

# Las felicitaciones de cumpleaños en la red social Facebook: aproximación cuantitativa a las respuestas\*

*Birthday congratulations on the Facebook social network:  
quantitative approximation to the answers*

**Susana Ridaó Rodrigo**  
*Universidad de Almería*  
sridao@ual.es

## Resumen

Este artículo parte de un sucinto marco sobre las investigaciones más representativas en el campo de la pragmática, en general, y los estudios sobre (des)cortesía, en particular. A continuación, se examinan los actos de habla expresivos, fundamentalmente trabajos sobre las felicitaciones con corpus digitales. Para proceder a su análisis se ha creado un corpus *ad hoc* de las respuestas que formulan usuarios con perfiles privados en la red social Facebook al recibir un acto de habla expresivo concreto como es la felicitación por cumpleaños. Los resultados demuestran dos diferencias en función de la variable sexo: (1) cada informante masculino de manera individual sigue un patrón homogéneo en todas sus respuestas, mientras que las informantes femeninas presentan heterogeneidad; y (2) los hombres utilizan con más frecuencia los agradecimientos más muestras de afecto (53.91 %) que solo los agradecimientos (31.73 %), frente a las mujeres que tienen una marcada preferencia por solo escribir agradecimientos (72.97 %).

Palabras clave: pragmática, cortesía, respuesta, acto de habla, felicitaciones, redes sociales.

## Abstract

This paper begins with a succinct framework on the most representative research in the field of pragmatics, in general, and (im)politeness, in particular. Next, expressive speech acts are examined, mainly publications on congratulations with digital corpora. For its analysis, a specific corpus of the responses formulated by users with private profiles in the social network Facebook by receiving a specific expressive speech act such as birthday congratulation has been created. The results show two differences according to gender: (1) each male informant in a particular way follows a homogenous pattern in all his answers, while female informants show heterogeneity; and (2) men more often use acknowledgments plus show of affection (53.91%) than just acknowledgments (31.73%), compared to women who have a marked preference for just writing acknowledgments (72.97%).

Keywords: pragmatic, politeness, answer, speech act, congratulations, social networks.

---

\* Este artículo nace al amparo del proyecto de investigación “Pragmática y gramática en la historia del español: la expresión de la cortesía en el español clásico” (FFI2014-53113-P), financiado por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, con fecha de ejecución 2015-2018.

## 1. INTRODUCCIÓN

“In the past you were what you owned, now you are what you share” asevera el experto en comunicación Godfried Boogaard. Ciertamente, la generalización del uso de las redes sociales ha cambiado el modo en que se relacionan los individuos; como es lógico, estos contextos poseen unas características particulares que han de conocer los usuarios para intercambiar mensajes de manera efectiva. Estas nuevas formas de comunicación evolucionan hacia una etapa en la que “la atención aparece más segmentada, personalizada, instantánea, diluida, convergente, transparente, flexible, liviana, conversacional, interconectada y abocada a la colaboración, participación y trivialización” (Campos Freire, 2008: 277).

Los avances en el campo de la informática –como es la denominada web 2.0– han implicado una incuestionable eficacia comunicativa, porque no solo permiten superar las barreras espacio-temporales propias de la comunicación en presencia, sino que sus variadas modalidades (redes sociales, correo electrónico, chats o blogs, entre otras) se adaptan a las necesidades de los participantes, como se demuestra con la ingente cantidad de mensajes transmitidos por estas vías (Giammatteo, Gubitosi y Parini, 2017: 11). Destaca Pantoja Chaves (2011) cuatro características comunicativas por las que las redes sociales están en auge: (1) la deslocalización que salva la distancia existente entre emisor y receptor (en consonancia con Giammatteo, Gubitosi y Parini, 2017: 11); (2) la imprevisión que se perfila como un medio para mantener la atención de los individuos; (3) la inmediatez al permitir transmitir la información a tiempo real; y (4) la interacción que estos medios digitales permiten entablar entre los usuarios.

La tesis doctoral de Vivas (2016: 148) dilucida sobre varias circunstancias que condicionan la comunicación mediada por ordenador en el caso de las redes sociales. De un lado, la ya citada copresencia virtual hace posible que dos usuarios que estén geográficamente distantes se comuniquen en el mismo espacio de tiempo. Del otro, tanto el medio utilizado para comunicarse como el receptor del mensaje pueden ser públicos o privados. A su vez, las respuestas que recibe un comentario en pocas ocasiones se convierten en un diálogo, sino que lo habitual es hallar intervenciones que no obtienen contestación, por lo que en realidad no se crea una auténtica interacción. Por supuesto, la extensión de los comentarios es otro factor clave, que si bien en Facebook no está limitada como en Twitter, no resulta habitual encontrar intervenciones ciclópeas.

