



Estrategias de atenuación impersonales en artículos académicos españoles y alemanes

Impersonal mitigation strategies in Spanish and German academic papers

Josefa Contreras Fernández¹ ·  <https://orcid.org/0000-0001-8944-5441>

Universitat Politècnica de Valencia · Departamento de Lingüística Aplicada

Camino de Vera, s/n · 46022 · Valencia

RESUMEN

Este estudio analiza la impersonalización como estrategia de atenuación en artículos españoles y alemanes a través de la comparación de las diferentes construcciones que la expresan en ambas lenguas. Con este fin se realiza un estudio empírico contrastivo de veinte artículos académicos sobre la cortesía, diez en español y otros diez en alemán. Se examinan los recursos lingüísticos empleados en cada comunidad de habla con el objetivo de identificar qué estrategias de atenuación impersonales aparecen en cada una de las dos lenguas implicadas en este estudio y contrastar su incidencia en los artículos de nuestro corpus. Los resultados de este análisis corroboran nuestra hipótesis de partida de que la estrategia de atenuación impersonal más frecuente en la lengua española es la que se realiza a través de marcas personales, mientras que en la lengua alemana se prefiere utilizar formas sin agente.

Palabras clave: estrategias de atenuación, impersonalidad, artículos académicos, estudio contrastivo.

ABSTRACT

This research analyses impersonalization as a mitigation strategy in Spanish and German papers by comparison of the different constructions used in each languages. We have carried out an empirical contrastive study of twenty academic papers about politeness, ten in Spanish and ten in German. The linguistic resources used in each speech community are examined in order to identify which impersonal mitigation strategies appear in each of the analyzed languages and to contrast the frequency in the papers of our corpus. The research results corroborate our hypothesis that the most frequent impersonal mitigation strategy in Spanish is the one used with personal marks, whereas in German the preferred strategies are forms without an agent.

Keywords: mitigation mechanisms, impersonality, academic papers, contrastive study.

1. Introducción

El discurso académico se caracteriza por ser objetivo y por la baja frecuencia de marcas personales a favor de formas desagentivadas, si bien esta concepción tradicional de objetividad e impersonalidad también ha sido discutida por autores como Hyland (1994), Bolívar (2004) y García Negroni (2008). Esto es debido a la percepción de la imagen en cada comunidad de habla y, por tanto, la forma de atenuar los actos de habla depende de las convenciones existentes en cada cultura para el discurso académico.

Luukka y Markkanen (1997) afirman que la impersonalización en los textos académicos se utiliza para proteger la propia imagen y, además, “impersonalization is a way of making one’s message more acceptable to the audience

¹ Corresponding author · Email: jcontre@idm.upv.es



and thus to increase its chances of ratification, which is the prime motivation” (Hübler 1983 apud Luukka & Markkannen: 1997: 169).

Para Villalba (2012), la impersonalización es un fenómeno que se codifica por la ausencia o desfocalización del agente, a nivel sintáctico, semántico o pragmático. La despersonalización es, para dicha autora, un “fenómeno escalar” en el que se pueden distinguir tres categorías (Villalba, 2012: 130), a saber, formas sin agente, formas con agente y marcas personales. Basándonos en este modelo, partimos de la hipótesis de que la impersonalización, en lo referente al discurso académico, está vinculada a las convenciones vigentes en cada cultura y a las características sintácticas de cada lengua, por lo que en los artículos españoles habrá una mayor predisposición a utilizar estrategias impersonales a través de marcas personales, mientras que los autores alemanes harán uso de mecanismos lingüísticos de formas sin agente. Con el fin de poder corroborar esta hipótesis, el objetivo fundamental de este trabajo es observar y contrastar los mecanismos lingüísticos empleados en artículos escritos en la lengua alemana y en la española. Para ello se hará un breve repaso de la literatura en lo referente a la atenuación y a la impersonalidad. A continuación, se explicará cómo se llevó a cabo el presente estudio y se presentarán los resultados obtenidos, tanto los resultados cualitativos como los cuantitativos. Se concluirá con una breve discusión y unas conclusiones.

