

Descripción del proceso de análisis etnográfico de una negociación comercial en la clase de lengua y estudio de los intensificadores del discurso.

Maria Lluïsa Sabater

Ecole Supérieure du Commerce Extérieur de Paris, Universitat de Barcelona.

1. Introducción

En este trabajo¹ ofrecemos una breve descripción del proceso de análisis etnográfico aplicado a la negociación comercial en la clase de lengua de Español como Lengua Extranjera (E/LE) y presentamos un estudio llevado a cabo sobre los intensificadores del discurso usados por los estudiantes de la *Ecole Supérieure du Commerce Extérieur* de París (ESCE) en una negociación comercial simulada.

El presente estudio se basa en dos ejes metodológicos para la obtención y el tratamiento de datos: primero, el enfoque etnográfico para la recopilación de los datos y, segundo, el análisis pragmatográfico del discurso para el tratamiento de los datos obtenidos.

2. Objetivo

Partiendo del principio del estudio de la lengua en uso, es decir, del enfoque pragmático de la misma, he tratado de sentar las bases para realizar posteriormente una investigación que permita comprender qué tipo de recursos de intensificación del discurso utilizan instintivamente, sin proporcionarles una preparación específica a los recursos de lengua propios de la actividad negociadora, los estudiantes francófonos en una negociación comercial utilizada como actividad en una clase de E/LE del segundo ciclo del programa de estudios de la *Ecole Supérieure du Commerce Extérieur* de París.

¿Por qué el análisis de la intensificación? La intensificación, junto con la atenuación, son categorías pragmáticas del discurso y constituyen recursos básicos en la negociación. En efecto, para negociar hay que practicar una dialéctica constante entre el hecho de intensificar lo que se dice para presionar a la parte contraria y el hecho de atenuar el discurso, cuando sea necesario, para no romper la construcción de una negociación.

Este análisis del discurso, será una “investigación-acción” basada en la realidad de las clases que imparto, puesto que después de haber analizado los resultados, me será posible, en la didáctica que emplee, poner de relieve los recursos que los estudiantes utilizan correctamente y subsanar sus carencias con los elementos lingüísticos que todavía no han adquirido.

¹ Este trabajo forma parte de una investigación que estoy llevando a cabo con un corpus mucho más amplio. Se trata de la Tesis de Doctorado que estoy realizando bajo la dirección del Dr. Miquel Llobera en la Universitat de Barcelona. Este fue el primer intento que hice y como tal tiene que ser entendido. Actualmente, la constitución del Corpus está mucho más avanzada y, por consiguiente, los resultados que voy a presentar son menos completos que de los que dispongo en este momento. Sin embargo, los que obtuvieron con esta primera muestra, aún siendo parciales, no dejan de ser reveladores.

3. Pregunta inicial de investigación.

La pregunta que constituye la base para la realización del análisis descrito es la siguiente:

¿Qué estrategias utilizan los estudiantes francófonos de la ESCE para intensificar su discurso en español en el transcurso de una negociación comercial realizada en clase, en los momentos delicados en que es necesario ejercer una presión para obtener algo, o para bien demostrar desacuerdo o incluso rechazo?

Intentaré dar una respuesta a esta pregunta realizando un análisis focalizado en las estrategias de intensificación utilizadas en los momentos más conflictivos de la negociación observada.

Para ello he seguido los pasos de la investigación etnográfica con un análisis cualitativo enfocado más en los procesos de enseñanza y de aprendizaje que en los productos finales. Es decir, su objetivo principal consiste en descubrir y analizar distintos aspectos la complejidad de dichos procesos.

La investigación etnográfica realizada se ha centrado en el estudio de la clase como grupo social del que hay que entender la interacción y el funcionamiento. El análisis pragmatográfico del discurso se focalizará en el análisis del discurso de una negociación comercial utilizada como actividad en el aula de ELE.

4. El trabajo en la práctica.

La investigación etnográfica concede una importancia primordial al concepto de contexto. Si el objetivo principal de la investigación en la clase de lengua consiste en explicar el desarrollo de los acontecimientos, acciones e interacciones en el aula para comprender los procesos y experiencias de aprendizaje, el análisis de los datos estará basado en el conocimiento del contexto.

Y en una actividad de una clase de lengua, como la negociación que voy a analizar, no hay ningún elemento que tenga sentido fuera de su contexto: lo que se dice en un momento dado está influido por lo que se ha dicho antes y, a su vez, influye en lo que se dirá inmediatamente después.

Siguiendo el esquema de Van Lier (1988, p. 8), que parte de los factores contextuales más generales, para llegar a los más específicos, el análisis del contexto de esta actividad se organiza de la manera siguiente.