Sin duda, hoy en día existe un marcado interés por parte de los investigadores en lingüística por el análisis de las interacciones producidas en medios digitales, como consecuencia de que “ha colapsado nuestras comunicaciones personales y profesionales” (Placencia y Fuentes Rodríguez, 2014: 391). Aparte, hay que tener en cuenta cómo viven los usuarios su participación en las redes sociales; la siguiente cita literal está extraída de un artículo que analiza perfiles de adolescentes en la red social Facebook, si bien podría entenderse que tales aseveraciones se extienden a prácticamente todos los perfiles de usuarios de cualquier red social:

Para los adolescentes estudiados tener un perfil en Facebook significa administrar su personalidad. Crear un perfil en Facebook y asignar un contenido a los campos que la interfaz tiene preestablecidos es un acto de creación de un ser en un entorno digital. Aunque se trata de presentarse como ellos son, también hay lugar a presentarse como ellos quisieran ser. Los adolescentes tienen claro que de la presentación que ellos hagan de sí mismos en la red social, depende algo muy importante en esta etapa de la vida: su socialización, tanto real como virtual (Almansa, Fonseca y Castillo, 2013: 129).

## 2. LOS ESTUDIOS SOBRE (DES)CORTESÍA

A mitad del siglo pasado el monopolio de las pesquisas estructuralistas en el campo de la lingüística inicia una fase de decrecimiento. La lingüística de la comunicación empieza a atraer la atención de investigadores interesados en describir los mecanismos que rigen la lengua en uso. La teoría de los actos de habla diseñada por Austin (1962) y posteriormente desarrollada por su discípulo Searle (1969) supuso el nacimiento de la pragmática, en tanto que estos filósofos del lenguaje demostraron que a través del lenguaje se pueden realizar acciones, a la vez que el contexto representa un elemento indispensable para entender el significado de un enunciado. Junto a ello, el principio de cooperación de Grice (1975) y la teoría de la relevancia de Sperber y Wilson (1986) solidificaron la pragmática como objeto de estudio. Dentro de la pragmática, los trabajos sobre (des)cortesía conforman una fecunda rama de investigación. El sociólogo Goffman (2009 [1959]) acuñó la noción de *imagen*, la cual queda constituida tanto por el deseo de la persona de ser aceptada y valorada por los demás como por el anhelo del individuo de mantener la distancia con el resto del grupo y, por tanto, de delimitar su territorio. Sobre esta base se han asentado numerosas investigaciones que analizan las estrategias de (des)cortesía. En las siguientes líneas se citan tan solo algunas publicaciones representativas de una longa nómina.

El artículo de Lakoff (1973) está reconocido como el primer estudio en el campo de la cortesía. Han de cumplirse estas dos reglas para que se produzca competencia pragmática: sea claro y sea cortés. Este principio de cortesía queda regido por tres máximas: no impongas tu voluntad al interlocutor, indica opciones y haz que tu interlocutor se sienta bien. En contraste, la teoría de la cortesía diseñada por Brown y Levinson (1978) es considerada el principio más elaborado sobre esta cuestión. Establece una taxonomía de actos que amenazan la imagen de los participantes, a la vez que ofrece otra clasificación de estrategias que pueden ser utilizadas en caso de que se produzca un acto amenazador de la imagen. Por su parte, Fraser y Nolen (1981) argumentan que la cortesía se apoya en el contrato conversacional, entendiéndolo por tal los derechos y los deberes que poseen los participantes del acto comunicativo, y de esta manera se fijan las reglas que rigen la interacción. En cambio, el principio de cortesía de Leech (1983) se sustenta sobre el cálculo del coste y el beneficio que implica la acción tanto para el emisor como para el receptor y en función de ello describe seis máximas: tacto, generosidad, aprobación, modestia, acuerdo y simpatía. El enfoque sociocultural que caracteriza la aportación de Bravo (1999) le permite enjuiciar que existe una relación entre el *alter* y el *ego* en el concepto de imagen; conforme a esto se produce la necesidad de autonomía (sentirse un miembro diferente al grupo) y de afiliación (ser parte del grupo).

Las publicaciones sobre descortesía han visto la luz más tardíamente, dado que los investigadores argumentaban que la cortesía imperaba las relaciones sociales, de forma que los episodios descorteses se producían en contadas ocasiones. Los pioneros en este campo son los trabajos de Culpeper (1996) y Culpeper, Bousfield y Wichmann (2003), al extrapolar al plano de la descortesía las posibles estrategias desarrolladas por Brown y Levinson (1987) sobre la cortesía ante un acto amenazador de la imagen. En contraposición, la investigación de Kientpointner (1997) opta por utilizar el término *grosería* en lugar de *descortesía*, y crea una clasificación segmentada en la cooperación o la no cooperación. Por otro lado, basándose en los conceptos de autonomía y afiliación en el ámbito de la cortesía aportados por Bravo (1999), Kaul (2005) para la descortesía alude a la refractariedad y la afiliación exacerbada. Conviene incluir la observación de Bravo (2017: 53) de que en español –en comparación con los trabajos anglosajones– existe una carencia de estudios teóricos sobre cortesía, y es precisamente el libro de Haverkate (1994) el que introduce al ámbito hispano la investigación en este campo, por lo que conforma una obra de obligada citación. En la última década se ha vivido una auténtica eclosión en la publicación de estudios sobre (des)cortesía en español (Curcó, 2014: 19).