2. Marco teórico

2.1. Atenuación

La atenuación es una categoría pragmática que incide en el discurso de dos maneras: bien minimizando la fuerza ilocutiva de los actos de habla (Lakoff, 1972; Fraser, 1980, Hyland, 1994; Caffi, 1999, Albelda, 2008; Contreras, 2012) bien desfocalizando el papel de los participantes en la enunciación (Caffi, 2007; Albelda *et al.* 2014). Albelda (2016: 30) define la atenuación como sigue:

La atenuación es una estrategia pragmática (comunicativa) originada por necesidades de imagen y dirigida a mitigar y minimizar la intensidad de lo que se expresa reduciendo la fuerza ilocutiva del acto de habla, y en ocasiones, a través de mecanismos de lenguaje vago por los que se difumina o minimiza el contenido proposicional. La atenuación es, al mismo tiempo, una actividad argumentativa que permite a los hablantes formular un menor compromiso hacia lo dicho y así lograr más eficazmente las metas conversacionales de los participantes en el discurso.

En el caso del discurso académico, se utiliza este recurso lingüístico de la atenuación, sobre todo, para establecer un menor compromiso hacia lo dicho y lograr el objetivo del autor, que es aumentar la credibilidad de la argumentación.

La atenuación se ha tratado habitualmente como un fenómeno pragmático relacionado con la cortesía (Brown & Levinson, 1978; 1987; Bravo, 1993; Meyer, 1997; Briz, 2007; Albelda, 2008; Contreras & Zhao, 2017), pero en lo referente a la impersonalización como estrategia de atenuación es importante enfatizar que no consideramos este mecanismo una expresión lingüística de la cortesía, sino una estrategia para salvaguardar la propia imagen (Contreras 2018), como se verá en los resultados de este estudio. Partimos de la idea de que la imagen siempre está implicada, pero de tres maneras distintas, denominadas función 1, 2 y 3 respectivamente. Nos hemos basado en la propuesta de Albelda *et al.* (2014) para determinar la función del atenuante y los mecanismos lingüísticos. En lo referente a la función 1 se puede decir que esta se relaciona con el hecho de salvaguardar al yo o “velar por sí mismo autoprotegiéndose por lo dicho o por lo hecho, con un interés de ganar o no perder la imagen.”

(Albelda *et al.*, 2014: 18). Dentro de esta función 1, se incluyen otras más específicas como “evitar responsabilidades de lo dicho en tanto que afecta o puede afectar a la imagen propia; evitar o minorar responsabilidades que puedan dañar o suponer una amenaza a uno/a mismo/a; autoprotgerse generalizando o expresando lo dicho como una evidencia.” (Albelda *et al.*, 2014: 26) Las funciones 2 y 3 sí se pueden relacionar con la cortesía, ya que la función 2 es la referente a prevenir un posible daño hacia otra(s) persona(s) cuando la imagen del otro se ve amenazada, y la función 3 tiene lugar cuando ya se ha producido el daño, por lo que la función específica sería repararlo.

Las estrategias de atenuación son recursos verbales que se utilizan para atenuar lo dicho o el decir. Estos mecanismos lingüísticos pueden ser morfológicos, como los diminutivos, o léxicos, como cuantificadores, partículas, locuciones o estructuras más complejas, y pueden afectar al contenido proposicional del enunciado o pueden ser extraproposicionales y afectar a la enunciación. En este trabajo nos centraremos en la estrategia de atenuación mediante el recurso de la impersonalización, a través de la cual se diluye la responsabilidad en tanto que oculta la fuente de la enunciación.

