La hojarasca* (1955) y algunos cuentos de *Los funerales de la Mamá Grande* (1962); y relatos como *El coronel no tiene quien le escriba* (1961) y *La mala hora* (1966), con un estilo «elíptico, escueto, lacónico, cuyos ritmos en *staccato* filtran una realidad casi puramente objetiva a la manera de Hemingway» (Oviedo, 2012: 291).

Con la publicación de *Cien años de soledad*, se confirma como escritor central del *Boom*, a través de una explosión de realismo mágico, del que se convierte en principal estandarte. En esta novela, «lo fantástico no hace más que subrayar el peso de lo real» (Bellini, 1997: 527), lo cual le sirve para presentar la soledad como un rasgo fundamental de la existencia hispanoamericana. Tras su publicación, el colombiano continúa con este estilo audaz y crítico en relatos como *La increíble historia de la cándida Eréndira y su abuela desalmada* (1972), *El otoño del patriarca* (1975) y *Crónica de una muerte anunciada* (1981). Además, tras recibir el Nobel de literatura en 1982, publica obras tan sonadas como *El amor en los tiempos del cólera* (1985), *Del amor y otros demonios* (1994) y *Memoria de mis putas tristes* (2004), entre otras.

Por otra parte, el impulso rompedor de la forma del *Boom* alcanza un nivel superlativo en las críticas de García Márquez a la ortografía. Estas quedan sintetizadas en sus palabras en la inauguración del I Congreso Internacional de la Lengua Española, en Zacatecas, en 1997: «jubilemos la ortografía, terror del ser humano desde la cuna».

El tercero de nuestros autores, por orden de nacimiento, es Carlos Fuentes, cuyo nacimiento fecha de 1928, en Ciudad de Panamá. El escritor, de nacionalidad mexicana, es hijo de un diplomático, lo que propicia su educación internacional: Chile, Brasil, Argentina, Estados Unidos y Ginebra (Aguirre, Martín, Munguía y Wong Campos, 2023), aunque siempre de regreso a México en temporada estival con el objetivo de estudiar la historia mexicana y de mantener su lengua materna. Con 16 años, se instala en México, donde cursa el bachillerato y colabora en la revista *Hoy*. Más adelante, obtiene la carrera de Derecho en México y se matricula en estudios internacionales en Ginebra, para trabajar en el extranjero (Oviedo, 2012). Sin embargo, «su vocación literaria, que había despertado en su adolescencia, se volvió su actividad central en la década del cincuenta» (Oviedo, 2012: 304), y publica, en 1954, una colección de cuentos titulada *Los días enmascarados*, con claro simbolismo azteca. En 1955, Fuentes es codirector de la *Revista Mexicana de Literatura*, y pide una futura colaboración en ella al argentino Cortázar, hecho que da comienzo a la amistad de los escritores. El año siguiente publica su primera novela, *La región más transparente* (1956),

un retrato ardientemente crítico de la realidad urbana de la capital mexicana, símbolo del fracaso general de la Revolución y el surgimiento de una nueva burguesía nacional como clientela del régimen de Miguel Alemán, con quien se reafirma la dependencia económica del país respecto de Estados Unidos (Oviedo, 2012: 304).

Esta fuerza de crítica política que vertebra la literatura de Carlos Fuentes, por medio de la revolución mexicana y de su fracaso, es, como vimos, un rasgo general de la literatura del *Boom* latinoamericano. Entre las numerosas obras de Fuentes, podemos observar su ambición política en *La muerte de Artemio Cruz* (1962), *Zona sagrada* (1967), *Cumpleaños* (1969), *Terra nostra* (1975), *La cabeza de la hidra* (1978) y *El gringo viejo* (1985), que «vuelve continuamente sobre el “problema” mexicano y en su novela levanta una dura protesta contra los Estados Unidos, cuyos hombres [...] han pasado su vida cruzando fronteras, las suyas y las de los demás» (Bellini, 1997: 556).

Por último, el cuarto escritor que nos ocupa es el actual académico de la Real Academia Española, galardonado con el premio Nobel en 2010 y recién ingresado en la Academia Francesa. Mario Vargas Llosa nace en la ciudad peruana de Arequipa en 1936. Tras una infancia a caballo entre Perú y Bolivia, se convierte en colaborador de diarios como *La Crónica* y *La Industria*, y estudia en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos Letras y Derecho. Además, comienza a trabajar como editor de diferentes revistas; entre ellas, destaca la revista *Literatura*.

Más adelante, con la ayuda de una beca, se doctora en Filosofía y Letras. En 1959, se traslada a París, donde conoce a Julio Cortázar, que había llegado a la capital francesa ocho años antes. Hasta 1966, comparte ciudad de residencia con el argentino, quien promueve el manuscrito de *La ciudad y los perros* (1962) entre editores, «una crítica despiadada de la educación en un colegio militar limeño, el “Leoncio Prado”, y de un mundo social moralmente perdido» (Bellini, 1997: 516). Es con la publicación de esta novela, así como con las de *La casa verde* (1965) y *Conversación en La Catedral* (1969) cuando Vargas Llosa alcanza su fama de gran escritor (Oviedo, 2012). En estas obras, entre otros recursos, destaca la superposición del monólogo interior con un «encabalgamiento de diálogos» (Bellini, 1997: 516), signo claro de la ruptura formal que caracteriza el *Boom*.

A Carlos Fuentes lo conoce en Ciudad de México en 1962. Con él, comparte «el gusto por la conversación y la discusión, por el parricidio literario y la participación política» (Aguirre, Martín, Munguía y Wong Campos, 2023: 24). Por último, todavía durante su estancia en París, Vargas Llosa se acerca a la literatura garciamarquiana a través de la lectura de la traducción francesa de la obra del Gabo: *El coronel no tiene quien le escriba* (1961). En 1966, tres años más tarde, Gabriel García Márquez comienza su correspondencia con el peruano, a través de la cual entablaron una estrecha amistad, que se materializa en la publicación del ensayo de Vargas Llosa: *García*

Márquez: historia de un deicidio (1967). Sin embargo, su relación con el colombiano se rompe de forma manifiesta con el puñetazo que le propina en 1976, según declaraciones de Llosa, por motivos personales.

En definitiva, el *Boom* es un fenómeno comercial -editorial- que sitúa la literatura hispanoamericana en el punto de mira del resto del mundo; sobre todo, de Europa. Como fenómeno comercial, no presenta bases manifiestas; no obstante, se observan características comunes en los autores, como el desafío o ruptura de las normas establecidas o la crítica política, heredada del regionalismo. Estos objetivos compartidos sembraron entre los escritores una fraternal amistad. Todo ello ha cristalizado en un sentimiento de identidad como autores pertenecientes a un grupo político-literario determinado y distinguido de los demás. Este sentimiento, por supuesto, se manifiesta en su correspondencia privada, por medio de la proyección de imágenes del grupo epistemológico del que forman parte, frente a la crítica y otros autores contemporáneos. Poder observar la concepción de la cúspide del *Boom* del propio fenómeno se torna, sin duda, esencial para comprender la significación sincrónica de este. En adelante, nos centraremos en el análisis pragmático de estas actividades de imagen en su correspondencia privada.

3. MARCO PRÁCTICO

3.1. Metodología

3.1.1. Consideraciones generales

Como hemos anunciado anteriormente, el objetivo general de este trabajo es caracterizar la proyección de la imagen del rol de escritor en el grupo central de literatos hispanoamericanos del *Boom*. Para ello, hemos formulado dos preguntas de investigación concretas. En cuanto a la primera, está claro que, desde los estudios literarios identificamos al *Boom* como un grupo, pero, como explicamos en §2.2, se trata de un grupo con características peculiares, no una generación de escritores. Entonces, ¿existe identidad de grupo en el seno de los autores del *Boom*? En lo que se refiere a la segunda pregunta de investigación, si la respuesta de esta primera es afirmativa, ¿cómo se proyecta discursivamente esta relación en su correspondencia? A estas cuestiones volveremos en §3.2.1.

En cuanto al método de análisis de las cartas, hemos conjugado el estudio sociopragmático y pragmlingüístico. En este sentido, partimos del «estudio de las

formas lingüísticas entendidas como estrategias adecuadas, efectivas y eficaces para llegar a la meta [comunicativa]» (Briz, 2005: 54). Así, identificamos las estrategias discursivas empleadas en la correspondencia de los autores (atenuación, intensificación, otros) para señalar, posteriormente, los efectos sociales que interpretamos que se desean generar. En consecuencia, pudimos interpretar las necesidades de imagen propias del rol de escritor.

El que aquí presentamos es un análisis mixto. En primer lugar, a través de un análisis cuantitativo hemos señalado los fenómenos recurrentes en los que enfocar la atención. Seguidamente, con todos los datos reunidos, a través de un análisis cualitativo hemos precisado la relación entre los usos discursivos y las necesidades de imagen. De tal forma, más adelante presentamos la ficha de análisis sociopragmático y pragmlingüístico que hemos diseñado para estudiar una imagen de rol e imagen de grupo a partir de un corpus de correspondencia privada.

Para el análisis de los datos, en primer lugar hemos utilizado una tabla de Excel, donde hemos introducido valores de cada variable que veremos en §3.1.3 en formato numérico. A continuación, hemos trasladado estos datos al programa PSPP y hemos aplicado el test estadístico *chi cuadrado* (χ^2). Este test nos permite «determinar si dos variables cualitativas están o no asociadas» (Pita Fernández y Pértiga Díaz, 2004: 1). Se obtiene del sumatorio del cuadrado de la diferencia de los valores observados y aquellos esperados, dividido entre las frecuencias esperadas. Se representa a través de la siguiente fórmula:

$$\chi^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Donde O_i son los valores observados y E_i son los valores esperados o teóricos en el caso de que las variables fueran independientes.

Para terminar, aquellos cruces que han resultado significativos los hemos llevado de nuevo a Excel para obtener gráficas que ilustren nuestros resultados.

3.1.2. *Diseño del corpus*

En lo que se refiere a la selección del corpus, como queremos acercarnos a la percepción propia y a la percepción del resto de autores que tenían los escritores del *Boom*, es necesario partir de un corpus escrito. Las entrevistas grabadas en audio o vídeo, aunque ofrecen más datos prosódicos y paralingüísticos, carecen de naturalidad,

porque los entrevistados conocen al público y tratan, en mayor o menor medida, de cuidar una imagen concreta.

De igual manera, en corpus formados por las composiciones literarias de los autores (Celeste Fit, 2014; Chaparro Manrique, 2022; Gramuglio, 1993; Moscoso, 2018; Zamora, 2013), los escritores modelan conscientemente su imagen de autor. De hecho, Gramuglio (1992: 37) plantea la existencia de una *imagen de escritor* en géneros discursivos diversos: «puede tratarse de una autobiografía, de un prólogo, de un ensayo sobre otro escritor, de un poema, de una ficción narrativa y aún de casos fronterizos como un reportaje». En todos estos géneros, los autores son conscientes de la imagen que cuidan «de manera más o menos explícita y aún programática, imágenes que son proyecciones, autoimágenes y también anti-imágenes o contrafiguras de sí mismos» (Gramuglio, 1992: 38). Por supuesto, ello no significa que cualquier obra de un autor se convierta instantáneamente en su autobiografía, idea que critica Kundera (1992), sino en la justificación constante de una imagen propia (Maingueneau, 2015).