### 3. LOS ACTOS DE HABLA EXPRESIVOS: LAS FELICITACIONES EN REDES SOCIALES

La clasificación de actos de habla ilocutivos aportada por Austin incluía los actos comportativos, los cuales eran definidos como “a very miscellaneous group, and have to do with attitudes and *social behavior*”<sup>1</sup> (1962: 151); a este grupo se asocian verbos como disculparse, felicitar, elogiar, compadecer, insultar y desafiar. En cambio, Searle (1976) efectúa una serie de modificaciones con respecto a la taxonomía de Austin (1962); esta es la descripción que realiza de los actos de habla expresivos: “The illocutionary point of this class is to express the psychological state specified in the sincerity condition about a state of affairs specified in the propositional content” (1976: 12); la nómina de verbos que aporta en esta categoría son: agradecer, felicitar, disculparse, compadecer, condenar y dar la bienvenida. Posteriores investigaciones han aumentado la lista de verbos o acciones de actos expresivos: Norrick (1978) incluye lamentar, perdonar y presumir; Puga (2001) bifurcó los actos expresivos en positivos (asentivos, fáticos, solidarios, exculpatorios y compensativos) y negativos (disentivos, inculpatorios, incriminatorios y solidarios); Carretero y otros (2014) discriminan entre trece subtipos de actos de habla expresivos: disculpa, cumplido, saludo, deseo, agradecimiento, simpatía, preocupación, reproche, directivo, acuerdo, reivindicación, comisivo y tranquilizador.

A continuación, se describirán sucintamente algunos trabajos sobre cortesía en redes sociales, otorgando relevancia a los más afines con los objetivos de la presente investigación. Así pues, en Maíz-Arévalo y García-Gómez (2013) se analizan los cumplidos en interacciones digitales, frente a los numerosos estudios que se han elaborado sobre los cumplidos en la comunicación cara a cara; en concreto, con un enfoque comparativo de las lenguas inglesa y española, se sirven de la red social Facebook para investigar cómo los usuarios utilizan los cumplidos con miras a evaluar al otro y favorecer

---

<sup>1</sup> En cursiva en el original.

la relación social. Asevera Maíz-Arévalo (2013) que el estudio de las respuestas a los cumplidos ha sido examinado desde diversas perspectivas y en diferentes lenguas, ya sea solo en inglés o bien trabajos de carácter contrastivo comparando este idioma con el italiano, el chino, el japonés, el polaco, el alemán, el griego o el español; el corpus está recogido en español con la pretensión de buscar diferencias entre las respuestas que se dan en una comunicación en presencia frente a la comunicación en línea.

Además, en el libro de Mancera y Pano (2013) tiene cabida un capítulo dedicado a la cortesía cuyo corpus ha sido extraído de Twitter. Tras observar las publicaciones de distintos periodistas en esta red social, se percatan de que existen demostraciones corteses que refuerzan los lazos afiliativos con actos de habla de cumplidos, halagos y manifestaciones de acuerdo. El análisis de la cortesía valorizadora en un corpus de la red social Facebook efectuado por Vivas (2014) distingue, por un lado, los actos de habla expresivos (felicitaciones, cumplidos y piropos, saludos, expresión de ánimo y de buenos deseos y agradecimientos) y, por el otro, los actos de habla comisivos (invitaciones y ofrecimientos). A su vez, Mancera (2014) dedica un apartado a las estrategias de cortesía en Twitter; defiende que la cortesía formularia llega a ser tan relevante que en algunas ocasiones prevalece sobre la economía lingüística, habida cuenta de que los tuits de esta red social tienen limitada su extensión a 140 caracteres; del mismo modo, se encuentran tuits que conforman actos de habla de agradecimiento o de felicitación.

Las disculpas que transmiten las empresas a través de la red social Twitter con el fin de mejorar su imagen ante los clientes son indagadas en Page (2014). Estructura su análisis en siete categorías: arrepentirse, absolver, tener miedo, justificar, excusar, lamentar y disculpar; el trabajo posee un carácter contrastivo entre, de una parte, las disculpas utilizadas por las empresas y, de la otra, por el resto de usuarios. Las respuestas de las felicitaciones de cumpleaños de usuarios griegos de la red social Facebook constituyen el foco de análisis de Theodoropoulou (2015), que defiende la necesidad de estudiar este tipo de interacciones en distintas lenguas, dada la relevancia que poseen las felicitaciones de cumpleaños en la red social Facebook. Bajo el título “La atenuación lingüística en los discursos digitales” la prestigiosa revista *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* ha publicado un monográfico en 2018. Precisamente en Hernández Toribio y Mariottini (2018) se analizan actos expresivos del elogio, el agradecimiento y la disculpa en el portal en línea de viajes TripAdvisor. También destacan otros dos trabajos por tomar como corpus redes sociales: el de Maíz-Arévalo (2018) que indaga en el diminutivo en Facebook y el de Noblía (2018) que analiza los modos en redes sociales móviles.