4.1. El marco institucional.

La institución en la que se desarrolló la actividad, como se indicó antes, es la *Ecole Supérieure du Commerce Extérieure* de París, situada en el barrio de negocios de la *Défense* de esta misma ciudad.

Se trata de una escuela de Enseñanza Superior que forma a sus estudiantes para que sean expertos en la Exportación y la Importación y es una Escuela en la que las lenguas ocupan un lugar importante en el programa académico.

4.2. El contenido y orientación de las clases.

En el segundo ciclo del programa de estudios de la ESCE, las clases de español tienen como objetivo potenciar al máximo la expresión oral de los estudiantes mediante diálogos y situaciones que simulan los que se realizan y tienen lugar en el mundo profesional de la empresa y las instituciones. Dado que el objetivo más importante es que los estudiantes, al salir de la escuela, sean competentes y puedan trabajar de forma idónea en empresas donde el español es lengua de comunicación primaria.

La actividad de una negociación se trabaja durante el último curso dada la complejidad y dificultad que comporta dicho ejercicio para los estudiantes franceses, tanto por lo que se refiere al nivel de competencia lingüística como a la técnica que exige este tipo de ejercicio.

4.3. Los participantes.

Tal como se ha mencionado previamente, se trata de estudiantes de cuarto curso de la ESCE, el último del programa de estudios actual de la escuela (2005-2006). La población de estudiantes se repartió alrededor de un 50% para cada sexo y las edades oscilan entre los 21 y los 23 años.

4.3.1. Competencia lingüística de los participantes en los grupos de negociación.

Cuando los estudiantes llegan al último curso, la mayoría posee un nivel de lengua C1 y B2 según los criterios del MCER (Marco Común Europeo de Referencia).

4.3.2. Composición de los grupos de negociación.

Los estudiantes tuvieron libertad total para formar los equipos que iban a negociar, pero es cierto que tendieron a agruparse con los colegas de clase que mejor conocían y con los que mejor se entendían.

5. La actividad y su mecánica

5.1. La tarea.

Como se ha indicado antes, la actividad sobre la que se basa el presente trabajo, consiste en un juego de roles durante el cual, seis estudiantes divididos en dos grupos de tres, tienen que llevar a cabo una negociación comercial en la que deben procurar llegar a acuerdos satisfactorios para las dos partes involucradas.

Se dio una ficha a todos los participantes con información sobre las empresas que toman parte en la negociación: el Corte Británico, una cadena de grandes almacenes en España, y SEDATEX, una pequeña empresa de reciente creación, especializada

en la fabricación de accesorios femeninos de seda. También se indicaba en ella qué personajes iban a intervenir en el juego de roles y se daban instrucciones sobre los puntos concretos que se debían tratar durante la negociación. Tuvieron libertad para cambiar o añadir elementos que no estaban en la ficha, mientras no afectara la estructura de la actividad propuesta.

Las fichas que entregaron a los miembros de cada equipo son las siguientes:

FICHA 1

NEGOCIACIÓN 1

TÍTULO: VENTAS DE NAVIDAD

• **DIRECTOR DE VENTAS DE SEDATEX S.A. y su equipo**

SEDATEX, una PYME de reciente creación en Galicia, creada por jóvenes empresarios, que ha beneficiado de ayudas por parte del Gobierno central y de la Comunidad Autónoma de Galicia, se ha especializado en la confección de pañuelos y chales de seda, con un diseño muy actual y sofisticado. Sus precios son competitivos gracias a las mencionadas ayudas y subvenciones, y a los salarios, un poco más bajos en Galicia que la media de España.

Hasta el momento se han desenvuelto bien y han cumplido con los objetivos que se habían marcado en el Plan de Empresa. Sin embargo, su punto débil es el de Tesorería: tienen algunos retrasos de los pagos de cuatro clientes bastante importantes que les provocan serias dificultades.

Por ello reciben con gran interés la oferta de EL CORTE BRITÁNICO que se ha interesado por su nueva colección SARGADELOS, inspirada en la decoración de esta famosa cerámica gallega.

Concretamente EL CORTE BRITÁNICO se muestra dispuesto a encargarles 50.000 unidades de esta colección a 50 ? por unidad, precio que incluye el coste del seguro y del transporte a la central del CORTE BRITÁNICO de Madrid.

Es el 1 de noviembre y SEDATEX necesita entradas de dinero urgentemente. El CORTE BRITÁNICO va a exigir la entrega de la mercancía lo más rápidamente posible ya que las ventas de Navidad se inician seis semanas antes del 25 de diciembre. Sin embargo, SEDATEX, a pesar de sus problemas de dinero, desearía hacer la entrega la primera semana de diciembre ya que tiene pedidos de otros clientes a los que no quiere perder.