En contraste, en el género discursivo de la correspondencia, cuyo auge comienza en la Ilustración y abarca hasta el siglo XX; y en concreto, en la correspondencia privada, las personas discursivas se muestran con naturalidad. En la intimidad de una amistad, los escritores exponen sus actitudes personales inalteradas. Además, «el lenguaje epistolar, y más el de la correspondencia privada, presenta rasgos de la oralidad, conectados con la teoría del diálogo y de la conversación» (Albitre Lamata, 2020: 42), aunque mantiene características esenciales de los textos escritos, como son los procesos de planificación, textualización y revisión (Calsamiglia y Tusón, 1999), derivadas del carácter diferido de la interacción (*in absentia*).

Por las razones recién expuestas, para nuestro estudio hemos escogido 59 cartas del libro recopilatorio *Las cartas del Boom*, editado por Carlos Aguirre, Gerald Martin, Javier Munguía y Augusto Wong Campos en el año 2023 y publicado por la editorial Alfaguara. Esta correspondencia está dirigida, como mencionamos en §2.2, entre Julio Cortázar, Carlos Fuentes, Gabriel García Márquez y Mario Vargas Llosa.

En concreto, las cartas que forman nuestro corpus comprenden una horquilla de tres de los años más prolíficos del movimiento -desde enero de 1967 hasta diciembre de 1969-, en los que se corrige y publica *Cien años de soledad*, se comienza un proyecto común de un libro sobre dictadores latinoamericanos, se celebran gran cantidad de congresos de escritores y conferencias sobre la situación cubana (temática donde se empiezan a dividir políticamente), y se viven de cerca las revoluciones de Mayo del 68.

Por supuesto, nos encontramos en el periodo de auge del *Boom*, cuyo contenido literario podríamos decir que termina en 1975, con la publicación de *Terra nostra* por Carlos Fuentes. Ello es, un año antes del «final “humano” del Boom, el puñetazo de Vargas Llosa que recibió García Márquez [...] en el vestíbulo de un cine mexicano, el 12 de febrero de 1976, [que] ha llegado a representar la fecha definitoria» (Aguirre, Martín, Munguía y Wong Campos, 2023: 407).

3.1.3. *Ficha metodológica de análisis*

En total, de las 59 cartas de los autores del *Boom*, hemos extraído 934 actos de habla en los que los autores se refieren o bien a sí mismos y sus compañeros del *Boom*, o bien a personajes externos al fenómeno editorial. Para estudiar cada acto, hemos desarrollado una ficha de análisis (ver *Anexo I*) con dos tipos de factores: enunciativos y situacionales. Este segundo tipo de factores resume los datos pertinentes del «contexto situacional o interactivo» (Calsamiglia y Tusón, 1999) de la disciplina del Análisis del Discurso. A continuación, explicaremos sus diferentes apartados.

En lo que se refiere a los factores enunciativos, la primera variable que hemos tenido en cuenta es la fuerza ilocutiva afectada por cada acto de habla. Para ello, seguimos la división de los actos de habla propuesta por Searle (1969): actos directivos, que dan una orden o hacen una petición; actos asertivos, que constatan una realidad; actos compromisivos, que comprometen al enunciador; actos expresivos, donde el hablante manifiesta sus actitudes o sus emociones; y actos declarativos, que modifican la realidad en la que aparecen.

La segunda variable es la estrategia pragmática empleada en la dimensión social, y comprende las variantes de atenuación, intensificación y otros. Consideramos necesario especificar que es una estrategia que se da en la dimensión social, porque, como explicamos en §2.1.2, podemos encontrar estrategias socialmente atenuadoras aunque discursivamente intensificadoras, como es el caso de la preterición (Kern, 2017). Por tanto, la tercera variable analizada es la estrategia pragmática empleada dentro de la dimensión discursivo-argumentativa.

Seguidamente, estudiamos la dirección del acto comunicativo. Ello es, si se dirige al endogrupo, es decir, a alguno de los integrantes del *Boom*; o si se dirige al exogrupo, el conjunto de editores y artistas que no forman parte del fenómeno editorial. Es esta variable la que nos permitirá, en §3.2.2, establecer conclusiones acerca de la

consideración de los autores como grupo y acerca de su relación con aquellos personajes literarios que no forman parte de él.

Las tres siguientes variables de la ficha metodológica recogen los efectos sociales que las diferentes estrategias discursivas tienen tanto en el locutor y en el alocutor como en una tercera persona a la que se refieren en su interacción. Hemos resumido los efectos sociales que pueden experimentar estas personas discursivas en efecto positivo, negativo y neutro, según se respete su imagen, se ataque o no exista ningún impacto en ella, respectivamente. Por supuesto, debíamos incluir efectos a terceras personas que no participan en la interacción porque ahí se engloban los actos dirigidos al exogrupo. Un claro ejemplo de ello es la aportación de Gabriel García Márquez: «lo que son todos es una partida de maricones» (en la carta dirigida a Carlos Fuentes el 2 de noviembre de 1968).

La octava variable se corresponde con el tipo de actividad de imagen empleada por el emisor ya sea un realce de su propia imagen (autoimagen) u otro tipo de actividad dirigida al resto (cortesía, descortesía o acortesía). Por supuesto, cuando nos encontramos con estrategias corteses, los efectos positivos aparecen tanto en el emisor como en el receptor del mensaje: «si la imagen del destinatario queda reforzada, destacada o protegida, también la del hablante se refuerza, destaca o protege» (Hernández-Flores, 2013: 192). Esta misma relación de dependencia se observa en el caso de la descortesía, que produce un «efecto interpersonalmente negativo» (Bernal, 2007: 86). Por último, empleamos la estrategia de *acortesía*, introducida por Kerbrat-Orecchioni (2004), con la que se refiere a enunciados en que no aparecen marcadores explícitos de cortesía, pero cuyo contenido no tiene efectos negativos en el destinatario. Un ejemplo de *acortesía*, por tanto, es el reproche de Gabriel García Márquez a Carlos Fuentes: «Tienes más de un mes, casi dos, de no escribirme», en su carta del 8 de mayo de 1967. Podemos concluir, por el contenido posterior de la carta, y por las siguientes interacciones entre estos dos amigos, que la imagen de Fuentes no sufrió ningún efecto negativo.

En lo que respecta a los factores situacionales, la primera variable que hemos analizado es la temática. Encontramos actos de habla cuya temática es personal, donde hemos englobado aquellos que tratan de la familia, los amigos o las vacaciones; actos con temática profesional, en los que se refieren a los premios, publicaciones, congresos o, incluso, reuniones y movimientos políticos relacionados con Cuba; y actos con temática discursiva, que hacen referencia a la propia carta que están escribiendo.

Ejemplos de esta última temática serían «Qué bueno que me escribiste» (de Gabriel García Márquez a Carlos Fuentes, el 26 de enero de 1967) o «Perdona la larga digresión» (de Carlos Fuentes a Mario Vargas Llosa, el 22 de febrero de 1967).

En lo que se refiere a la finalidad o fin de la interacción, puede ser bien interpersonal, cuando se trata de afianzar los lazos entre las personas discursivas; o bien transaccional, en aquellos actos cuya meta es la consecución de un favor del receptor, ya sea en forma de trabajo o de un texto para leer en francés y español en un acto por Hugo Blanco: «Nadie como vos para escribir esas líneas, me parece» (de Julio Cortázar a Mario Vargas Llosa, el 21 de marzo de 1967). Por supuesto, actos, como este, que tienen una finalidad transaccional, solo resultan exitosos cuando las metas individuales del emisor coinciden con el producto obtenido, generalmente por medio de una *negociación*, como explican Calsamiglia y Tusón (1999).

La siguiente variable tenida en cuenta es la relación de edad de los interlocutores. En ella, consideramos dos variantes: emisor mayor que receptor y emisor menor que receptor. No hemos abierto una tercera variante (emisor igual a receptor) ya que en este caso todas las personas discursivas han nacido en años distintos, aunque la diferencia de autores como Carlos Fuentes y Gabriel García Márquez sea únicamente de un año.

A continuación, nos hemos centrado en los participantes discursivos de cada interacción. De esta manera, según quiénes sean los emisores y receptores del mensaje hemos preparado once categorías: de Julio Cortázar a Carlos Fuentes, de Julio Cortázar a Gabriel García Márquez, de Julio Cortázar a Mario Vargas Llosa, de Carlos Fuentes a Julio Cortázar, de Carlos Fuentes a Gabriel García Márquez, de Carlos Fuentes a Mario Vargas Llosa, de Gabriel García Márquez a Julio Cortázar, de Gabriel García Márquez a Carlos Fuentes, de Gabriel García Márquez a Mario Vargas Llosa, de Mario Vargas Llosa a Julio Cortázar, de Mario Vargas Llosa a Carlos Fuentes, y de Mario Vargas Llosa a Gabriel García Márquez.

Las dos siguientes variables presentan, por separado, los locutores y alocutores de cada discurso: Julio Cortázar, Carlos Fuentes, Gabriel García Márquez y Mario Vargas Llosa. A pesar de que la variable anterior nos daba la relación de autores, hemos considerado necesario situarlos también por separado en dos variables distintas, para estudiar, si es pertinente, el uso de cada tipo de estrategia discursiva o social, o de las diferentes actividades de imagen por y hacia cada autor.

Por último, hemos realizado una pequeña descripción de cada acto de habla que incluye el nombre del emisor y el receptor y la fecha de la composición. Ello nos ha facilitado la recopilación de los datos, sin repeticiones ni saltos imprevistos.

3.2. Resultados del análisis

3.2.1. Presentación de los datos obtenidos

Como anunciamos en §3.1.3, para la realización de este trabajo hemos estudiado 934 actos de habla obtenidos de la correspondencia privada de los autores del *Boom*. En estos actos, los escritores se dirigen o bien a su endogrupo o bien al exogrupo, de forma que la distribución de las muestras es la que sigue:

Nombre del autor	Nº de actos de habla dirigidos a endogrupo	Nº de actos de habla dirigidos a exogrupo	Nº actos de habla totales analizados
Julio Cortázar	253	31	284
Carlos Fuentes	216	52	268
Gabriel García Márquez	290	70	360
Mario Vargas Llosa	18	4	22 ²
Total Corpus	777	157	934

Tabla 1. Total de actos de habla analizados de cada autor y su distribución en cuanto a la dirección (endogrupo o exogrupo).

Para el análisis del corpus, debemos retomar las preguntas de investigación planteadas en §3.1.1. La primera duda planteaba si existía una identidad de grupo en los autores del *Boom*, manifiesta no solo de manera profesional en sus publicaciones y entrevistas, de lo que tenemos constancia; sino como una convicción personal, en sus cartas íntimas. Para resolver esta primera cuestión, la primera relación que hemos estudiado ha sido entre las variables *dirección del acto de habla* y *actividad de imagen producida* (ver *Gráfico 1*). Hemos sometido los datos, como anunciamos anteriormente, al test estadístico *chi cuadrado*, y obtuvimos que el porcentaje de emisión de actos de cada tipo de actividad de imagen (Acortesía, Cortesía, Descortesía, Autoimagen) es significativamente distinto en función de la dirección del acto, $\chi^2(3, N=934)=431.22$, $p=.000$. En consecuencia, descartamos la hipótesis nula (las variables son independientes), y confirmamos la hipótesis inicial de dependencia de las variables.