#### **4. CORPUS Y MÉTODO**

La confección de un corpus de naturaleza digital plantea más problemas de lo que se pueda pensar en un primer momento. Vela Delfa y Cantamutto (2015) sintetizan en cuatro puntos las cuestiones más complejas: (1) la situación de la comunicación, (2) la multimodalidad, (3) la representatividad de los datos y (4) las cuestiones éticas. Aparte, Vivas (2016: 140) pone el punto de mira en la dificultad inherente a la información contextual de las publicaciones o los comentarios, puesto que resulta imposible –por ejemplo– conocer la

edad de los amigos que incluyen intervenciones en un muro que no es el suyo propio en el caso de los perfiles privados, y esta cuestión se agudiza aún más en los perfiles públicos.

Para esta investigación se ha recopilado un corpus *ad hoc* extraído de la red social Facebook de usuarios con perfiles privados cuyas edades están comprendidas entre los 34 y los 52 años, de los cuales hay cinco hombres y cinco mujeres. Se han seleccionado publicaciones fechadas en 2017 y 2018 en las que “amigos” felicitan a los usuarios por sus cumpleaños. En esta ocasión, el foco de análisis se acota a las respuestas ante tales felicitaciones que publican los usuarios estudiados. En el corpus hay 814 comentarios (411 en el muro de usuarios masculinos y 403 en el muro de usuarias femeninas) y 485 respuestas (230 las escriben informantes masculinos y 255 informantes femeninas). Conviene precisar que para abordar los intereses concretos de esta investigación –analizar las respuestas ante las felicitaciones de cumpleaños– se han revisado los muros de bastantes más usuarios, que han sido descartados por diversos motivos: (1) no tener actividad en la red social, tendencia que parece ir en ascenso en perfiles privados en comparación con años anteriores; (2) no indicar en la red social cuál es su fecha de cumpleaños, así que en tales casos las publicaciones son inexistentes o muy escasas; y (3) no contestar ni con palabras ni con emoticonos, sino que con bastante frecuencia ponen un “me gusta” en cada publicación recibida.

Con respecto al método, desde el perfil cuantitativo, se ha proporcionado la información pormenorizada en función de cada sujeto sobre el número de comentarios que recibe y el número de respuestas (se distingue entre particulares y generales, si bien la cifra de estas últimas no resulta en absoluto representativa) que emite. Por su parte, Theodoropoulou (2015) también contrasta el número de felicitaciones recibidas frente al de respuestas. Los datos sobre frecuencia porcentual en la presente investigación se ofrecen discriminando en función del sexo de los informantes. En cuanto a las respuestas, se aporta información numérica de su frecuencia de uso, así como ejemplos prototípicos, de las seis tipologías que se han encontrado en el corpus: agradecimiento, agradecimiento más muestra de afecto, agradecimiento más acto de habla directivo, agradecimiento más buenos deseos, agradecimiento más cumplido y agradecimiento más acto de habla asertivo.

## **5. ANÁLISIS Y RESULTADOS**

Centrados en los actos de habla expresivos de las felicitaciones de cumpleaños, tanto en los comentarios de los “amigos” que publican en el muro de los informantes como de las respuestas (distinguiendo entre particulares y generales) ante tales felicitaciones que escriben los propios informantes, desde la perspectiva cuantitativa, se hallan los siguientes datos de uso –detallados en frecuencia absoluta– sobre el corpus aquí analizado extraído de perfiles privados de usuarios de la red social Facebook:

Tabla 1: Frecuencia absoluta de las felicitaciones y las respuestas en función de los usuarios

	INFORMANTES	FELICITACIONES	RESPUESTAS	
			PARTICULARES	GENERALES
Informantes masculinos	Usuario 1	12	–	1
	Usuario 2	15	17	–
	Usuario 3	210	210	–
	Usuario 4	123	1	–
	Usuario 5	51	–	1
Informantes femeninas	Usuaría 6	35	2	1
	Usuaría 7	77	–	–
	Usuaría 8	22	1	–
	Usuaría 9	209	192	–
	Usuaría 10	60	59	–
	Total	814	482	3

Si bien es cierto que cada usuario en concreto obtiene cifras bastante dispares, sí existe cierta homogeneidad tanto en el número de felicitaciones como en el de respuestas si tan solo se tiene en cuenta la variable sexo, esto es, no discriminando de manera individualizada. Los informantes masculinos aportan 411 comentarios y 230 respuestas, mientras que las femeninas participan con 403 comentarios y 255 respuestas; por tanto, en mujeres hay mayor índice de contestación que en los usuarios masculinos. Resulta necesario aclarar que el usuario 2 presenta 17 réplicas en 15 publicaciones, como consecuencia de que en dos ocasiones entabla una lacónica conversación.

Para analizar la frecuencia porcentual de las felicitaciones y de las respuestas ante tales actos de habla, se parte de la diferenciación de la variable de sexo, con el fin de concretar información tanto en números reales como en representatividad. En el siguiente cuadro quedan reflejados los datos correspondientes a informantes masculinos:

Como se observa en la tabla siguiente, dedicada únicamente a los informantes masculinos, el usuario 3 recibe 210 felicitaciones en frecuencia absoluta, lo que en porcentual representa el 51.09 %. En segundo lugar, se sitúa el usuario 4, con 123 comentarios que asumen el 29.92 %. Seguidamente, el usuario 5 obtiene 51 comentarios (12.4 %). Los otros dos informantes presentan cifras muy bajas: el usuario 2 en frecuencia absoluta 15 (3.64 %) y el usuario 1 en frecuencia absoluta 12 (2.91 %). Con respecto a las respuestas, el usuario 4 tan solo responde de manera particular a una felicitación y los usuarios 1 y 5 también contestan una vez, si bien sus respuestas son generales. Por su parte, el usuario 2 replica de manera particular a todos los comentarios, e incluso en dos ocasiones vuelve a agradecer la felicitación recibida. El informante 3 responde a cada una de las felicitaciones y no incluye un comentario de agradecimiento general.