También sabe que EL CORTE BRITÁNICO quiere ofrecer una gama amplia de estampados y coloridos diferentes y aunque SEDATEX puede atender a esta demanda, le va a suponer un coste mayor de fabricación y el empleo de personal extra.

Su objetivo consiste en negociar un pedido satisfactorio para su compañía.

Usen el sistema de puntuación siguiente como guía para sus prioridades. Deberían intentar obtener el máximo de puntos posible y tendrán que decidir sus objetivos, sus límites de negociación y su estrategia.

DECISIONES	PUNTOS	DECISIONES	PUNTOS
Fecha de entrega		Fecha de entrega	
15 de nov.	1	a 90 días f.f.	1
30 de nov.	2	60 días f.f.	2
7 de dic.	3	30 días f.f.	3
		pago a la entrega	5
Estampados diferentes		descuento	
20	1	4%	0
15	2	3%	1
10	3	2%	2
		1%	3
		0	5
Colores			
12	1		
10	3		
6	4		

FICHA 2

NEGOCIACIÓN 1

TÍTULO: VENTAS DE NAVIDAD

- JEFE DE COMPRAS DE “EL CORTE BRITÁNICO” y su equipo

SEDATEX, una PYME de reciente creación en Galicia, creada por jóvenes empresarios, que ha beneficiado de ayudas por parte del Gobierno central y de la Comunidad Autónoma de Galicia, se ha especializado en la confección de pañuelos y chales de seda, con un diseño muy actual y sofisticado. Sus precios son competitivos gracias a las mencionadas ayudas y subvenciones, y a los salarios, un poco más bajos en Galicia que la media de España.

EL CORTE BRITÁNICO es la principal cadena de grandes almacenes en España. Nunca ha tratado con SEDATEX pero les gustó muchísimo la nueva colección SARGADELOS, inspirada en la decoración de esta famosa cerámica gallega ya que creen que es muy original y puede venderse muy bien durante las fiestas navideñas.

Han hecho la oferta de encargarles 50.000 unidades de esta colección a 50 ? unidad, precio que incluye el coste del seguro y del transporte a la central del CORTE BRITÁNICO de Madrid

Ahora es el 1 de noviembre y necesitan la entrega de la mercancía lo más rápidamente posible ya que las ventas de Navidad se inician seis semanas antes del 25 de diciembre. La colección se venderá bien con la condición de que lleguen a los puntos de ventas a mediados de noviembre. Saben que sus clientes, por un artículo que se va a vender alrededor de 75 €, desean poder escoger en una gama muy amplia de estampados y coloridos.

Su objetivo consiste en negociar un acuerdo satisfactorio, haciendo pocas concesiones ya que tienen que afrontar la competencia de otros grandes almacenes extranjeros que se están instalando en España.

Usen el sistema de puntuación siguiente como guía para sus prioridades. Deberían intentar obtener el máximo de puntos posible y tendrán que decidir sus objetivos, sus límites de negociación y su estrategia.

DECISIONES	PUNTOS	DECISIONES	PUNTOS
Fecha de entrega		Fecha de entrega	
15 de nov.	3	a 90 días f.f.	5
30 de nov.	2	60 días f.f.	3
7 de dic	1	30 días f.f.	2
		pago a la entrega	1
Estampados diferentes		descuento	
20	3	4%	5
15	2	3%	3
10	1	2%	2
		1%	1
		0	0
Colores			
12	4		
10	3		
6	1		

5.2. Conocimiento intercultural compartido.

Este caso, pensado para estudiantes francófonos de Francia, mayoritariamente, tiene un elemento intercultural que presupone un conocimiento compartido de la realidad española por parte de dichos estudiantes.

La mayoría, reconoce inmediatamente que la denominación EL CORTE BRITÁNICO es una deformación de EL CORTE INGLÉS, grandes almacenes que, como se ha mencionado, tienen una amplia red de ventas en toda España.

Es decir, que, a partir de la información dada en la ficha, dentro de cada equipo, la imagen de las dos empresas es muy clara: una gran empresa va a negociar con una

pequeña empresa. Esta desproporción puede ser utilizada, y de hecho, así sucede, como elemento de presión por parte del equipo del Corte Británico (en adelante CB). También ello constituye un reto para SEDATEX, la compañía formada por jóvenes emprendedores, con la que los estudiantes que la representan de identifican fácilmente ya que les proyecta a un futuro profesional que puede ser próximo.

5.3 La preparación.

En esta negociación los equipos prepararon durante 15 minutos la estrategia que iban a adoptar y sabiendo que la duración de la negociación no podía exceder de 35 minutos.