² La pequeña representación en nuestro corpus de Mario Vargas Llosa se debe a que en el libro del que hemos obtenido las cartas, y en el periodo escogido, eran escasas las cartas de este autor. No obstante, lo tomaremos en cuenta a la hora de analizar e interpretar los resultados.

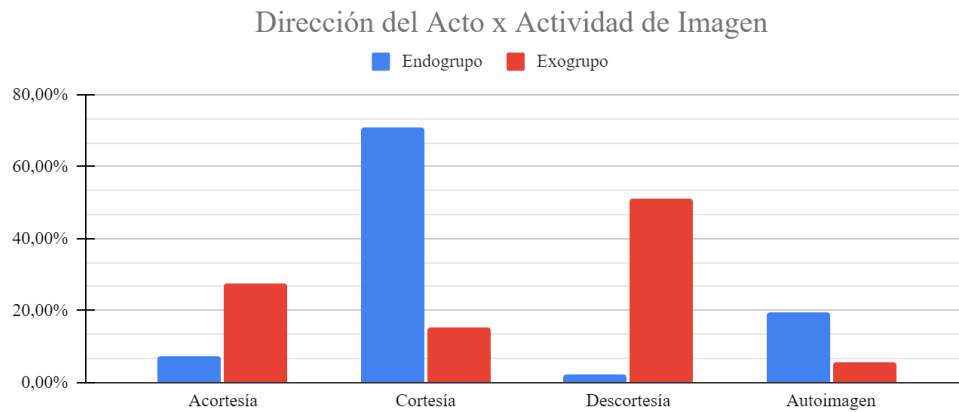


Gráfico 1. Relación del porcentaje de actividades de imagen emitidas (Acortésia, Cortésia, Descortésia, Autoimagen) según la direccionalidad del acto (Endogrupo, Exogrupo).

Los datos que más llaman la atención del *Gráfico 1* son la relación cruzada entre la direccionalidad del acto y las actividades de imagen corteses y descorteses. De esta manera, de las actividades dirigidas al endogrupo, encontramos una mayoría en la cortesía (71,1%), frente a una minoría en descortesía (2,3%). La relación inversa se da en las actividades dirigidas al exogrupo, que priman en descortesía (51,3%) y son minoritarias en cortesía (15,2%).

Seguidamente, comparamos la misma variable de *dirección del acto de habla* con los efectos que estos actos tienen en las imágenes de emisor, receptor y de una tercera persona no presente en la interacción. Para ello, hicimos la prueba de *chi cuadrado* individualmente para cada binomio. En primer lugar, en la relación entre la *dirección del acto* y el *efecto en el receptor* (ver *Gráfico 2*), obtuvimos que el porcentaje de tipo de efecto en el receptor del mensaje (Positivo, Negativo, Neutro) es significativamente distinto en función de la dirección del acto, $\chi^2(2, N=934)=284.61$, $p=.000$. Por tanto, confirmamos la dependencia de las variables y descartamos la hipótesis nula.

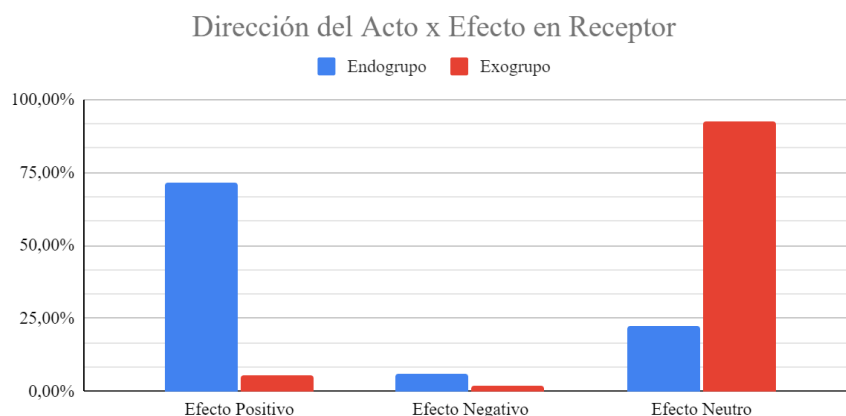


Gráfico 2. *Relación del porcentaje del efecto producido en el receptor (Efecto Positivo, Efecto Negativo, Efecto Neutro) según la direccionalidad del acto (Endogrupo, Exogrupo).*

Como vemos en el gráfico, la mayor parte de los actos comunicativos dirigidos al endogrupo tienen un efecto positivo en el receptor (71,4%), un resultado esperable, ya que la correspondencia está dirigida entre los propios participantes del *Boom*. Este es el caso de actos de habla como «Me acuerdo con tanta admiración de tu charla en la Casa; creo que esa noche comprendí mucho mejor lo que ves y lo que quieres hacer en la novela» (de Julio Cortázar a Mario Vargas Llosa, en su carta del 21 de febrero de 1967); o «no hay un solo tropiezo en ese laberinto de prejuicios, necesidades, mezquindades, pasiones y compasiones en que te has metido a explorar» (de García Márquez a Carlos Fuentes, el 8 de mayo de 1967).

Frente a ello, tampoco sorprende que los actos de habla dirigidos al exogrupo tengan, en su mayor parte (92,4%), efectos neutros en el receptor (puesto que forma parte del endogrupo, no del exogrupo): «aunque Gazapo, de Sainz, tiene virtudes prometedoras, está muy lejos de ser una revelación» (Márquez a Fuentes, el 26 de enero de 1967), «Todo es pinche, local, chismoso: que si dijeron, que si dijiste, que si eres antimexicano, la chingada» (Fuentes a Márquez, el 15 de abril de 1969). Mientras tanto, son mínimos los actos dirigidos al endogrupo (6,1%) y al exogrupo (1,9%) con efecto negativo en el alocutor.

En lo que se refiere a la relación entre la dirección del acto y el efecto en el emisor, el porcentaje de tipo de efecto el productor del mensaje (Positivo, Negativo, Neutro) es significativamente distinto en función de la dirección del acto, $\chi^2(2, N=934)=211.70, p=.000$. Esta relación de dependencia (tras descartar la hipótesis nula) la podemos observar en el siguiente gráfico:

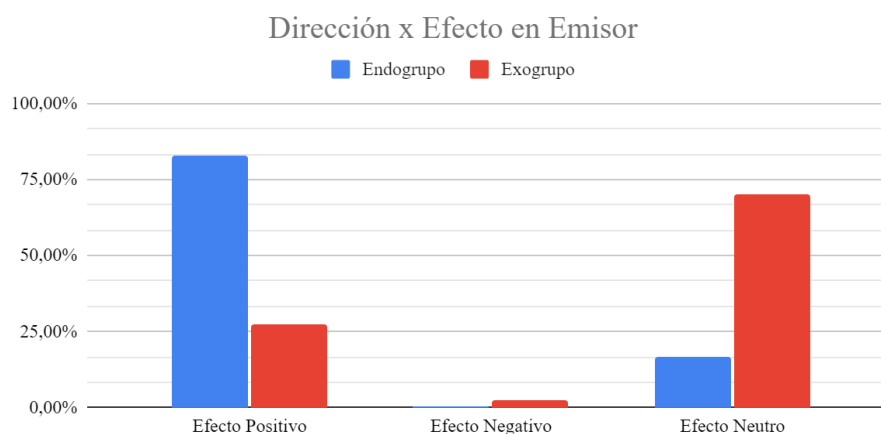


Gráfico 3. *Relación del porcentaje del efecto producido en el emisor (Efecto Positivo, Efecto Negativo, Efecto Neutro) según la direccionalidad del acto (Endogrupo, Exogrupo).*

En el *Gráfico 3* se expone, de nuevo, la relación cruzada del efecto en el emisor de los actos de habla, según se dirijan al endogrupo o al exogrupo. La mayoría de los actos comunicativos dirigidos al endogrupo tienen un efecto positivo en el emisor (83%). Ello se debe a que, cuando hablan de sí mismos, los autores se incluyen en el grupo en que se identifican. Por eso, en muchas ocasiones utilizan la primera persona del plural: «Que sepan que habemos novelistas de los buenos, y que vamos a seguir jodiendo, y que somos una mafia y a quién coño no le gustó para romperle la madre, y todo lo que de ello se deriva.» (de García Márquez a Fuentes, el 4 de marzo de 1967).

En contraste, la mayoría de actos dirigidos al exogrupo generan en la persona productora del mensaje un efecto neutro (70,3%): «después de pasar unos meses en la civilización, he descubierto que pese a todo prefiero la barbarie francesa» (Vargas Llosa a Carlos Fuentes, el 10 de febrero de 1967). Mientras tanto, casi no hay actos de habla con efecto negativo en el emisor; y existen pocos dirigidos al exogrupo con un efecto positivo en el emisor (27,2%), en tanto que ejerce una crítica sobre otros autores, y se sitúan en una posición jerárquicamente superior: «José Agustín y otro adolescente cuyo nombre no recuerdo empiezan a hacer mucho ruido, pero a mi juicio tienen dentro muy pocas nueces» (de nuevo, de García Márquez a Carlos Fuentes, el 26 de enero de 1967) o «El drama de quienes no nos quieren es mucho más grave que el nuestro, pues tienen que sentarse a escribir mejores novelas que las nuestras y ahí se les jode todo» (de García Márquez a Vargas Llosa, el 12 de noviembre de 1968).

Por último, el porcentaje de tipo de efecto en una tercera persona no receptora del mensaje (Positivo, Negativo, Neutro) también es significativamente distinto en función de la dirección del acto, $\chi^2(2, N=934)=543.80, p=.000$. En el siguiente *Gráfico 4*, encontramos una representación visual de esta relación entre la *dirección del acto* y su *efecto en una tercera persona no presente en la interacción*.

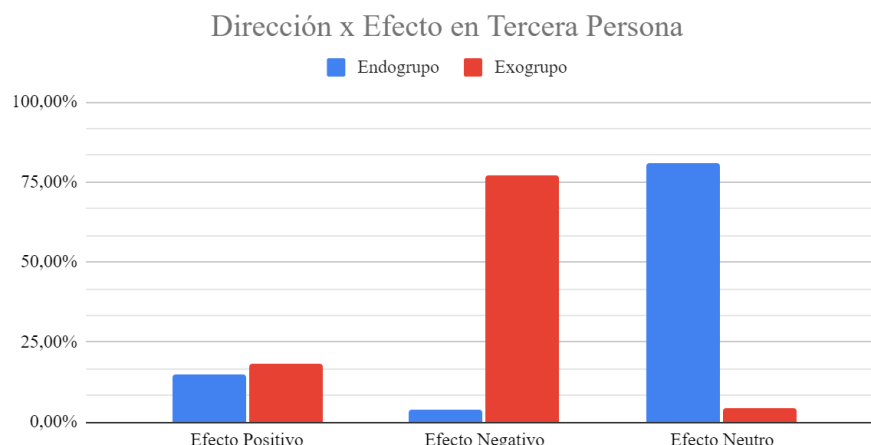


Gráfico 4. Relación del porcentaje del efecto producido en una tercera persona no presente en la interacción (Efecto Positivo, Efecto Negativo, Efecto Neutro) según la direccionalidad del acto (Endogrup, Exogrup).