Tabla 2: Frecuencia absoluta y frecuencia porcentual de las felicitaciones y las respuestas de los informantes masculinos

INFORMANTES	FELICITACIONES		RESPUESTAS			
			PARTICULARES		GENERALES	
	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA %	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA %	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA %
Usuario 1	12	2.91 %	–	–	1	50 %
Usuario 2	15	3.64 %	17	7.45 %	–	–
Usuario 3	210	51.09 %	210	92.1 %	–	–
Usuario 4	123	29.92 %	1	0.43 %	–	–
Usuario 5	51	12.4 %	–	–	1	50 %
Total	411	100 %	228	100 %	2	100 %

He aquí los datos sobre cifras absolutas y representación estadística en mujeres relacionados con las felicitaciones y las respuestas que ellas efectúan ante tales felicitaciones de cumpleaños en este corpus extraído de la red social Facebook:

Tabla 3: Frecuencia absoluta y frecuencia porcentual de las felicitaciones y las respuestas de las informantes femeninas

INFORMANTES	FELICITACIONES		RESPUESTAS			
			PARTICULARES		GENERALES	
	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA %	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA %	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA %
Usuaría 6	35	8.51 %	2	0.87 %	–	–
Usuaría 7	77	18.73 %	–	–	1	100 %
Usuaría 8	22	5.35 %	1	0.43 %	–	–
Usuaría 9	209	50.85 %	192	84.21 %	–	–
Usuaría 10	60	14.59 %	59	25.87 %	–	–
Total	403	100 %	254	100 %	1	100 %

En el caso de las informantes femeninas se aprecia que la usuaria 9 ostenta 209 comentarios de felicitaciones; es decir, el 50.85 %. El resto posee unas cifras bastante más bajas: 77 en frecuencia absoluta la usuaria 7 (18.73 %), 60 la usuaria 10 (14.59 %), 35 la usuaria 6 (8.51



%) y 22 la usuaria 8 (5.35 %). Centrados en las respuestas, en este corpus de muros cuyas usuarias son mujeres hay una sola contestación general. Con respecto a las respuestas particulares, la usuaria 7 no responde en ninguna ocasión. Además, la usuaria 6 tan solo contesta a 2 felicitaciones, habida cuenta de que ha tenido 35, la usuaria 8 replica únicamente en una ocasión aunque ha recibido 22 comentarios, la usuaria 9 contesta a 192 de las 209 felicitaciones publicadas en su muro y la usuaria 10 incorpora respuestas a 59 de las 60 felicitaciones.

En la siguiente tabla se incluye la frecuencia absoluta y la frecuencia porcentual de las distintas tipologías de respuestas que efectúan los informantes masculinos, así como un ejemplo prototípico de tales tipologías:

Tabla 4: Frecuencia absoluta, frecuencia porcentual y ejemplos de las tipologías de respuestas de los informantes masculinos

TIPOLOGÍA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA %	EJEMPLOS
Agradecimiento + muestra de afecto	124	53.91 %	<i>Muchas gracias!!! Un fuerte abrazo</i>
Agradecimiento	73	31.73 %	<i>Muchísimas gracias</i>
Agradecimiento + acto de habla directivo	23	10 %	<i>Gracias. Hacemos quedada pronto</i>
Agradecimiento + buenos deseos	6	2.6 %	<i>Muchas gracias! Espero que la vida te sonría</i>
Agradecimiento + cumplido	4	1.73 %	<i>Muchas gracias. Grandeee tú!!</i>
Total	230	100 %	

Tal como indica el cuadro precedente, los informantes masculinos en sus respuestas optan en mayor medida por utilizar el agradecimiento con una muestra de afecto (124 en frecuencia absoluta, 53.91 %), a continuación le sigue el agradecimiento (73 en frecuencia absoluta, 31.73 %), el agradecimiento más el acto de habla directivo (23 en frecuencia absoluta, 10 %), el agradecimiento más los buenos deseos (6 en frecuencia absoluta, 2.6 %) y el agradecimiento más cumplido (4 en frecuencia absoluta, 1.73 %).