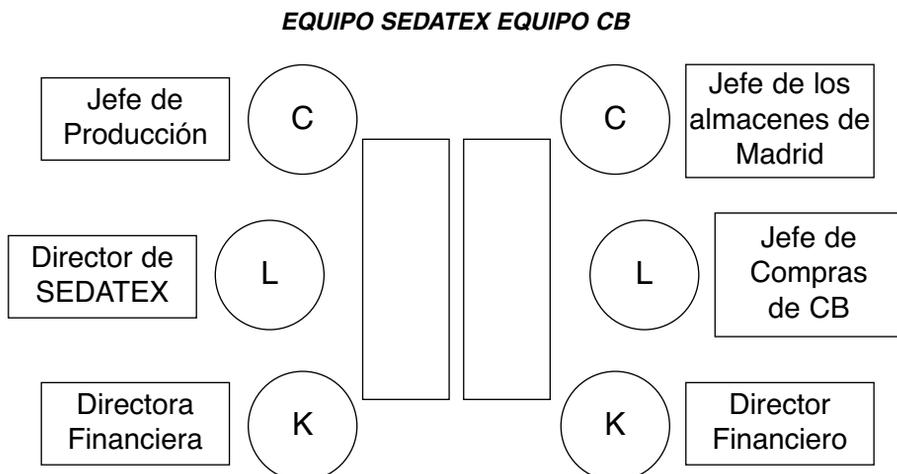
• Instrucciones y distribución de roles.

Los estudiantes tuvieron que:

- Leer atentamente la ficha que les indicaba la situación, los datos y el objeto de la negociación. Concretamente tenían que negociar los siguientes puntos de un pedido de chales de seda:
 - Fecha de entrega
 - Condiciones de pago
 - Número de estampados diferentes
 - Número de colores diferentes
 - Descuento
- Decidir cuáles serían los cargos de los miembros de los equipos de las dos empresas.

• Resultados

Consistieron en la auto elección de los cargos siguientes con esta disposición espacial concreta:



- **Introducción de modificaciones.**

Los miembros del equipo de CB acordaron que introducirían dos modificaciones al guión. Sólo tuve en cuenta la primera que es la que afecta directamente el tema del análisis ya que produjo una tensión entre los dos equipos desde el primer momento y que es la siguiente:

El equipo de CB presionará para que Sedatex firme un contrato de exclusiva, según el cual SEDATEX se comprometerá a vender toda su producción a CB. Como se verá, es una decisión importante porque tendrá consecuencias en la construcción de la negociación y en la creación de situaciones conflictivas.

6. Métodos de obtención de datos y datos obtenidos.

Teniendo en cuenta los principios de Van Lier (1988), Díaz y Llobera (1997) y Alwright y Bailey (1991), la recogida de datos se hizo con los instrumentos siguientes:

- a. La observación.
- b. La grabación de una negociación en clase.
- c. La transcripción.
- d. El Diario llevado a cabo por la investigadora.
- e. La entrevista de triangulación con los participantes.

Para el análisis realizado en este artículo, me he centrado solamente en la parte de los resultados obtenidos mediante los tres primeros instrumentos:

a. La observación.

La observación es el método privilegiado en la investigación etnográfica y es por ello que es una parte muy importante del corpus de este trabajo y, ciertamente, es la que aporta los datos primordiales para su posterior análisis.

b. La grabación de una negociación en clase.

El resultado de la observación de la sesión de clase que nos ocupa, es una grabación de vídeo de 35 minutos de una negociación llevada a cabo como una actividad de la clase de español de cuarto curso de la ESCE, el 16 de octubre de 2003.

c. La transcripción.

Realicé una transcripción de la grabación de la negociación y, además de todos los elementos de lengua que fueron dichos, anoté datos de tipo paraverbal, como las pausas, la intensidad de las enunciaciones y también comentarios sobre la gestualidad de los interlocutores, ya que pueden tener incidencia en el estudio del discurso, aunque no forman parte del presente análisis.

Como puede observarse en la próxima tabla, a la derecha de la transcripción codificada, se encuentra el texto del análisis interpretativo, complemento indispensable para la comprensión de las intervenciones.

Teniendo en cuenta la extensión de la negociación, voy a dar como muestra solamente la segunda fase de la misma, es decir, el momento en el que se intenta empezar la negociación y el equipo de CB introduce un elemento imprevisto.