La mayor parte de los actos dirigidos al endogrup, como podíamos esperar, tienen un efecto neutro en la tercera persona (81,1%): «Muy regocijante tu anécdota sobre la conferencia de Asturias» (de Cortázar a Mario Vargas, el 3 de julio de 1967). Mientras tanto, casi el mismo porcentaje de actos dirigidos al exogrup (77,2%) tienen un efecto negativo en esta tercera persona que no participa en la interacción: «A mí que no me critiquen y que se metan en su cartesianismo y su *dit donc* y su *d'une parte et d'une autre part* por donde mejor les quepa!» (de García Márquez a Fuentes, el 4 de marzo de 1967). Otro ejemplo ilustrativo es la crítica, también de García Márquez, pero esta vez en una carta dirigida Vargas Llosa, del 20 de marzo de 1967:

es un venerable congreso de fósiles reaccionarios, cuyo objetivo -no sé si por inspiración de su ancianidad o de por influencia de la CIA- es crear la Asociación Latinoamericana de Escritores, una entidad con pretensiones estratosféricas destinada a garantizar la apolitización de la literatura continental.

De estas dos relaciones enfrentadas extraemos que la mayor parte de las veces que los autores se dirigen a alguien fuera de su grup, sus comentarios son despectivos. A ello volveremos en §3.2.2. para analizar su imagen de escritor frente al resto de los grupos. Sin embargo, existe efecto positivo en el exogrup en un 18,4% de los casos. Ello se debe a que, aunque la cima del fenómeno editorial se sienta contraria a algunos grupos de artistas, existen escritores hacia quienes muestran su admiración, como expone Carlos Fuentes a García Márquez, el 29 de octubre de 1968:

Hablé mucho en París con un magnífico novelista checo de nuestra edad, Milan Kundera (debes leer *La plaisanterie*), y me dijo que el mejor apoyo que podíamos darles

consistía en visitarlos como si los rusos no estuviesen allí, como si el programa democrático de enero siguiese adelante sin tropiezos.

De nuevo, hicimos el test *chi cuadrado* para estudiar la dependencia o independencia de las variables *personas discursivas que participan en la interacción y efecto en el emisor*. En este caso, se confirmó la hipótesis nula: las variables son independientes, ya que el valor de la significación estadística es mayor de 0.05; $\chi^2(14, N=934)=21.90, p=.081$. Por tanto, el efecto (positivo, negativo o neutro) en el productor del discurso no depende de las personas inmersas en él. Igualmente, al cruzar las variables *emisor y efecto en el emisor*, confirmamos la hipótesis nula. El porcentaje de efectos positivos, negativos o neutros en el emisor no depende de quién es este emisor, $\chi^2(6, N=934)=3.17, p=.787$.

En cambio, cuando relacionamos las variables *emisor y efecto en receptor*, y les aplicamos el test estadístico, pudimos rechazar la hipótesis nula y confirmar la dependencia de las variables. Es decir, el porcentaje de producción de efectos en el receptor (Positivo, Negativo, Neutro) es significativamente distinto en función del emisor, $\chi^2(6, N=934)=55.54, p=.000$.

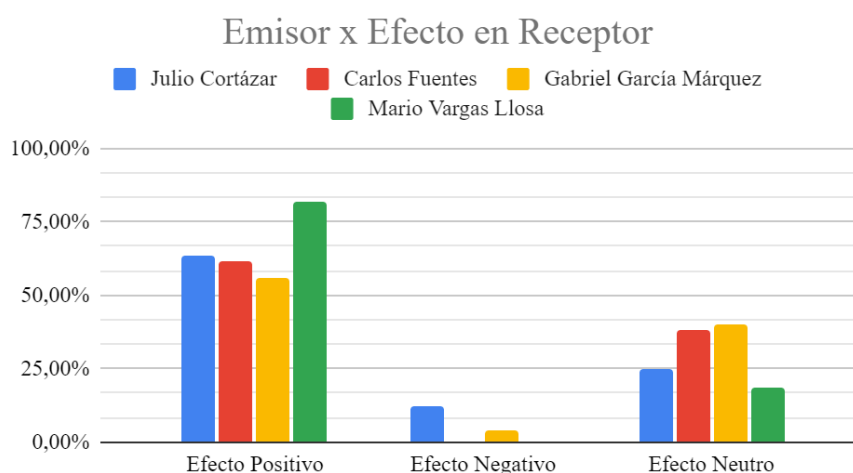


Gráfico 5. Relación del porcentaje de efectos producidos en el receptor (Positivo, Negativo, Neutro) según el emisor del acto (Julio Cortázar, Carlos Fuentes, Gabriel García Márquez y Mario Vargas Llosa).

Como vemos en la gráfica, el efecto positivo en el receptor es el más conseguido por los autores, ya que forman el endogrupo que observamos en el *Gráfico 2*. Sin embargo, debemos destacar la ausencia de actos de habla con efecto negativo en el receptor tanto de Carlos Fuentes como de Mario Vargas Llosa. El hecho de que los mensajes del peruano no tengan efectos negativos en los alocutores no es sorprendente, puesto que no teníamos muchos datos de él en el corpus (ver *Tabla 1*). Sin embargo, sí

podría sorprendernos la ausencia de efectos negativos en el receptor en las cartas de Fuentes. A ello volveremos en §3.2.2.

Por otra parte, existe una relación de dependencia entre las actividades de imagen producidas (Acortesía, Cortesía, Descortesía, Autoimagen) y el emisor que produce el mensaje (Julio Cortázar, Carlos Fuentes, Gabriel García Márquez y Mario Vargas Llosa). Al realizar el test estadístico rechazamos la hipótesis nula, ya que $\chi^2(9, N=934)=35.12, p=.000$. Podemos observar esta relación dependiente en el *Gráfico 6*, que se adjunta a continuación:

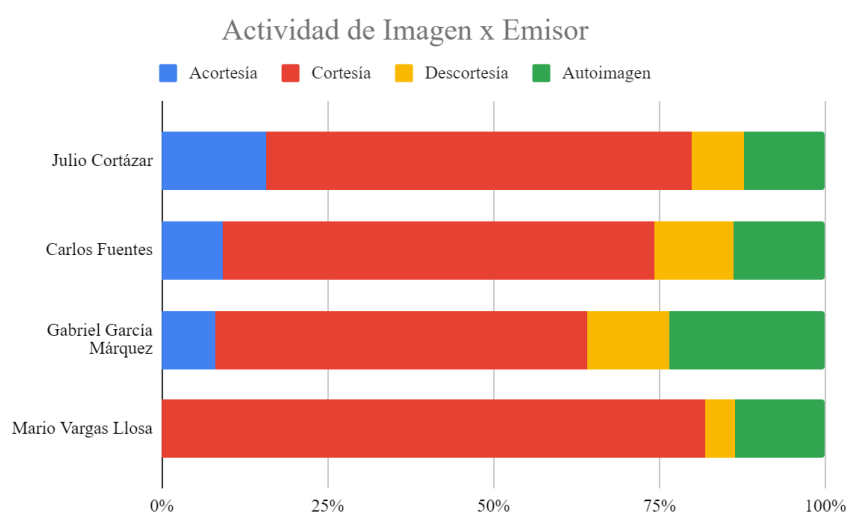


Gráfico 6. Relación del porcentaje de tipos de actividad de imagen (Acortesía, Cortesía, Descortesía, Autoimagen) según el emisor del acto (Julio Cortázar, Carlos Fuentes, Gabriel García Márquez y Mario Vargas Llosa).

En este caso, debemos destacar el aumento del porcentaje de autoimagen producida por Gabriel García Márquez (23,6%), frente al resto de compañeros del Boom (Cortázar, 12,3%; Fuentes, 13,8%; Llosa, 13,6%): «Todo es posible gracias a una cantidad de trabajo bestial que me he echado encima (cine, publicidad, televisión clandestina) aprovechando la velocidad que me quedó de la novela» (de García Márquez a Carlos Fuentes, el 4 de marzo de 1967). Como ocurría en el *Gráfico 3*, encontramos actividades de autoimagen en las que el Gabo se incluye con el resto del grupo y defiende sus intereses colectivos: «Que no se les olvide que somos escritores independientes, que estamos con ellos por convicción y no por miedo de que nos pongan presos» (hacia Carlos Fuentes, el 4 de marzo de 1967), «Se trata de que nos pongamos de acuerdo para modificar esas cláusulas dragonas, y no solo en beneficio de los escritores que se venden sino de todos» (hacia Vargas Llosa, el 12 de noviembre de 1968).

Cuando comparamos la dirección de los actos de imagen con el tipo de actividad de imagen producida (ver *Gráfico 1*), podríamos haber concluido ya una animadversión hacia los artistas ajenos a su grupo. Sin embargo, ello no nos permitiría defender con certeza su identificación plena con su grupo literario. Con el objetivo de matizar este sentimiento identitario, hemos tenido en cuenta también los efectos producidos por sus mensajes en el receptor (ver *Gráfico 2*), el emisor (ver *Gráfico 3*) y una tercera persona no presente en la interacción (ver *Gráfico 4*). A partir de estos cruces, y de aquellos que incluyen a los emisores de los mensajes, se facilita nuestro análisis en §3.2.2.

En concreto, de todos los datos extraídos, destaca el hecho de que gran parte de las actividades de imagen y de los actos de habla con efectos positivos en el emisor estén escritos en primera persona del plural, sobre todo en el caso de García Márquez (ver *Gráfico 6*). Evidentemente, ello es determinante para afirmar que los autores tenían un sentimiento profundo de pertenencia al grupo vanguardista del *Boom*.

Una vez comprobada la existencia de un sentimiento de pertenencia de grupo en la intimidad de los autores del *Boom*, debemos discurrir la manera en que esta relación se proyecta en su correspondencia. Para ello, en primer lugar, hemos relacionado las variables *fin de la interacción* y *estrategia social empleada*. De nuevo, con el test *chi cuadrado* obtuvimos que el porcentaje de empleo de cada tipo de estrategia social (Atenuación, Intensificación, Otros) es significativamente distinto en función del fin del acto, $\chi^2(3, N=934)=42.26, p=.000$, como se puede ver en el *Gráfico 7*:

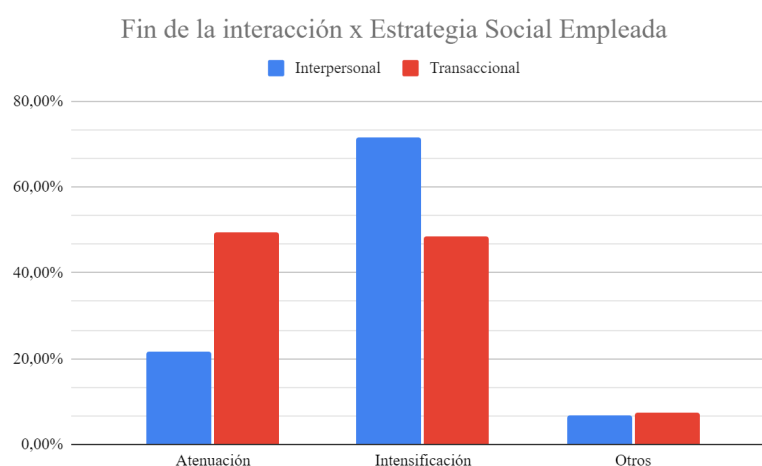


Gráfico 7. Relación del porcentaje de la estrategia social empleada (Atenuación, Intensificación, Otros) según la finalidad de la interacción (Interpersonal, Transaccional).