2.2. Impersonalización

Muchas investigaciones sobre el discurso académico enfatizan el uso de los mitigadores o hedges bien para mitigar lo dicho (Luukka y Markkanen, 1997, Meyer, 1997, García Negroni, 2008; Alonso Almeida & Carrió Pastor, 2015) o bien para aumentar la credibilidad:

Scientific ‘truth’ is as much a social as an intellectual category and the need to convince one’s fellow scientists of the facticity of experimental results explains the widespread use of hedges in science and academic discourse. [...] The use of hedges to temper the significance of statements and acknowledge the place of the work in the research literature therefore strengthens the effectiveness and credibility of argumentation. (Hyland, 1994: 241)

Caffi (2007) habla de tres tipos de atenuantes, a saber, *hedges*, *bushes* y *shields*. Estos últimos reducen el compromiso de los hablantes con lo dicho desfocalizando al yo-enunciador. Los *shields* o estrategias de atenuación impersonales son uno de los recursos más utilizados en este género de artículos académicos. Villalba (2012) considera la impersonalización un fenómeno que se codifica por la ausencia o desfocalización del agente, tanto a nivel sintáctico, semántico o pragmático. Para esta autora, la despersonalización es un ‘fenómeno escalar’ (2012) en el que se pueden distinguir tres categorías, a saber, formas con marcas personales, formas con agente y formas sin agente. En Contreras (2018) se muestra que estas tres categorías son pertinentes para estudios contrastivos de la atenuación impersonal, ya que permiten explicar las diferentes gradaciones en la desfocalización del hablante.

3. Marco metodológico

Para el presente estudio empírico se han elegido tres revistas sobre cortesía con la finalidad de que los datos analizados fueran lo más similares posibles. Los ejemplos extraídos del corpus alemán pertenecen a la revista *Sprachliche Höflichkeit. Historische, aktuelle und künftige Perspektiven* y los del corpus español corresponden a la revista *Oralia* y a la revista *Cultura, Lenguaje y Representación*. La cortesía. El criterio principal para la elección de los artículos académicos fue que estuvieran escritos por hablantes nativos. Asimismo, se descartaron autorías colectivas por lo que todos los artículos analizados corresponden a un solo autor, por ello, fue necesario elegir para el corpus español dos revistas, puesto que no se hallaban en una sola revista los artículos con los

requisitos establecidos. Se seleccionaron un total de veinte artículos, diez españoles y diez alemanes, considerando que hubiera también un equilibrio entre autores masculinos y femeninos.

En cuanto a los parámetros del análisis, hemos tenido en cuenta dos variables: la función de la estrategia de atenuación y el ‘fenómeno escalar’. En referencia a la primera variable, es importante identificar el contexto concreto para poder comprobar si una forma impersonal funciona como atenuación, ya que sin este no se puede confirmar que la impersonalización tenga un valor atenuado. Según Albelda *et al.* la atenuación ha de estar contextualizada. Estos autores hacen referencia a un “contexto general” y a un “contexto interactivo concreto” (Albelda *et al.*, 2014: 13). El “contexto general” hace alusión, por una parte, a la situación, que en este estudio serían los artículos académicos y, por otra parte, a los rasgos de los hablantes, en este caso, un investigador nativo que escribe un artículo para una revista. El “contexto interactivo concreto” hace referencia, sobre todo, al segmento atenuado y al efecto que se pretende conseguir. Como se ejemplifica en el ejemplo (1):

- (1) El primero no presenta el lead del periodismo escrito y el segundo es el cuerpo de la noticia, donde se hace un desarrollo cronológico, narrativo y descriptivo del evento. (LMM, 218)²

se puede observar que, si bien se trata de una construcción impersonal, no se puede considerar una estrategia de atenuación impersonal. El autor está describiendo cómo se compone el formato de una noticia, por tanto, no se aprecia la función de salvaguardar la imagen y la función es una variable dependiente que permite decidir si se ha pretendido encubrir al yo de la enunciación y, por consiguiente, si la táctica lingüística funciona como atenuante en el enunciado analizado. Por ello, se optó por un recuento manual, es decir, no se realizó una búsqueda informática.

Una vez obtenidos los datos, se clasificaron los resultados según el ‘fenómeno escalar’ en formas con marcas personales, formas con agente y en formas sin agente de cada lengua en cuestión, y posteriormente se cuantificaron y contrastaron los resultados.