***TRANSCRIPCIÓN Y ANÁLISIS INTERPRETATIVO O MICROANÁLISIS
ETNOGRÁFICO
SABATER- OBS- ML- 2003- EF- UNI - Ventas de Navidad***

--	--

11. K [si : :-]

12. S ¿xxx potencial trabajar con varias l varios : : ((movimiento con las manos de derecha a izquierda)) e : : l varios grupos ? l porque : : [e : : :-]

13. K [si] porque ya tenemos e : : muchos clientes que tenemos desde [mucho tiempo]

14. S [si /si claro pero]

15. K y no podemos hacer- ((tensión del cuerpo, codo sobre la mesa y la mano por debajo de la barbilla))

16. S ust- l tie- tiene una pequeña empresa l y por e : : eso tiene potencial de producir tantos productos l porquell somos interesados por un contrato de de exclusividad l YA l les e : : : les les l que l que l nos gustaría l comprarles e : : : setenta y cinco mil e : : : pro- productos l pero se va a evolucionar si se pasa bien l y por eso nos gustariamos hacer un contrato de exclusividad ll y así si e : : : si ordenamos mas l no se si podría : : l no se no se si podrían e : : : satisfacer la [producción-]

7. Análisis de datos.

Teniendo en cuenta la extensión de la negociación (279 intervenciones), he tenido que escoger uno de los numerosos aspectos que se destacan en el análisis del discurso, el fenómeno de la intensificación, para tratar aisladamente. Sin embargo, no hay que olvidar en ningún momento que todos los componentes del discurso están estrechamente vinculados entre sí y hacen que la negociación se haya construido de este modo y no de otro.

7.1. Objeto del análisis.

Este estudio analiza las estrategias de elocución para intensificar los enunciados que han utilizado los participantes en los momentos en que se produce una situación conflictiva durante la negociación.

Fant (1986, p. 149), afirma que este tipo de actividad obliga constantemente a los participantes a adaptarse a una situación fluctuante, por lo tanto, cree que es una tarea que, mejor que muchas otras, pone en evidencia aspectos importantes del comportamiento humano.

Si aceptamos esta hipótesis, es evidente que en las negociaciones reales, a pesar de las técnicas aprendidas que aplican los interlocutores y a pesar de los aspectos culturales que influyen de modo colectivo en los miembros de una misma cultura en el estilo de negociar, siempre encontraremos indicios de la manera de ser y de comportarse de un individuo.

Y para poder manifestar comportamientos hay que poder expresar actitudes. Por eso es interesante observar qué estrategias utilizan para intensificar su discurso durante la negociación y cuáles son los objetivos que alcanzan para reflejar la modalidad.

7.2. Metodología del análisis del corpus.

La modalidad de análisis que llevaré a cabo será de tipo pragmalingüístico según lo denomina Briz (1989, p. 106) en su esbozo de pragmagramática, es decir, en su intento de desarrollar un marco que pueda explicar la relación entre la gramática y los fenómenos de enunciación y la interacción en el discurso.

Un análisis de este tipo, combina la reflexión sobre el producto y sobre el proceso de producción del producto, sobre el enunciado y la enunciación y la interacción oral.

7.3. Definición de los momentos conflictivos.

Para delimitar el campo de investigación en la presente negociación, he focalizado la atención en los momentos en que se producen conflictos de intereses muy divergentes y, por lo tanto acarrear tensión entre los interlocutores.

El tema más relevante que domina la polémica en esta negociación es el siguiente: la introducción por parte de CB, de modo totalmente imprevisto, del tema del contrato en

exclusiva con SEDATEX y así presionar a esta última empresa para que lo firme y trabaje exclusivamente para CB, cosa que SEDATEX no está en absoluto dispuesta a hacer.

He seleccionado las ocho secuencias de la negociación en las cuales se introduce y discute el tema del acuerdo de exclusividad y que equivalen a un tercio de la negociación en número de intervenciones (279).

7.4. Los intensificadores en el discurso.

Son una de las categorías pragmalingüísticas de la conversación y desde un punto de vista funcional, son estrategias vinculadas a las funciones generales de los actos de habla (Tannen 1984 y 1992, Beaugrande y Dressler, 1972, p.69 y ss). Sus componentes son:

- la producción (codificar y mostrar)
- la recepción (descodificar e interpretar)
- la conexión de lo que se produce y se recibe (organizar, cohesionar el discurso para reducir la energía en el proceso)
- la interpretación, todo ello colocado en un contexto situacional determinado (situacionalidad).

Estas funciones se delimitan por el relieve de algunos de los elementos que intervienen en este proceso de comunicación (el emisor, el oyente, el mensaje, el contexto...).

En el caso de los intensificadores, la relación interlocutiva entre el emisor y el receptor, produciría la categoría de los intensificadores cuando el miembro marcado es el emisor. Es un fenómeno relacionado con la producción, una de las estrategias del discurso que hace posible activar o reactivar el contenido locutivo o ilocutivo de los enunciados.

Los intensificadores son una categoría pragmática de la conversación y están vinculados al concepto de la fuerza argumentativa, al relieve de una de las máximas de cooperación (Grice 1975) y a la calidad y pertinencia de las aportaciones del YO.