En este gráfico, observamos cómo se distribuyen las estrategias sociales utilizadas en cada acto de habla según estos tengan finalidad transaccional o interpersonal. De tal manera, los actos de habla con finalidad interpersonal priman en el

uso de estrategias intensificadoras (71,4%): «Ojalá, coño» (de Cortázar a Llosa, el 21 de febrero de 1967), «Máster querido» (de Márquez a Fuentes, el 5 de junio de 1967), «MASTERAZO!!» (de Fuentes a García Márquez, el 5 de julio de 1967); frente a una minoría de estrategias atenuadoras (21,7%): «Creo, pues, que mis libros en USA van bien encaminados» (García Márquez a Carlos Fuentes, el 26 de enero de 1967).

Mientras tanto, los actos con finalidades transaccionales presentan con similar frecuencia estrategias atenuadoras (49,5%): «Si está en Londres, ¿quieres decirle que me mande su dirección para restablecer los contactos?» (García Márquez a Vargas Llosa, en noviembre de 1967), «Sé que lo que te pido es excesivo y no me molestaré en lo más mínimo si te excusas de hacerlo» (Fuentes a García Márquez, el 29 de octubre de 1968); como intensificadoras (48,6%): «deseo tu opinión (the baby is ours)» (de Fuentes a Vargas Llosa, el 5 de julio de 1967), «Por favor firma inmediatamente las cartas y envíalas a Gabriel García Márquez» (de Julio Cortázar a Mario Vargas Llosa, el 3 de noviembre de 1968), «Nadie como vos para escribir esas líneas, me parece» (de Cortázar a Llosa, el 21 de marzo de 1967). Por último, los datos del uso de otras estrategias (como la ironía) no son relevantes, debido a su baja frecuencia en ambos tipos de finalidades.

Seguidamente, comparamos el fin de la interacción con la estrategia, en este caso, discursiva que lo vehicula. Tras la aplicación de nuestro test estadístico obtuvimos que el porcentaje de empleo de cada tipo de estrategia discursiva (Atenuación, Intensificación, Otros) es significativamente distinto en función del fin del acto, $\chi^2(3, N=934)=31.97, p=.000$. En este caso, el gráfico obtenido tendría una forma similar al anterior: de nuevo, prima la intensificación para fines interpersonales (73,5%) frente a una minoría de empleo de atenuación discursiva para dichos fines (20,3%). En contraste, cuando el fin es transaccional, en el discurso difieren ligeramente los porcentajes de empleo de atenuación (44,1%) y de intensificación (53,2%). Como hemos dicho, los datos obtenidos son similares a los expuestos en el *Gráfico 5*. En consecuencia, no hemos insertado el gráfico ilustrativo de esta relación.

A continuación, hemos cruzado los valores de las variables *fuerza ilocutiva* y *actividad de imagen*. Tras nuestro test, obtuvimos que el porcentaje de emisión de actos de cada tipo de actividad de imagen (Acortesía, Cortesía, Descortesía, Autoimagen) varía significativamente dependiendo de la fuerza ilocutiva empleada, $\chi^2(12, N=934)=111.61, p=.000$. Por tanto, las variables son dependientes, como observamos en el siguiente gráfico:

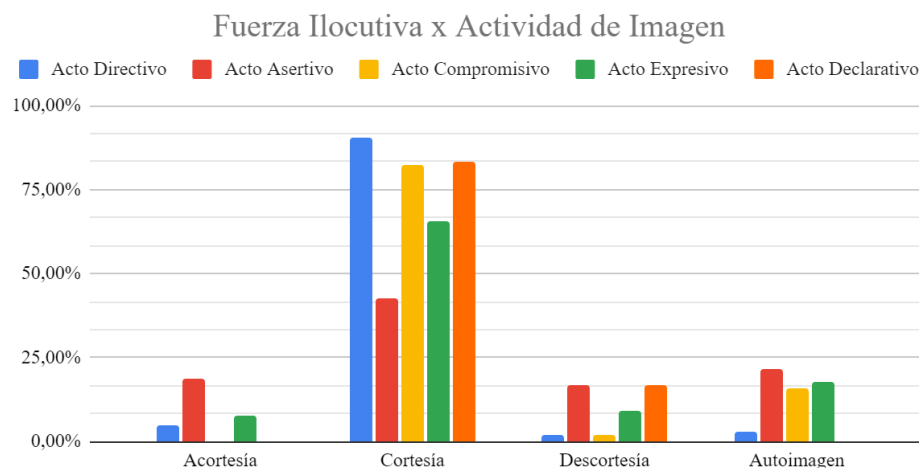


Gráfico 8. Relación del porcentaje de la actividad de imagen empleada (Acortésia, Cortésia, Descortésia, Autoimagen) según la fuerza ilocutiva del acto de habla emitido (Acto Directivo, Acto Asertivo, Acto Compromisivo, Acto Expresivo, Acto Declarativo).

En el Gráfico 8 encontramos un claro predominio de cortesía en los actos directivos (90,7%), compromisivos (82,2%), expresivos (65,7%) y declarativos (83,3%). Por supuesto, ello se debe a que no hemos distinguido, para nuestro estudio, la cortesía hegemónica de la anticortesía, que tiene gran representatividad en el corpus, con expresiones como «Máster misérrimo» (en la carta de Gabriel García Márquez a Carlos Fuentes del 8 de mayo de 1967), «¿No hay modo de que te amarres los pantalones y te vengas a Caracas en agosto?» (de nuevo, de Márquez a Fuentes, el 5 de junio de 1967) o «Aunque no te has dignado a contestarme -cabrón- sé que me quieres bien -cabroncísimo- y te escribo antes de que te nos evapores en las selvas del Orinoco y en las brumas del Plata» (de Fuentes a Márquez, el 24 de febrero de 1967).

Mientras tanto, en los actos asertivos, aunque predominan los usos corteses (42,8%), su proporción se encuentra más igualada a los acorteses (18,6%), los descorteses (17%) y los usos de autoimagen (21,7%).

Seguidamente, hemos estudiado la relación entre la *fuerza ilocutiva* que articula cada acto y las *estrategias sociales y discursivas* que operan en ellos. Tras aplicar el test estadístico, obtuvimos que el porcentaje de producción de estrategias sociales (Atenuación, Intensificación, Otros) es significativamente distinto en función de la fuerza ilocutiva empleada, $\chi^2(12, N=934)=64.36, p=.000$. De nuevo, los datos en cuanto a estrategias sociales y discursivas son casi idénticos, por lo que solo mostraremos en el gráfico las estrategias sociales:

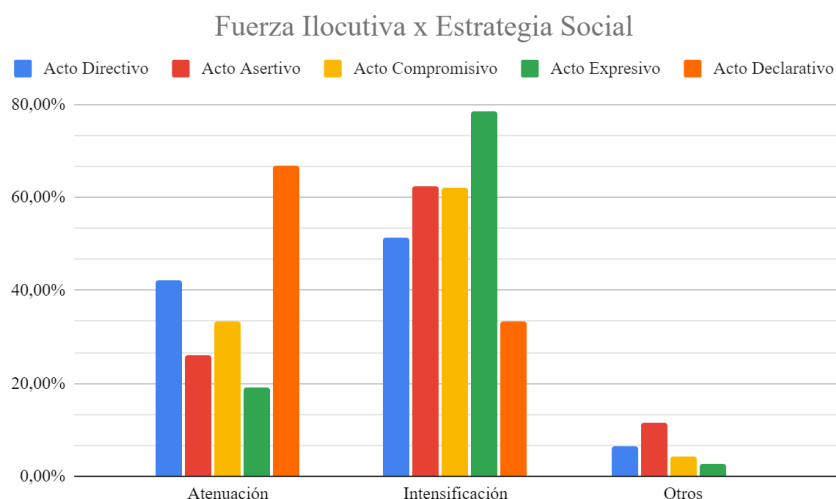


Gráfico 9. Relación del porcentaje de las estrategias sociales empleadas (Atenuación, Intensificación, Otros) según la fuerza ilocutiva del acto de habla emitido (Acto Directivo, Acto Asertivo, Acto Compromisivo, Acto Expresivo, Acto Declarativo).

Como podemos ver, la intensificación es la estrategia más empleada en los actos asertivos (62,3%), compromisivos (62,2%) y expresivos (78,4%). En cambio, en los actos declarativos priman las estrategias sociales atenuadoras (66,7%), a través de las que justifican sus decisiones: «Te propongo que el editor sea Mortiz, sin duda el más serio y mejor organizado en México» (de Carlos Fuentes a Mario Vargas Llosa, el 5 de julio de 1967). Mientras tanto, en los actos directivos aparecen en proporción similar estrategias sociales atenuadoras (42,1%): «Quería pedirte un inmenso favor» (Fuentes a García Márquez, el 29 de octubre de 1968); e intensificadoras (51,4%): «¿Cuándo se publican tus novelones?» (García Márquez a Fuentes, el 26 de enero de 1967). Sin duda, como vemos, el empleo de estrategias atenuadoras o intensificadoras depende del coste de la acción para el receptor de la orden o petición.

Por otra parte, intentamos averiguar si existía algún tipo de dependencia entre los *participantes discursivos de cada interacción* y el *tipo de fuerza ilocutiva empleada* en los actos de habla. Sin embargo, cuando hicimos el test estadístico *chi cuadrado*, se confirmó la hipótesis nula: las variables son independientes, $\chi^2(28, N=934)=21.77$, $p=.792$.

3.2.2. Interpretación sociopragmática: imagen del rol de escritor

Antes de comenzar la interpretación sociopragmática, debemos aclarar que el grupo de autores del *Boom* no responde a una comunidad de habla, puesto que cada uno de ellos pertenece a un país con unas costumbres y usos lingüísticos concretos. En

cambio, si seguimos la definición propuesta por Bravo (2004) y que recogimos en §2.1.1., podríamos considerarlos una comunidad sociocultural en un sentido laxo, ya que Cortázar, Fuentes, García Márquez y Vargas Llosa han compartido experiencias comunicativas que les permiten partir de supuestos comunes a la hora de comenzar su interacción y de utilizar en el contexto conversacional herramientas de cortesía. Por tanto, para el análisis que expondremos a continuación no hemos considerado las diferencias geolingüísticas o dialectológicas básicas que distancian a estos autores, por pertenecer a comunidades de habla dispares: la mexicana, la caribeña, la andina y la austral, según la división geolectal propuesta por Moreno Fernández (2009), sino que los hemos considerado una comunidad sociocultural.

Como hemos reiterado a lo largo del trabajo, en los escritos dirigidos a un público general, los autores se muestran como parte del *Boom*. Ello lo demuestra Fuentes en *La nueva novela hispanoamericana* (1969: 98):

Entonces esas obras, esos Pasos perdidos, esas Rayuelas, esos Cien años de soledad, esas Casas Verdes, esas Señas de identidad, esos Jardines de senderos que se bifurcan, esos Laberintos de la soledad, esos Cantos generales, aparecerán como «las mitologías sin nombre... anuncio de nuestro porvenir».

Sin embargo, en este momento tratamos de averiguar el papel de este rol de escritor en la vida privada de los artistas.