Esta última tabla está dedicada a tipologías de las respuestas que incluyen las informantes femeninas, por lo que se muestran los datos de frecuencia absoluta, frecuencia porcentual y ejemplos:

Tabla 5: Frecuencia absoluta, frecuencia porcentual y ejemplos de las tipologías de respuestas de las informantes femeninas

TIPOLOGÍA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA %	EJEMPLOS
Agradecimiento	189	72.97 %	<i>Gracias</i>
Agradecimiento + muestra de afecto	19	7.33 %	<i>Thanks Ron! Lots of kisses!</i>
Agradecimiento + acto de habla directivo	18	6.94 %	<i>Gracias Antonio ¿eres ya papa ?</i>
Agradecimiento + cumplido	15	5.79 %	<i>Gracias Antonio, ya veo que te estas haciendo un gran profesional de la medicina</i>
Agradecimiento + acto de habla asertivo	11	4.24 %	<i>Muchas gracias!! Alguna copa cayó el sábado, pero me estoy haciendo mayor y las resacas son mortales!!</i>
Agradecimiento + buenos deseos	7	2.7 %	<i>Gracias, espero que todo te vaya bien</i>
Total	259	100 %	

Los datos sobre las tipologías de respuestas que incorporan las informantes femeninas se caracterizan por el hecho de que el agradecimiento prácticamente monopoliza este resultado (189 en frecuencia absoluta, 72.97 %). Las otras tipologías obtienen cifras mucho menos representativas: agradecimiento más muestra de afecto (19 en frecuencia absoluta, 7.33 %), agradecimiento más acto de habla directivo (18 en frecuencia absoluta, 6.94 %), agradecimiento más cumplido (15 en frecuencia absoluta, 5.79 %), agradecimiento más acto de habla asertivo (11 en frecuencia absoluta, 4.24 %) y agradecimiento más buenos deseos (7 en frecuencia absoluta, 2.7 %).

## 6. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Para este estudio se han utilizado 814 comentarios de felicitaciones de cumpleaños que los “amigos” de los informantes han escrito en sus muros, de los cuales 411 han sido publicados en muros masculinos y 403 en femeninos. El número de respuestas que han aportado los informantes es bastante más bajo: 230 en hombres y 255 en mujeres, lo que suman 485. Por ende, el 59.58 % de las felicitaciones examinadas reciben contestación. Este resultado contrasta ligeramente con el obtenido en Theodoropoulou (2015), pues el corpus griego de felicitaciones de cumpleaños obtuvo un 65 % de respuesta por la persona que cumplía años. Si se contrastan los datos de informantes masculinos con respecto a los femeninos, en el caso de los hombres desde el perfil cuantitativo existe una completa homogeneidad en la respuesta, en el sentido de que o no aportan ninguna respuesta particular (usuarios 1 y 5) o bien responden las felicitaciones de manera concreta (usuarios 2 y 3). La única excepción la exhibe el usuario 4, quien tan solo contesta a una felicitación en la que le inquiera por el estado de salud: “¿Cómo estás? Espero que mejor”. Esta

homogeneidad no se contempla en el corpus extraído de muros femeninos, puesto que –con la excepción de la usuaria 7 que responde de manera general–, el resto de informantes sí presenta disparidad entre el número de felicitaciones recibidas y el de respuestas dadas: la informante 6 contesta particularmente a 2 de los 35 comentarios recibidos, la informante 8 a uno de los 22 comentarios recibidos, la informante 9 a 192 de los 209 comentarios recibidos y la usuaria 10 a 59 de los 60 comentarios recibidos.

Con respecto a la frecuencia de las tipologías estudiadas en los informantes masculinos, la empleada con mayor asiduidad es agradecimiento más muestra de afecto, que alcanza el 53.91 %, seguida de agradecimiento, con un 31.73 %. En cambio, en las informantes femeninas existe un monopolio en la tipología de agradecimiento, pues logra el 72.97 %; además, el agradecimiento más muestra de afecto tan solo llega al 7.33 %. En ambos casos el agradecimiento más acto de habla directivo ocupa el tercer puesto de asiduidad: para los hombres representa el 10 % y para las mujeres el 6.94 %. Los buenos deseos en ambos casos poseen porcentajes muy parecidos: 2.6 % en informantes masculinos y 2.7 % en femeninos. Existe divergencia en el índice de uso de los cumplidos, puesto que en hombres tan solo supone un 1.73 % y en mujeres asciende al 5.79 %. El agradecimiento más acto de habla asertivo tan solo se encuentra en informantes femeninas, en un 4.24 %.

En cuanto al método investigador para analizar las respuestas ante un acto de habla, se ha revisado el esquema establecido en Ridaó (2009: 157) que explica las distintas opciones que se le presentan a un receptor cuando le formulan un acto de habla cortés. Dicha sistematización parte de los postulados de Culpeper, Bousfield y Wichmann (2003) sobre las posibles reacciones del alocutario ante un acto de habla descortés, y esta investigadora las extrapola al plano de la cortesía. Por tanto, Ridaó (2009: 157) establece las siguientes disyuntivas: (1) responder, (1.1) contraargumentar, (1.1.1) hablando del oyente, (1.1.2) hablando de sí mismo, (1.2) aceptar y (2) no responder. En Chen y Boonkongaen (2012) para analizar las respuestas a los cumplidos en contextos educativos y en Maíz-Arévalo (2013) al examinar las contestaciones a los cumplidos publicados en Facebook se utiliza otro modelo, el cual está adaptado de Holmes (1988 y 1993). Esta clasificación parte de tres macroniveles que se subdividen en microniveles: (1) aceptar, (1.1) apreciación validada, (1.2) expresión de acuerdo, (1.3) expresión de infravaloración, (1.4) devolución de cumplido, (2) rechazo, (2.1) expresión de desacuerdo, (2.2) pregunta de exactitud, (2.3) desafío de sinceridad, (3) evadir, (3.1) atribuir méritos, (3.2) comentario informativo, y (3.3) pregunta de confirmación. Sin embargo, la propia naturaleza del corpus aquí estudiado no hace posible aplicar tales taxonomías, por lo que se ha establecido un método de análisis diseñado específicamente para el presente trabajo. De hecho, resulta habitual que las publicaciones que se dedican al estudio de actos de habla adapten el método investigador en función del corpus concreto.