En efecto, un intensificador puede hacer que el interlocutor cumpla los principios de cooperación y de cortesía, o bien puede actuar de forma que efectúe una transgresión de los mismos, vulnerando así, los principios de modestia o de calidad.

7.5. Clasificación de los intensificadores según Briz.

Para determinar cuáles son los intensificadores que utilizan los interlocutores de la negociación "Ventas de Navidad" y cuáles no, aplicaré la clasificación adoptada por Briz (1989, p. 113 y ss). Briz trata del proceso de negociación conversacional, y no comercial, que es el objeto de este estudio. Sin embargo, como base de trabajo he aplicado, en un principio, la misma clasificación ya que no he podido encontrar ninguna descripción de los intensificadores que se utilizan en las negociaciones comerciales en español. Después de realizar el análisis se verá qué intensificadores coinciden, cuáles no se utilizan y cuáles son los que aparecen en la negociación

comercial analizada y, en cambio, no están presentes en el análisis de la conversación de Briz.

Se puede considerar la intensificación desde distintos ángulos:

- **CÓMO** se intensifica: descripción de los intensificadores.
- **QUÉ** se intensifica: funciones semántico-pragmáticas.
- **POR QUÉ** se intensifica: manifestación del acuerdo y del desacuerdo.

Como trama para el análisis de la transcripción de la negociación, he seguido, como indicaba antes, la clasificación de los intensificadores en la conversación coloquial de Briz (1989, p. 113 y ss.) de acuerdo con los tres enfoques que acabo de mencionar, puesto que, como ya he indicado anteriormente, no me ha sido posible encontrar ningún estudio de esta categoría pragmatolingüística aplicada a la negociación comercial.

7.6. Resultados y resumen del análisis.

Para resumir el análisis que he llevado a cabo, puede ser útil examinar la clasificación de los intensificadores del discurso coloquial que realiza Briz (1989 b) y que he utilizado en este trabajo como estructura de soporte.

He resaltado en negrita los intensificadores que he podido detectar, analizando la transcripción de la negociación realizada por los estudiantes, aunque, a veces, con variantes y he intentado encontrar cuál es su valor comunicativo en este contexto preciso.

1. Descripción de los intensificadores (CÓMO se intensifica).

Recursos morfológicos.

Modificación interna: uso del aumentativo o con prefijos intensificadores.

Modificación externa con cuantificadores o bien con el uso enfático de *pero*, *pero* que o de la preposición (*desde...*) *hasta*.

Recursos sintácticos..

Artículo + *el, la* + Subst + *que*.

(Prep.) Artículo + *lo*.

(Prep.) Artículo + *que*.

Artículo + *un* + Substantivo (valorativo).

Verbo *de* + Subst.

Formas de expresión casi consecutivas o bien con suspensión del segundo término.

Estructuras comparativas o comparativo-modales, suspendidas o no.

Con enunciados exclamativos.

No + *V* + *ni*.

La enumeración.

Construcciones lexicalizadas por el uso con un grado de fijación variable.

Recursos léxicos y semánticos.

Repetición.

Uso de ciertos lexemas marcados con el rasgo [+ intenso] .

Frasas o lexemas [+ intensos o incrementados con el artículo un],

Uso de ciertos términos inteterdictos (groseros).

La ironía, les metáforas hiperbólicas .

Recursos suprasegmentales

Tono más marcado.

Pronunciación silabeada.

Alargamiento vocálico.

2. Funciones semántico- pragmáticas (QUÉ se intensifica).

Intensificación de la calidad y la cantidad.

Intensificación de la actitud.

Verbo performativos.

Forma que en lugar del verbo dicendi.

Pues, los vocativos señora, hombre.

Las interrogaciones retóricas y la exclamación.

La suspensión de una frase .

La utilización del YO y del TU como intensificadores.

3. La función dialógica del intensificador. Intensificación del acuerdo y del desacuerdo. (POR QUÉ se intensifica).

La interrogación exclamativa.

El eco

Afirmaciones i negaciones enfáticas (...se lo aseguro...).

En la relación anterior, se ve claramente que no aparece ningún elemento intensificador con recursos morfológicos. Para poder encontrar una muestra de ellos, hay que llegar hasta la enumeración de los recursos sintácticos.

En cambio, sí se encuentran muestras de utilización de recursos léxicos y semánticos como la repetición, el uso de ciertos lexemas marcados con el rasgo [+ intenso, frases o lexema [+ intensos o incrementados con el artículo un] y la ironía así como recursos suprasegmentales.

Si atendemos al criterio de QUÉ y CON QUÉ FINALIDAD se intensifica, tendremos que hacer referencia a los valores pragmáticos de los intensificadores. Y es en este apartado, en el que se encuentran más muestras que corresponden a la clasificación de Briz y que sirven a los estudiantes para expresar sus actitudes.