Por supuesto, el rol de escritor del *Boom* se podría considerar una variante del rol de experto, pues presenta las dos características básicas de este rol situacional que propone Stygall (2001): pertenecer a una élite académica y tener un estatus social elevado. Este rol de experto actúa mediante un abundante uso de estrategias atenuadoras en programas de televisión divulgativos y dirigidos a todos los públicos, como ha estudiado Figueras (2017). Sin embargo, cuando alteramos los factores de esta interacción y sustituimos al público desconocido por autores conocidos y compañeros del fenómeno, esperamos obtener una interpretación distinta.

En su correspondencia íntima, como vimos, los autores manifiestan su amistad a través de un predominio de actividades de imagen corteses dirigidas al endogrupo (ver *Gráfico 1*). Estas actividades corteses abundan en actos directivos, compromisivos, expresivos y declarativos (ver *Gráfico 8*), y a su vez, en estos la mayor parte de actos prima la intensificación (ver *Gráfico 9*), hecho que contrasta con el estudio propuesto por Figueras (2017) en el contexto de un programa de divulgación. En la correspondencia entre escritores, la intensificación se utiliza, en mayor medida, con

finés interpersonales (ver *Gráfico 7*), que en este contexto situacional se traducen, sobre todo, en varias temáticas profesionales, como publicaciones, premios o conferencias. Es decir, la función principal de los elementos intensificadores en la correspondencia es la alo-reafirmativa, mencionada en §2.1.2. Ello lo observamos en actos de habla como «Antes que nada, un descomunal abrazo por el Premio Biblioteca Breve» (de García Márquez a Fuentes, el 4 de marzo de 1967), «Acabo de leer tu nota sobre *Cien años* -reproducida por *El Espectador*, de Bogotá, pues nunca recibí *Amaru*- y estoy sencillamente abrumado.» (de García Márquez a Mario Vargas Llosa, el 2 de diciembre de 1967), o el siguiente mensaje de Carlos Fuentes a García Márquez el 22 de julio de 1967, también sobre *Cien años de soledad*:

Tengo la impresión de haber leído algo así como el *Quijote* latinoamericano: un Quijote atrapado entre las montañas y la selva, sin campos que recorrer, un Quijote claustrofóbico que por ello tiene que inventar el universo a partir de sus cuatro paredes derruidas.

Si bien es cierto que todos los autores producen en su mayoría actividades de imagen corteses hacia el receptor, con efectos positivos en él (ver *Gráfico 2*), en la anterior exposición de resultados destacamos el hecho de que el porcentaje de actividades de autoimagen de Gabriel García Márquez dobla las del resto de sus compañeros. En su correspondencia, el Nobel colombiano es quien más se refiere a sí mismo y a su propia imagen, sobre todo, a través de intensificación auto-afirmativa. Generalmente, ello se debe a que construye gran cantidad de proposiciones en las que se incluye con el grupo del *Boom* (ver *Gráfico 3*). Este tratamiento de la imagen propia y de su grupo, ya ejemplificado en §3.2.1, alcanza incluso el empleo de expresiones malsonantes como en «Que sepan que habemos novelistas de los buenos, y que vamos a seguir jodiendo, y que somos una mafia y a quién coño no le gustó para romperle la madre, y todo lo que de ello se deriva» o en «Si los amigos cubanos se nos van a convertir en nuestros policías, se van a llevar, al menos por mi parte, una buena mandada a la mierda» (ambos extractos de la carta de Márquez a Fuentes del 4 de marzo de 1967).

Como apunta Bourdieu (1985: 69), «el uso del lenguaje, que implica tanto la manera como la materia del discurso, depende de la posición social del locutor». Del empleo de las expresiones groseras mencionadas, así como del uso de las estrategias discursivas y sociales intensificadoras, podemos concluir el autorreconocimiento de los autores. En este sentido, se autoidentifican como figuras de autoridad, integrantes del

Boom, con la facultad de defender lo que consideran bueno -que, generalmente, coincide con su endogrupo- y de juzgar lo contrario -normalmente, relativo al exogrupo-.

En concreto, son Julio Cortázar y Gabriel García Márquez quienes se identifican en mayor medida como figuras de autoridad. Ello se deduce del hecho de que, en la correspondencia analizada, estos dos autores son los únicos que producen algún efecto negativo en el receptor (ver *Gráfico 5*): «Precisamente la idea de la reunión en un volumen me entusiasma poco, primero porque soy un solitario como sabes» (de Cortázar a Fuentes, el 2 de junio de 1967), «Permitir su impresión sería de una frivolidad imperdonable» (de García Márquez a Vargas Llosa, el 7 de febrero de 1968). Además, entre ellos, el porcentaje de mensajes de Cortázar con efecto negativo en el receptor duplica los de García Márquez.

Como es razonable, en el interior de la relación entre los integrantes del *Boom*, que constituyen figuras de autoridad para el público, existe una jerarquía. En este caso, esta gradación se corresponde con la edad de los autores y, más precisamente, con su veteranía en la escritura: Cortázar publica *Bestiario* en 1951 y García Márquez, *La hojarasca* en 1955. Mientras tanto, Carlos Fuentes publica *La región más transparente* en 1958 y Mario Vargas, *La ciudad y los perros*, en 1963. De esta forma, argentino y colombiano son quienes más influencia ejercen en los otros componentes del *Boom*.

En lo que se refiere al anunciado *juicio de lo ajeno* de la cima del *Boom*, en las actividades dirigidas hacia el exogrupo prima la descortesía (ver *Gráfico 1*). En consonancia con ello, cuando los actos de habla de los escritores se dirigen al grupo con el que no se identifican, tienen en su mayoría un efecto negativo en la tercera persona que no participa directamente en la interacción (ver *Gráfico 4*). Dos de las figuras que emplean ligeramente más descortesía (ver *Gráfico 6*) son Carlos Fuentes y Gabriel García Márquez, un hecho reseñable, ya que eran dos de los escritores que mantenían una amistad más profunda, y en cuyas conversaciones expresan sus sentimientos más intensos hacia el resto de artistas contemporáneos y hacia la situación política tanto de Cuba como de toda Hispanoamérica o Europa.

En su crítica política, Fuentes y García Márquez hacen hincapié en sus derechos como autores hispanoamericanos, muchas veces aplastados tanto desde las editoriales como desde los gobiernos, ya sean americanos o europeos: «la caza de brujas y las limitaciones impuestas a los escritores de izquierda en México resultan ridículas y anacrónicas frente a una reunión como la del PEN» (Fuentes a Vargas Llosa, el 22 de

febrero de 1967), «Te divertirá saber que *Cambio de piel* fue prohibida por la censura española. Las razones son estrictamente precartesianas: pornográfica, comunista, anticristiana, antialemán, projudía y ¡dedicada a Julio Cortázar!» (Fuentes a Vargas Llosa, el 7 de abril de 1967), «El 10% es un robo, la participación del editor sobre traducciones es un robo, la participación del editor sobre clubes de libros y reproducciones es un robo, el control de los editores sobre las cifras reales del tiraje es un robo» (de García Márquez a Vargas Llosa, el 12 de noviembre de 1968).

En lo que se refiere al lenguaje, no podemos dejar de señalar el empleo de apodos tan significativos como «Sumo Cronopio» y «Gran Cronopio», con los que se refiere García Márquez a Cortázar en una carta dirigida a Carlos Fuentes, el 17 de marzo de 1969; o los vocativos «maestro», repetido en la gran mayoría de las cartas, o incluso, «ARCÁNGEL» (Fuentes a Márquez, el 22 de julio de 1967). La utilización de estos apelativos afectuosos de manera habitual en su correspondencia manifiesta la enorme confianza desarrollada entre los escritores. Su compadreo y su comunicación constante, siempre por la defensa del bien común y en contra de los artistas acrílicos con lo establecido, condensan su identificación personal como una comunidad literaria.

En definitiva, los autores del fenómeno editorial hispanoamericano se consideraban, aún en la intimidad, un grupo literario unido, que gozaba de una posición de autoridad sobre el resto de escritores. Es más, su correspondencia documenta la animadversión que sentían por la gran mayoría de aquellos intelectuales no integrantes del *Boom*. No obstante, conscientes del estatus social claustrofóbico que se les ha impuesto, algunos autores, como García Márquez, en su carta a Vargas Llosa del 12 de noviembre de 1968, consideran necesaria la disminución del peso de su autoridad: «La desacralización del Boom me parece saludable». De hecho, continúa:

Yo, por mi parte, estoy hasta los cojones de Gabriel García Márquez, harto de lectores noveleros, de admiradores idiotas, de periodistas imbéciles, de amigos improvisados, y ya me cansé de ser simpático y estoy aprendiendo muy bien el noble arte de mandar a la gente a la mierda.

Esta necesidad, manifestada por el colombiano tras la publicación de *Cien años de soledad*, responde a un deseo de escapar de las obligaciones de continua mejora literaria, tanto por parte de editoriales como de la sociedad: «Me parece que mi próxima novela será víctima del éxito de la anterior» (Márquez a Vargas Llosa, en la carta anterior). A su vez, en él influye el desengaño político que sumerge, poco a poco, a

aquellos jóvenes hispanoamericanos que habían pretendido construir una novela totalizante: la novela que pusiera, de nuevo, a América Latina en el mapa mundial.

En fin, los autores del *Boom*, que habían superado el regionalismo americano anterior; aquellos que saltaron a la esfera global; que despreciaban el capitalismo americano: «La corrupción radical de la prensa mexicana, su lenguaje anticomunista y proyanqui (siempre más allá del que los propios amos practican), tiene, por desgracia, que ser combatida desde adentro» (Fuentes a Vargas Llosa, 22 de febrero de 1967); aquellos que habían creído transformar su literatura en un arma política, se habían convertido, a su vez, en un instrumento del propio sistema que, en su momento, pretendieron destruir.

4. CONCLUSIONES

El objetivo fundamental de este trabajo era definir la manera en que se proyecta la imagen del rol de escritor del grupo del *Boom* en su correspondencia personal. Antes de nada, repasamos los estudios hasta la fecha acerca de la gestión de la imagen en las interacciones, así como de los procedimientos discursivos empleados y de la gestión de la imagen de rol; por último, revisamos el contexto sociohistórico de los autores del *Boom*.

En lo que se refiere a la metodología del trabajo, reunimos un corpus significativo de 934 actos de habla extraídos de las cartas de los años 1967 a 1969 y diseñamos una ficha de análisis que nos permitía caracterizar este fenómeno sociopragmático de la imagen de rol de escritor. De esta forma, hemos podido identificar el confrontamiento comunicativo de la imagen del escritor y de su grupo frente a la imagen del exogrupo.

La primera de las hipótesis de partida era la existencia de un sentimiento de grupo en la correspondencia privada de los autores del *Boom*. Esta hipótesis se ha visto más que confirmada a partir de los datos expuestos en §3.2.1. y del análisis sociopragmático presentado en §3.2.2. Julio Cortázar, Gabriel García Márquez, Carlos Fuentes y Mario Vargas Llosa demuestran, en su correspondencia, su identificación como grupo literario. Incluso, defienden un nivel de autoridad y crítica que los sitúa por encima de la gran mayoría de literatos contemporáneos. Ello, a su vez, confirma nuestra tercera hipótesis: el autorreconocimiento de los autores como figuras de autoridad.

Relacionada con este sentimiento de autoridad superior a otros escritores del momento se encuentra nuestra segunda hipótesis: el rechazo sistemático al exogrupo.