En futuras indagaciones, conviene tener en cuenta la multimodalidad con la que los usuarios se comunican en las redes sociales, de ahí que los estudios, además de centrarse únicamente en el discurso, analicen, por ejemplo, los emoticonos que aparecen con tanta frecuencia en estos contextos comunicativos (Sampietro, 2016). Otro aspecto tangente alude, precisamente, al uso del botón “me gusta” por parte de los informantes examinados en este artículo, hasta el punto de que en el proceso de confección del corpus se han encontrado bastantes usuarios que no han respondido a ningún comentario, ya sea general o

particular, sino que a todas las felicitaciones le ha puesto un “me gusta”. Desde que en 2009 apareció en Facebook el botón de “me gusta”, permite al usuario con mucha comodidad revelar sus gustos sobre la publicación que ha etiquetado con este comando (Parra, Gordo y D’Antonio, 2014: 197). En Vivas se asevera que este botón es un recurso no verbal que conforma “uno de los patrones de interacción más utilizados en esta red social, y que está suplantando cada vez más otras interacciones verbales” (2014: 168); aparte, llega a la conclusión de que el uso de “me gusta” está siempre asociado a estrategias de cortesía.

## Referencias bibliográficas

- Almansa, Ana, Óscar Fonseca y Antonio Castillo. 2013. Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española. *Comunicar* 40: 127-135. [http://rabida.uhu.es/bitstream/handle/10272/6453/Redes\\_sociales\\_y\\_jovenes.pdf?sequence=2](http://rabida.uhu.es/bitstream/handle/10272/6453/Redes_sociales_y_jovenes.pdf?sequence=2)
- Austin, John. 1962. *How to do things with words*. Cambridge: Harvard University Press.
- Bravo, Diana. 1999. ¿"Imagen positiva" vs. "imagen negativa"? Pragmática sociocultural y componentes de face. *Oralia* 2: 155-184.
- Bravo, Diana. 2017. Cortesía en español: negociación de *face* e identidad en discursos académicos. *Textos en Proceso* 3, 1: 49-127.
- Brown, Penelope y Stephen Levinson. 1978. Universals in language use: politeness phenomena. En Esther Goody (ed.), *Questions and politeness. Strategies in social interaction*, 56-289. Cambridge: Cambridge University Press.
- Campos Freire, Francisco. 2008. Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social* 63: 277-286. <http://www.redalyc.org/html/819/81912006023/>
- Carretero, Marta, Carmen Maíz-Arévalo y María Ángeles Martínez. 2014. “Hope this helps!” An analysis of expressive speech acts in online task-oriented interaction by university students. En Jesús Romero Trillo (ed.), *Yearbook of Corpus Linguistics and Pragmatics 2014*, 261-289. Londres: Springer International Publishing.
- Chen, Jun y Nathaya Boonkongaen. 2012. Compliment response strategies by Thai and Chinese EFL teachers: a contrastive study. *Theory and Practice in Language Studies* 2,9: 1860-1867.
- Culpeper, Jonathan, Derek Bousfield y Anne Wichmann. 2003. Impoliteness revisited: with special reference to dynamic and prosodic aspects. *Journal of Pragmatics* 35, 10-11: 1545-1579.
- Culpeper, Jonathan. 1996. Towards an anatomy of impoliteness. *Journal of Pragmatics* 25, 3: 349-367.
- Curcó, Carmen. 2014. Un comentario en torno a la noción de imagen. En María Eugenia Flores y José María Infante (eds.), *La (des)cortesía en el discurso*, 19-51. Monterrey/Estocolmo: UANL/EDICE.
- Fraser, Bruce y William Nolen. 1981. The association of deference with linguistic form. *International Journal of the Sociology of Language* 27: 93-109.