Ejemplos:

A). La utilización de la forma que en lugar del verbo dicendi, según Briz, parece ocupar el lugar del verbo de la enunciación y representa una insistencia afirmativa o negativa. En este caso hay tres muestras de este fenómeno en las ocho secuencias analizadas.

Una de ellas es la siguiente:

10. L a ver si quedamos en algo mas : : l*e : : : que l que que las dos partidas den ALGO
 \ l porque [si no : : : ...]

La insistencia de L (27) para contrarrestar la presión del grupo CB, se manifiesta con la utilización del que repetido sin un verbo de obligación (= es necesario que), reforzada por “a ver” al principio de la enunciación y tiene el valor de obligación, de necesidad.

En los otros dos casos los valores modales son:

- justificación de un rechazo
- justificación de una negativa.

B). La suspensión de una frase es una estrategia que consiste en dejar una frase en suspenso y que provoca la intensificación por elisión, tiene una efectividad real como estrategia intensificadora en el contexto de esta negociación y se utiliza con diferentes objetivos:

9. D [si pero : :]

10. L a ver si quedamos en algo mas : : l*e : : : que l que que las dos partidas den ALGO
 \ l porque [si no : : : ...]

La suspensión intensifica el argumento y el valor modal que expresa. L exhorta y amenaza al mismo tiempo. Demuestra el profundo desacuerdo y enfrentamiento con la otra parte. Dejando el enunciado en suspenso, implica que si ambas partes no dan muestra de buena voluntad, no llegarán a ningún acuerdo, es decir, que la negociación se romperá.

En los otros casos, los valores de la suspensión encontrados en la muestras son:

- rechazar una propuesta
- exhortar
- amenazar
- demostrar escepticismo
- demostrar enfado

C). Por otra parte, la intensificación del acuerdo y del desacuerdo como función dialógica del intensificador, tan necesaria en una negociación, queda reflejada con el uso del eco.

177.D tenemos el dineroll lo que PROPONGO es que l si hay un acuerdo de exclusividad
l podemos PAGAR los obreros l e : que-

178.L si

179.D directamente para-

180.L si pero acuerdo de exclusividad no habrá ((niega firmemente con la cabeza)) hasta que veamos como trabajamos [juntos]

El participante 'L' utiliza la repetición de un elemento de la intervención del interlocutor para intensificar su rechazo. Concretamente, lo hace con la repetición de los elementos de la primera parte de su oración en orden inverso, con el verbo al final.

En los otros casos, los valores del eco encontrados en las muestras son:

- dar fuerza y firmeza a su rechazo
- reforzar el desacuerdo de un miembro de su equipo
- apoyar a un colega
- poner algo en duda .
- contestar a una amenaza
- expresar un falso acuerdo

8. Conclusiones

He intentado contestar a la pregunta que me he formulado al principio de este trabajo, llevando a cabo una investigación cualitativa de tipo etnográfico: ¿Qué estrategias utilizan estudiantes francófonos de nivel intermedio-avanzado en español para intensificar su discurso en una actividad de negociación comercial realizada en clase?

Por un lado, tal como he señalado en los resultados, no aparece ningún intensificador con recursos morfológicos y solamente uno con recursos sintácticos. Parece, pues, que la competencia lingüística que estos estudiantes tienen en español, hace que, o bien no conozcan, o bien no sepan producir los elementos morfosintácticos que utilizan los nativos, o bien que no tengan la suficiente rapidez para reaccionar con recursos morfológicos de lengua en una actividad ya complicada de por sí como es una negociación, que exige reacciones interactivas inmediatas.

Ahora bien, cabe preguntarse si esta falta de recursos morfosintácticos explica que estos interlocutores no sean efectivos en su tarea negociadora o, dicho de otro modo, si a pesar de poseer una buena técnica para negociar, como parecen tener, el bajo control de recursos morfosintácticos para intensificar, les provoca problemas de expresión de actitudes y matices.

Si examinamos los recursos léxicos y semánticos y los recursos suprasegmentales, podemos observar que utilizan, excepto tres que no serían adecuados en el contexto, todas las estrategias señaladas por Briz. Es decir, que saben usar este tipo de estrategias que no implican conocimientos morfosintácticos pero que son realmente efectivas.

Desde otro punto de vista, podemos medir la eficacia de estos estudiantes analizando su capacidad de intensificar la calidad, la cantidad y, sobre todo, la actitud. El análisis de de las funciones semántico-pragmáticas que plantea Briz, nos permite constatar que los interlocutores pueden intensificar la calidad, la cantidad y la actitud con valores modales distintos: la obligación, la advertencia, la necesidad, la justificación, la persuasión, la exhortación, la amenaza, el rechazo, el escepticismo y también pueden poner de relieve del papel de un interlocutor.