En este caso, cuando los autores se refieren a otros que no integran su grupo identitario, suelen negar sus aportaciones, ideas o juicios. Sin embargo, también podemos encontrar actos de habla con efectos positivos en la tercera persona no presente, referidos a autores ajenos al grupo del *Boom*, pero con inclinaciones sociopolíticas similares.

En lo que se refiere a la estructuración interna de las relaciones del *Boom*, al comienzo del trabajo habíamos establecido como cuarta hipótesis la no jerarquización interna del grupo. No obstante, analizados todos los datos esta hipótesis no se cumple: son Julio Cortázar y Gabriel García Márquez, en este orden, los personajes que mayor autoridad ejercen en el resto del grupo. Ello se manifiesta, como explicamos, en el tipo de lenguaje empleado y en un mayor uso de estrategias descorteses hacia el receptor del mensaje.

Como vemos, a lo largo del trabajo hemos demostrado la identificación de los autores del *Boom* como un grupo unido. Sin embargo, quizá cabría ahora cuestionarse las razones que abordamos en §2.2 por las que al *Boom* no se le conoce como una generación, sino como un fenómeno editorial. Al fin y al cabo, todas las generaciones literarias tienen su parte de fenómenos editoriales. Sin embargo, desde un enfoque sociológico, parece que cuando se nombra de esta manera al grupo de escritores se le resta importancia en el paradigma literario global: simplemente, un fenómeno comercial. Los escritores dejan de serlo para transformarse en agentes comerciales en las bases del sistema capitalista contra el que lucharon. En este sentido, una potencial línea futura de investigación, en el ámbito de la crítica literaria, podría ser la reconsideración de estos autores no solo como un grupo que se benefició de un prodigio editorial, sino como una generación que llevó la literatura hispanoamericana a la palestra mundial.

Asimismo, se podría profundizar en el análisis expuesto acerca de la autoconsideración de los autores del *Boom* a través de un estudio detallado de los paradigmas lingüísticos empleados en su correspondencia. De esta manera, podríamos puntualizar el tipo de expresiones empleadas según su identificación dentro de la jerarquía interna del grupo. Sin embargo, la variada procedencia lingüística de los hablantes nos obligaría también a cotejar los datos con manuales sociolingüísticos. Así, tendríamos en cuenta las expresiones propias de cada país y la carga de significado que estas conllevan.

En síntesis, nuestra investigación ha incorporado un enfoque innovador a los estudios sobre la imagen de los escritores, que tradicionalmente se centraban en escritos

dirigidos al público. Ahora, destacamos aspectos que solo se manifiestan en la intimidad de su correspondencia privada. Esta contribución se materializa en la creación de una ficha de análisis para examinar los contenidos sociopragmáticos y pragmalingüísticos de dicha correspondencia, lo que nos ha permitido profundizar en los valores del rol de escritor. Creemos que este Trabajo de Final de Grado puede abrir las puertas a nuevas investigaciones tanto en el ámbito pragmático como en el literario, como explicamos recientemente, dada la novedosa contribución metodológica al análisis sociopragmático que hemos presentado.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, C.; Martin, G.; Munguía, J.; Wong Campos, A. (2023). *Julio Cortázar, Carlos Fuentes, Gabriel García Márquez, Mario Vargas Llosa. Las cartas del Boom*. Barcelona: Alfaguara.
- Albelda Marco, M. (2006). «Discordancia entre atenuación/cortesía e intensificación/descortesía en conversaciones coloquiales». En Blas Arroyo, J. L.; Casanova Ávalos, M.; Velando Casanova, M. (eds.): *Discurso y sociedad: contribuciones al estudio de la lengua en contexto social* (pp. 577-585). Universitat Jaume I.
- Albelda Marco, M.; Briz Gómez, A. (2010). «Aspectos pragmáticos. Cortesía y atenuantes verbales en las dos orillas a través de muestras orales». En Aleza Izquierdo, M.; Enguita Utrilla, J. M. (coords.): *La lengua española en América: normas y usos actuales* (pp. 237-260). Valencia: Universitat de València.
- Albelda Marco, M.; Barros García, M. J. (2013). *La cortesía en la comunicación. Cuadernos de lengua española*. Madrid: Arco / Libros.
- Albelda Marco, M.; Estellés Arguedas, M. (2021). «De nuevo sobre la intensificación pragmática: revisión y propuesta», *Estudios Románicos*, 30, pp. 15-37. DOI: <https://doi.org/10.6018/ER.470321>.
- Albelda Marco, M.; Cestero Mancera, A. M. (2022). «La atenuación en español: patrones sociolingüísticos y geolectales. Hacia un mapa de la atenuación en español», *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, Ediciones Complutense, pp. 95-109. DOI: <https://dx.doi.org/10.5209/clac.84709>.

- Albitre Lamata, P. (2020). «El género epistolar y la (des)cortesía histórica: estado de la cuestión y reflexión crítica», *Textos en Proceso*, 6 (1), pp. 118-145. DOI: <https://doi.org/10.17710/tep.2020.6.1.7albitre>.
- Arroyo Martínez, L. (2010). «Los juegos temporales en los relatos de Julio Cortázar: análisis de tres cuentos» *Castilla. Estudios de Literatura*, 1, pp. 473-493.
- Bally, C. (1932 [1965]). *Linguistique générale et linguistique française*. Berna: Franke.
- Bellini, G. (1997). *Nueva historia de la literatura hispanoamericana*. Madrid: Castalia
- Bernal, M. (2007). *Categorización sociopragmática de la cortesía y de la descortesía. Un estudio de la conversación coloquial española*. Estocolmo: Universidad de Estocolmo.
- Bernal, M.; Hernández-Flores, N. (2022). «Sociopragmática y Estudios del discurso». En López Ferrero, C.; E. Carranza, I; A. van Dijk, T.; Lacorte, M.; Muñoz-Basols, J. (eds.) *Estudios del discurso, The Routledge Handbook of Spanish Language Discourse Studies* (pp. 157-170). Londres: Routledge. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780367810214>.
- Bourdieu, P. (1985 [2001]). *¿Qué significa hablar?* Madrid: Akal S. A.
- Bravo, D. (1999). «¿Imagen “positiva” vs. imagen “negativa”? Pragmática socio-cultural y componentes de *face*», *Oralia. Análisis del discurso oral*, 2, pp. 155-184.
- Bravo, D. (2002). «Actividades de cortesía, imagen social y contextos socioculturales: una introducción». En Bravo, D. (ed.): *Actas del Primer Coloquio EDICE. La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: Identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes* (pp. 96-108). Estocolmo: Universidad de Estocolmo.
- Bravo, D. (2004). «Tensión entre universalidad y relatividad en las teorías de la cortesía». En Bravo, D.; Briz, A. (eds.): *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español* (pp. 15-38). Barcelona: Ariel.
- Bravo, D. (2021). «Atenuación, conflicto interlocutivo e identidad de imagen», *Pragmática Sociocultural / Sociocultural Pragmatics (SOPRAG)*, 9 (2), pp. 184-205. <https://doi.org/10.1515/soprag-2021-0019>.
- Bravo, D. (2022). «Actividades de imagen y efectos sociales de la (des)cortesía. Una puesta al día», *Textos en Proceso*, 8 (2), pp. 1-22.
- Briz, A. (2010). «Lo discursivo de las partículas discursivas en el Diccionario de Partículas Discursivas del Español DPDE. La atenuación como significado

- fundamental o uso contextual». En Aschenberg, H. y Loureda, O. (eds.). *Marcadores del discurso: de la descripción a la definición* (pp. 77-108). Frankfurt: Iberoamericana. DOI: <https://doi.org/10.31819/9783865278760-004>.
- Briz, A. (2017). «Otra vez sobre las funciones de la intensificación en la conversación coloquial», *Boletín de Filología*, 2, pp. 37-58. DOI: <https://doi.org/10.4067/s0718-93032017000200037>.
- Brown, P.; Levinson, S. (1978 [1987]). *Politeness. Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Calsamiglia, H.; Tusón, A. (1999 [2012]). *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Barcelona: Ariel.
- Celeste Fit, R. (2014). «Aproximación a la obra periodística de Tomás Eloy Martínez: representaciones de lo nacional e imágenes de escritor», *Orbis Tertius*, 20, pp. 67-75.
- Chaparro Manrique, E. P. (2022). *Análisis de la 'imagen de escritor' de María Luisa Bombal en el texto «Testimonio autobiográfico»*. Antioquia: Universidad de Antioquia.
- Chihaia, M. (2018). «Julio Cortázar, escritor, lector de Sartre (1947-1951)» *Monograma. Revista Iberoamericana de Cultura y Pensamiento*, 3, pp. 215-231. DOI: <https://doi.org/10.36008/monograma.183.03.287108>.
- De Cesare, A. M. (2002). *Intensification, modalisation et focalization. Les different effects des adverbs proprio, davvero et veramente*. Berna: Peter Lang.
- Fairclough, N.; Wodak, R. (1997). «Critical Discourse Analysis», en Van Dijk, T. A. (ed.): *Discourse Studies. A multidisciplinary Introduction: Discourse as interaction* (vol. 2, pp. 258-284). Londres: Sage. DOI: <https://doi.org/10.4135/9781446289068.n17>.
- Figuera, C. (2017). «Atenuación y construcción de la identidad de experto en trastornos de la conducta alimentaria». En Albelda Marco, M. y Mihatsch, W. (eds.): *Atenuación e intensificación en géneros discursivos* (pp. 169-186). Madrid: Iberoamericana Vervuert. DOI: <https://doi.org/10.31819/9783954876334-009>.
- Fraser, B. (1980). «Conversational mitigation», *Journal of Pragmatics*, 4 (4), pp. 341-350. DOI: [https://doi.org/10.1016/0378-2166\(80\)90029-6](https://doi.org/10.1016/0378-2166(80)90029-6).