- Giammatteo, Mabel, Patricia Gubitosi y Alejandro Parini. 2017. La comunicación mediada por computadora. En Mabel Giammatteo, Patricia Gubitosi y Alejandro Parini (eds.), *El español en la red*, 11-26. Madrid/Frankfurt and Main: Iberoamericana/Vervuert.
- Goffman, Erving. 2009 [1959]. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Grice, Paul. 1975. Logic and conversation. En Peter Cole y Jerry Morgan (eds.), *Speech acts (syntax and semantics 3)*, 41-48. Nueva York: Academic Press.
- Haverkate, Henk. 1994. *La cortesía verbal: estudio pragmalingüístico*. Madrid: Gredos.
- Hernández Toribio, María Isabel y Laura Mariottini. 2018. Actos de habla y atenuación 2.0: TripAdvisor. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 73: 15-32.
- Holmes, Janet. 1988. Paying compliments: a sex preferential positive politeness strategy. *Journal of Pragmatics* 12, 3: 445-465.
- Holmes, Janet. 1993. New Zealand women are good to talk to: an analysis of politeness strategies in interaction. *Journal of Pragmatics* 20, 2: 91-116.
- Kaul, Silvia. 2005. Descortesía intragrupal- crónica en la interacción coloquial de clase media baja del español rioplatense. En Jorge Murillo (ed.), *Actas del II Coloquio Internacional del Programa EDICE. Actos de habla y cortesía en distintas variedades del español: perspectivas teóricas y metodológicas*, 165-179. Estocolmo: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Estocolmo.
- Kientpointner, Manfred. 1997. Varieties of rudeness: types and functions of impolite utterances. *Functions of Language* 4, 2: 251-287.
- Lakoff, Robin. 1973. The logic of politeness: or, minding your p's and q's. *Papers from the Regional Meeting, Chicago Linguistic Society IX*, 292-305.
- Leech, Geoffrey. 1983. *Principles of Pragmatics*. Londres: Longman.
- Maíz-Arévalo, Carmen y Antonio García-Gómez. 2013. "You look terrific!" Social evaluation and relationships in online compliments. *Discourse Studies* 15: 735-760.
- Maíz-Arévalo, Carmen. 2013. "Just click 'Like'": computer-mediated responses to Spanish compliments. *Journal of Pragmatics* 51: 47-67.
- Maíz-Arévalo, Carmen. 2018. «Solo un poquito». El uso y funciones del diminutivo en español peninsular en dos grupos de Facebook. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 73: 33-52.
- Mancera, Ana y Ana Pano. 2013. *El discurso político en Twitter. Análisis de mensajes que "trinan"*. Madrid: Anthropos.
- Mancera, Ana. 2014. Cortesía en 140 caracteres: interacciones en Twitter entre periodistas y prosumidores. *Revista de Filología de la Universidad de la Laguna* 32: 163-181.
- Menna, Laura. 2011. *Un acercamiento sociopragmático al uso de la lengua en Twitter*. Tesis de Máster. Universidad de Barcelona.

- Noblía, Valentina. 2018. La interacción laboral en redes sociales móviles. El uso de los modos como estrategia de atenuación. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 73: 77-102.
- Norricks, Neal. 1978. Expressive illocutionary acts. *Journal of Pragmatics* 2, 3: 277-291.
- Page, Ruth. 2014. Saying 'sorry': corporate apologies posted on Twitter. *Journal of Pragmatics* 62: 30-45.
- Pantoja Chaves, Antonio. 2011. Los nuevos medios de comunicación social: las redes sociales. *Tejuelo* 12: 218-226.
- Parra, Pilar, Ángel Gordo y Sergio D'Antonio. 2014. La investigación social aplicada en redes sociales. Una innovación metodológica para el análisis de los «Me gusta» en Facebook. *Revista Latina de Comunicación Social* 69: 195-212.
- Placencia, María Elena y Catalina Fuentes Rodríguez. 2014. Introducción. Discurso e identidad en el ciberespacio hispano. *Discurso & Sociedad* 8.3. 390-397. <http://www.dissoc.org/ediciones/v08n03/DS8%283%29Intro.pdf>
- Puga, Juana. 2001. Una presentación del software multimedial actos de habla. *Revista de Lingüística Teórica y Aplicada* 39: 139-153.
- Ridao, Susana. 2009. *Las estrategias de (des)cortesía en las mediaciones laborales*. Murcia: Editum.
- Sampietro, Agnese. 2016. *Emoticonos y emojis: Análisis de su historia, difusión y uso en la comunicación digital actual*. Tesis doctoral. Universidad de Valencia.
- Searle, John. 1976. A classification of illocutionary acts. *Language in Society* 5, 1: 1-23. [https://sites.duke.edu/conversions/files/2014/09/Searle\\_Illocutionary-Acts.pdf](https://sites.duke.edu/conversions/files/2014/09/Searle_Illocutionary-Acts.pdf)
- Searle, John. 1969. *Speech acts: an essay on the philosophy of language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sperber, Deirdre y Dan Wilson. 1986. *Relevance: communication and cognition*. Oxford: Blackwell.
- Theodoropoulou, Irene. 2015. Politeness on Facebook: the case of Greek birthday wishes. *Pragmatics* 25, 1: 23-45.
- Vela Delfa, Cristina y Lucía Cantamutto. 2015. Problemas de recogida y fijación de muestras del discurso digital. *CHIMERA. Romance Corpora and Linguistic Studies* 2: 131-155.
- Vivas, Julia. 2014. La cortesía valorizadora en las redes sociales. Análisis de un corpus de publicaciones en Facebook. *Pragmalingüística* 22: 154-172. <https://revistas.uca.es/index.php/pragma/article/view/1988/1905>
- Vivas, Julia. 2016. *Imagen y (des)cortesía en las redes sociales en español. Un enfoque pragmático*. Tesis doctoral. Universidad de Almería.