4. Resultados

A continuación, se ejemplificarán los resultados obtenidos de nuestro corpus del discurso académico. Para ello, nos basaremos en el ‘fenómeno escalar’ de Villalba (2012), es decir, en las formas sin agente, las formas con agente y en las formas con marcas personales. Villalba considera estas últimas las más fuertes dentro de dicho ‘fenómeno escalar’, ya que tienen un carácter deíctico y el esfuerzo inferencial para encontrar al agente es mínimo, mientras que las formas sin agente no presentan elementos que puedan identificarlo. En la siguiente sección se ejemplifican dichas formas a través de los recursos lingüísticos de atenuación utilizados por los autores de las revistas analizadas.

4.1. Resultados cualitativos del corpus español

En nuestro corpus español de artículos académicos hemos contabilizado seis estrategias de atenuación impersonal. Ejemplificaremos estas estrategias, comenzando por las formas con marcas personales, seguidas de las formas con agente y finalizaremos con las formas sin agente.

² Las iniciales del nombre del autor y la página en la que aparece la cita

El corpus español de artículos académicos presenta numerosos ejemplos de formas con marcas personales a través de la primera persona del plural, también denominado ‘plural de modestia’ como estrategia de atenuación impersonal. Las formas con marcas personales son las más marcadas y, por tanto, las más fuertes dentro del ‘fenómeno escalar’. La forma ‘(nosotros) podemos’, si bien es deíctica y, en ese sentido, personal, puede funcionar como un recurso de atenuación impersonal para encubrir al yo de la enunciación, como se observa en el ejemplo (2). Se trata aquí de un plural de modestia, ya que, como se apuntó en el apartado sobre la metodología, se descartaron los artículos de coautorías para esta investigación y, por lo tanto, no puede tratarse de dos agentes.

- (2) **Podemos** afirmar que en el 100% de los casos con proposición se explicita el pronombre personal sujeto (MAI, 15)

Las formas con agente “presentan un sujeto de forma explícita o tácita que, además, desempeñan la función de agente” (Villalba 2012: 126). Dentro de esta forma se han contabilizado ejemplos de estructuras polifónicas, donde el escritor introduce a un enunciador. A través de estas formas con agente se aumenta el grado de desfocalización, como se observa en el siguiente ejemplo:

- (3) **El análisis cualitativo** de noventa casos **se hará** mediante una herramienta de análisis y representación prosódica diseñada **por el autor**. (LLMM, 210)

Los siguientes ejemplos pertenecen a las formas sin agente y estarían al final del continuum de la escala. Dentro de estas formas se han agrupado las estrategias de atenuación impersonales que no presentan elementos que identifiquen al agente. En este trabajo, en el corpus español, hemos hallado lo siguiente: voz pasiva, construcciones con ‘se’, construcciones impersonales y metonimia.

En el caso de la voz pasiva el sujeto no ejecuta la acción, sino que la recibe. Quien ejecuta la acción es el complemento agente, que en muchas ocasiones se omite, como en el siguiente ejemplo:

- (4) Los resultados de todas las unidades entonativas **han sido interpretados** de forma cualitativa y **han servido** para definir las categorías prosódicas. (LLMM, 230)

Al utilizar la voz pasiva se suprime el agente y, de esta manera, se reduce la responsabilidad del yo-enunciador a la vez que se salvaguarda la imagen.

En lo referente a la categoría de formas sin agente se han contabilizado ejemplos de estrategias de atenuación impersonales a través de construcciones con ‘se’. Dentro de estas, se han incluido la pasiva refleja o pasiva con ‘se’ y la impersonal refleja o impersonal con ‘se’:

- (5) Por tanto, **se podría concluir** que existe una fuerte tendencia a marcar la posesión mediante la construcción con preposición. (MAI, 18).

A través de la utilización de esta estrategia de atenuación se desfocaliza al agente y, de esta forma, se impersonaliza, quedando la opinión personal difuminada, como se observa en el ejemplo (5).