- Fraser, B.; Nolen, W. (1981). «The association of deference with linguistic form», *International Journal of the Sociology Language*, 27, pp. 93-109. DOI: <https://doi.org/10.1515/ijsl.1981.27.93>.
- Fuentes, C. (1969 [1974]). *La nueva novela hispanoamericana*. Tabasco: Joaquín Mortiz.
- Gancedo Ruiz, M. (2019). *Evolución de la imagen de rol familiar en el teatro de finales del siglo XIX a mitad del XX. Su manifestación en la atenuación e intensificación de los actos directivos*. Valencia: Universitat de València.
- Goffman, E. (1956). *The presentation of self in everyday life*. Edinburgh: University of Edinburgh.
- Goffman, E. (1964). «The neglected situation», en Gumperz, J. J.; Hymes, D. H. (eds.), *The Ethnography of Communication. American Anthropologist* (vol. 66, parte 2, pp. 133-136). Nueva Jersey: Blackwell Publishers.
- Goffman, E. (1981). *Forms of talk*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Gramuglio, M. T. (1992). «La construcción de la imagen» *La escritura argentina*. Santa Fe: Ediciones de la Cortada, Universidad Nacional del Litoral.
- Gramuglio, M. T. (1993). «Literatura y nacionalismo: Leopoldo Lugones y la construcción de imágenes de escritor», *Hispanamérica*, 64, pp. 5-22.
- Gutiérrez Ordóñez, S. (2002). *De pragmática y semántica*. Madrid: Arco/Libros.
- Held, G. (1989). «On the role of maximization in verbal politeness» *Multilingua*, 8, pp. 167-206. DOI: <https://doi.org/10.1515/mult.1989.8.2-3.167>.
- Hernández-Flores, N. (1999). «Politeness ideology in spanish colloquial conversation: the case of advice» *Pragmatics*, 9 (1), pp. 37-49. DOI: <https://doi.org/10.1075/prag.9.1.04her>.
- Hernández-Flores, N. (2004). «La cortesía como búsqueda del equilibrio de la imagen social». En Bravo, D.; Briz, A. (eds.): *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español* (pp. 95-108). Barcelona: Ariel.
- Hernández-Flores, N. (2006). «Actividades de autoimagen, cortesía y descortesía: tipos de actividades de imagen en un debate televisivo». En Blas Arroyo, J. L.; Casanova Ávalos, M.; Velando Casanova, M. (eds.): *Discurso y sociedad: contribuciones al estudio de la lengua en contexto social*, Universitat Jaume I, pp. 637-648. DOI: <https://doi.org/10.6035/estudisfilologics.2006.23>.
- Hernández-Flores, N. (2013). «Actividad de imagen. Caracterización y tipología en la interacción comunicativa», *Pragmática Sociocultural / Sociocultural*

- Pragmatics (SOPRAG)*, 1 (2), pp. 175-198. DOI: <https://doi.org/10.1515/soprag-2012-0012>
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1991). «La politesse dans les interactions verbales». En Stati, S., Weigand, E y Hundsnurscher, F. (eds.): *Dialoganalyse III, 1*, Tübingen: Niemeyer, pp. 39-59. DOI: <https://doi.org/10.1515/9783111678504-006>.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (2004). «¿Es universal la cortesía?». En Bravo, D. y Briz, A. (coords.): *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*, pp. 39-54.
- Kern, B. (2017). «No sé si atreverme a decir...». En Albelda Marco, M. y Mihatsch, W. (eds.): *Atenuación e intensificación en géneros discursivos* (pp. 93-110). Madrid: Iberoamericana Vervuert. DOI: <https://doi.org/10.31819/9783954876334-005>.
- Kundera, M. (1992). *Los testamentos traicionados*. Barcelona: Maxi-Tusquets.
- Lakoff, R. (1973). «The logic of politeness or, minding your p's and q's», *Papers from the ninth regional meeting. Society Linguistics of Chicago*, pp. 292-305.
- Lavric, E. (2016). «Ay señor / qué juventud esta». En Mihatsch, W. y Albelda, M. (eds): *La atenuación y la intensificación desde una perspectiva semántico-pragmática. Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana*, 16, pp. 33-34. DOI: <https://doi.org/10.31819/rili-2016-142702>.
- Leech, G. (1983). *Principles of pragmatics*. Londres: Longman.
- Maingueneau, D. (2015). «Escritor e imagen de autor», *Tropelias. Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, 24, pp. 17-30. DOI: https://doi.org/10.26754/ojs_tropelias/tropelias.2015241139.
- Margeri, H. (2007). «From Downgrading to (over)intensifying: A Pragmatic Study in English and French». En Kecskes, I. y Horn, L. (eds.): *Explorations in Pragmatics* (pp. 287-312). Berlín: De Gruyter Mouton DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110198843.3.287>.
- Moreno Fernández, F. (1998). *Principios de sociolingüística y sociología del lenguaje*. Barcelona: Ariel.
- Moreno Fernández, F. (2009). *La lengua española en su geografía. Manual de dialectología hispánica*. Madrid: Arco / Libros.
- Moscoso, M. (2018). «La imagen de escritor de Cortázar en Roberto Arlt: Apuntes de relectura» *Gamma*, 5.

- Orozco, L. (2019). «Expresión de *tú* genérico y actividades de imagen» *Pragmática Sociocultural / Sociocultural Pragmatics (SOPRAG)*, 7 (1), pp. 19-41. DOI: <https://doi.org/10.1515/soprag-2019-0002>.
- Oviedo, J. M. (2012). *Historia de la literatura hispanoamericana 4. De Borges al presente*. Madrid: Alianza Editorial.
- Pita Fernández, S. y Pértega Díaz, S. (2004). «Asociación de variables cualitativas: test de Chi-cuadrado» *Metodología de la Investigación. Atención Primaria en la Red*, pp. 1-5.
- Portero, C. (1997). *Intensificación: estudio de un clasema*. Córdoba: Universidad de Córdoba.
- Portolés, J. (2007). *Pragmática para hispanistas*. Madrid: Síntesis.
- Rama, Á. (1984). «El *Boom* en perspectiva». En Rama, Á. (ed.): *Más allá del Boom: literatura y mercado* (pp. 51-111). Buenos Aires: Folios Ediciones.
- Ramos Márquez, M. M. (1993). «La intensificación del adjetivo y del adverbio en el discurso (syntaxis oral)». En Fuentes Rodríguez, C. (ed.): *Sociolingüística andaluza* (vol. 8, pp. 183-213). Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Real Academia de la Lengua Española (2009) *Nueva gramática de la lengua española*. Madrid: Espasa Libros.
- Rizo García, M. (2011). «De personas, rituales y máscaras. Erving Goffman y sus aportes a la comunicación interpersonal», *Quórum académico*, 8 (1), pp. 78-94.
- Romero, C. (2001). *L'intensité en français contemporain: analyse sémantique et pragmatique*. Paris: Université de Paris.
- Searle, J. (1969 [1980]). *Actos de habla*. Madrid: Cátedra.
- Stygall, G. (2001). «A different class of witnesses: Experts in the courtroom», *Discourse Studies*, 3 (3), pp. 327-349. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461445601003003004>.
- Terkourafi, M. (2002). «Politeness and formulaicity: Evidence from Cypriot Greek», *Journal of Greek Linguistics*, 3, pp. 179-201. DOI: <https://doi.org/10.1075/jgl.3.08ter>.
- Uclés Ramada, G. (2020). «Mitigation and Boosting as Face-Protection Functions» *Journal of Pragmatics*, pp. 206-218. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2020.09.017>.
- Watts, R.; Ide, S.; Ehlich, K. (eds.) (1992). *Linguistic Politeness. Studies in its History, Theory and Practice*. Berlin: Mouton de Gruyter.

Zamora, F. J. (2013). «Actividades de imagen en textos narrativos (ficción y no ficción)», *Pragmática Sociocultural / Sociocultural Pragmatics (SOPRAG)*, 2 (1), pp. 76-115. DOI: <https://doi.org/10.1515/soprag-2013-0030>.

6. ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

TABLAS

Tabla 1. Total de actos de habla analizados de cada autor y su distribución en cuanto a la dirección (endogrupo o exogrupo).....	30
---	----

GRÁFICOS

Gráfico 1. Relación del porcentaje de actividades de imagen emitidas (Acortesía, Cortesía, Descortesía, Autoimagen) según la direccionalidad del acto (Endogrupo, Exogrupo).....	31
Gráfico 2. Relación del porcentaje del efecto producido en el receptor (Efecto Positivo, Efecto Negativo, Efecto Neutro) según la direccionalidad del acto (Endogrupo, Exogrupo).....	31
Gráfico 3. Relación del porcentaje del efecto producido en el emisor (Efecto Positivo, Efecto Negativo, Efecto Neutro) según la direccionalidad del acto (Endogrupo, Exogrupo).....	32
Gráfico 4. Relación del porcentaje del efecto producido en una tercera persona no presente en la interacción (Efecto Positivo, Efecto Negativo, Efecto Neutro) según la direccionalidad del acto (Endogrupo, Exogrupo).....	34
Gráfico 5. Relación del porcentaje de efectos producidos en el receptor (Positivo, Negativo, Neutro) según el emisor del acto (Julio Cortázar, Carlos Fuentes, Gabriel García Márquez y Mario Vargas Llosa).....	35
Gráfico 6. Relación del porcentaje de tipos de actividad de imagen (Acortesía, Cortesía, Descortesía, Autoimagen) según el emisor del acto (Julio Cortázar, Carlos Fuentes, Gabriel García Márquez y Mario Vargas Llosa).....	36

Gráfico 7. Relación del porcentaje de la estrategia social empleada (Atenuación, Intensificación, Otros) según la finalidad de la interacción (Interpersonal, Transaccional)..... 37

Gráfico 8. Relación del porcentaje de la actividad de imagen empleada (Acortesía, Cortesía, Descortesía, Autoimagen) según la fuerza ilocutiva del acto de habla emitido (Acto Directivo, Acto Asertivo, Acto Compromisivo, Acto Expresivo, Acto Declarativo)..... 39

Gráfico 9. Relación del porcentaje de las estrategias sociales empleadas (Atenuación, Intensificación, Otros) según la fuerza ilocutiva del acto de habla emitido (Acto Directivo, Acto Asertivo, Acto Compromisivo, Acto Expresivo, Acto Declarativo).... 40

7. ANEXOS

Anexo 1. Ficha de análisis empleada.

I. FACTORES ENUNCIATIVOS

A. Tipo de fuerza ilocutiva afectada

- 0. Acto directivo
- 1. Acto asertivo
- 2. Acto compromisivo
- 3. Acto expresivo
- 4. Acto declarativo

B. Estrategia pragmática empleada en la dimensión social

- 0. Atenuación
- 1. Intensificación
- 2. Otros

C. Estrategia pragmática empleada en la dimensión discursivo-argumentativa

- 0. Atenuación
- 1. Intensificación
- 2. Otros

D. Dirección del acto comunicativo

- 0. Endogrupo
- 1. Exogrupo

E. Efecto social en el emisor

- 0. Efecto positivo
- 1. Efecto negativo
- 2. Efecto neutro
- F. Efecto social en el receptor
 - 0. Efecto positivo
 - 1. Efecto negativo
 - 2. Efecto neutro
- G. Efecto social en una tercera persona no presente en la interacción
 - 0. Efecto positivo
 - 1. Efecto negativo
 - 2. Efecto neutro
- H. Tipo de actividad de imagen
 - 0. Acortesía
 - 1. Cortesía
 - 2. Descortesía
 - 3. Autoimagen

II. FACTORES SITUACIONALES

- A. Temática:
 - 0. Personal
 - 1. Profesional
 - 2. Discursiva
- B. Fin de la interacción:
 - 0. Interpersonal
 - 1. Transaccional
- C. Relación de edad de los interlocutores:
 - 0. Emisor mayor que receptor
 - 1. Emisor menor que receptor
- D. Interacciones
 - 0. Julio Cortázar a Carlos Fuentes
 - 1. Julio Cortázar a Gabriel García Márquez
 - 2. Julio Cortázar a Mario Vargas Llosa
 - 3. Carlos Fuentes a Julio Cortázar
 - 4. Carlos Fuentes a Gabriel García Márquez
 - 5. Carlos Fuentes a Mario Vargas Llosa

6. Gabriel García Márquez a Julio Cortázar
7. Gabriel García Márquez a Carlos Fuentes
8. Gabriel García Márquez a Mario Vargas Llosa
9. Mario Vargas Llosa a Julio Cortázar
10. Mario Vargas Llosa a Carlos Fuentes
11. Mario Vargas Llosa a Gabriel García Márquez

E. Emisores

0. Julio Cortázar
1. Carlos Fuentes
2. Gabriel García Márquez
3. Mario Vargas Llosa

F. Receptores

0. Julio Cortázar
1. Carlos Fuentes
2. Gabriel García Márquez
3. Mario Vargas Llosa

G. Descripción