También cabía preguntarse, si iban a utilizar muchos recursos que podían ser calcos del francés. Sorprendentemente, en los ocho fragmentos analizados, sólo hay tres expresiones que se utilizan en francés para intensificar, pero no en español, aunque pueden ser comprendidas.

- al uso del vocativo , SEÑORES y SEÑORITA
- a la traducción del intensificador *bien* + verbo , (bien sabéis que...)
- a la traducción del reforzador del discurso “*je le pense*”, como “yo lo pienso” en la presente negociación.

Aún más, evitan el uso del YO, morfológicamente obligatorio en francés, como recurso de intensificación que les sería de muy fácil utilización.

Ciertamente, todos los recursos utilizados que no son morfológicos, se encuentran en su L1. Pero, también es muy importante destacar que utilizan variantes propias de los elementos señalados por Briz, como el uso particular de elementos de una intervención, para transformarlo en una construcción con efecto eco, lo que es un recurso muy eficaz desde el punto de vista de la manifestación del desacuerdo o del rechazo, o bien emplean verbos de obligación en un contexto que exigiría verbos performativos, también para intensificar su discurso.

Por lo tanto, la interlengua de los estudiantes observados, demuestra que tiene muchas carencias de tipo morfosintáctico. En cambio, en lo que atañe al fenómeno de intensificación, tan necesario en una negociación, suplen la falta de dominio de morfología y de sintaxis con una serie de recursos léxicos, semánticos, suprasegmentales, y con funciones semántico-pragmáticas así como con la utilización del eco, que les permiten expresar la actitud.

Ello les permite dar una dinámica intensa a la negociación, corregir el desequilibrio de fuerzas existente desde el principio entre los dos grupos en la negociación analizada, y expresar claramente cuáles son sus actitudes para demostrar cuáles son sus posiciones y para influir en el grupo contrario durante la construcción de la actividad.

Bibliografía

- Alwright, D. (1983). Classroom Centered research on Language teaching and learning: A Brief historical Review. *Tesol Quarterly*, 17, 2, 191-204.
- Alwright, D. & Bailey, K.M. (1991). *Focus on the Language Classroom*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Beaugrande, R. A. (1980). *Text. Discourse and Process: Towards a Multidisciplinary Science of Texts*. Norwood, New Jersey: Ablex Publ.
- Bayley, K. (1990). The use of diary studies in teacher education programs. En J. Richards & D. Nunan (Eds.), *Second language teachers Education* (pp. 215-226). Cambridge: Cambridge University Press.
- Briz, A. (1998). *El español coloquial en la conversación. Esbozo de pragmatística*. Barcelona: Ariel.
- Cambra, M. (2003). *Une approche ethnographique de la classe de langue*. Paris: Langues et Apprentissage de langues. Didier.
- Casalmiglia, H., et al. (1997). *La parla com a espectacle. Estudi d'un debat televisiu*. Bellaterra: Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Casalmiglia, H. & Tusón, A., (1999). *Las cosas del decir*. Barcelona: Ariel.
- Chaudron, C. (1988). *Second language Classrooms: Research on Teaching and learning*, Oxford: Cambridge University Press. (Citado en Nunan, D. (1989), *Understanding the language classrooms. A guide for teacher-initiated action*. Cambridge/New Jersey: Prentice Hall.
- Díaz., J. & Llobera, M. (1997). *El diario como instrumento de investigación de los procesos de enseñanza-aprendizaje de segundas lenguas*. Documentos internos del Departament de Didáctica de la Literatura i de la Llengua para los cursos de Doctorado. Universitat de Barcelona, 1-9.
- Duranti, A. (2000). *Antropología Lingüística. Madrid*. Cambridge University Press.
- Fant, L. (1996). Regulación conversacional en la negociación: una comparación entre pautas mexicanas y peninsulares. *El español hablado y la cultura oral en España e Hispanoamérica*. Madrid: Vervuert. Biblioteca Ibero- Americana, 59, 247-265.
- Narbona, A., (1989). *Sintaxis española: nuevos y viejos enfoques*. Barcelona: Ariel.
- Nunan, D. (1989). *Understanding the language classrooms. A guide for teacher-initiated action*. Cambridge: Prentice Hall.
- Tannen, D. (1984). *Conversational style: Analyzing talk among friends*. Norwood, New Jersey: Ablex Publ..
- Van Lier, L., (1988). *The classroom and the language learner*. London: Longman.
- Watson-Gegeo, K.A. (1988). Ethnography. Defining the Essentials. *Tesol Quarterly*, 22, 4, 281-295.