Dentro de lo que hemos denominado construcciones impersonales, hemos incluido: verbos impersonales, perífrasis verbales o construcciones deónticas de obligación:

- (6) **Se trata** de reunir discursos de distintos tipos (AMC 82).

Según Villalba “el caso prototípico de impersonalidad es la impersonalidad sintáctica, es decir, aquellos casos donde el verbo no presenta argumento de sujeto” (Villalba, 2016: 255), como se observa en (6) y (7):

- (7) No obstante, **es necesario insistir** en que cualquier clasificación de los actos de habla y su grado de cortesía debe tener en cuenta las variaciones de tipo cultural y contextual. (CGR, 57)

La estrategia de atenuación a través de una construcción deóntica de obligación (7) salvaguarda la imagen del autor, pues si no hay agente no hay responsabilidad sobre lo dicho.

La metonimia es una estrategia de impersonalización que refuerza la pretensión de neutralidad, como se puede observar en el siguiente ejemplo:

- (8) **Este trabajo** se centra en el estudio gramatical de los textos orales que constituyen los materiales de los tomos I y II (MAI, 7)

En (8) se utiliza la metonimia con el fin de desfocalizar al yo de la enunciación y expresar lo dicho como evidencia.

En este subapartado se han ejemplificado las estrategias de atenuación impersonales utilizadas en el corpus español de artículos académicos y en 4.2 se mostrarán los resultados de los mecanismos de atenuación obtenidos en el corpus alemán.

4.2. Resultados cualitativos del corpus alemán

En el corpus alemán se han contabilizado siete diferentes mecanismos de atenuación impersonal. Al igual que en el corpus español, una vez analizadas las estrategias empleadas, se clasificaron los resultados según el ‘fenómeno escalar’ en formas con marcas personales y en formas sin agente, sin embargo, en el corpus alemán, no se contabilizaron ejemplos de formas con agente.

Dentro de las formas con marcas personales hemos encontrado ejemplos de la primera persona del plural, tanto concreto como genérico. Estas últimas hacen alusión a un grupo más amplio de personas.

Al igual que en el corpus español, la primera persona del plural concreto hace referencia al plural de modestia para cubrir al yo de la enunciación, como se observa en el ejemplo (9):

- (9) Dies ist aber eine kontrafaktische Annahme, die nicht der vielseitigen Realität des Höflichkeitsmanagements in kommunikativen Zusammenhängen und damit auch nicht **unsere**n Erfahrungen entspricht. (DC, 27) (Pero esto es una suposición que contradice a los hechos, los cuales no corresponden a la amplia realidad del *management* de la cortesía en contextos comunicativos y con ello tampoco corresponde a **nuestras** experiencias)³

En el ejemplo (10) se ejemplifica una estrategia de atenuación impersonal a través de la primera persona del plural genérico, que hace alusión, en este caso, a la comunidad científica. A través de esta estrategia de atenuación se generaliza para despersonalizar con el fin de autoprotegerse.

- (10) Wir sollten uns davor hüten, wie in vielen Untersuchungen, den Untersuchungsbereich noch weiter auszudehnen. (HJH, 90) (**Deberíamos** tener cuidado de no ampliar aún más el campo de investigación, como se hace en muchas investigaciones)

3 La traducción de los ejemplos alemanes la ha hecho la autora de este artículo.

En (10) se protege, además de la propia imagen, la imagen del lector, puesto que es una afirmación con la que otros investigadores podrían no estar de acuerdo.

A continuación, se ejemplificarán las estrategias de atenuación que se han agrupado dentro de la categoría de formas sin agente, al no presentar estas formas elementos que identifiquen a un agente.

En el corpus alemán se han encontrado ejemplos de la voz pasiva, ‘pasivas paralelas’, como se han denominado en este trabajo basándonos en las “Parallelformen” de Engel (1991: 453), construcciones con *man*, otras construcciones impersonales y la metonimia.

La voz pasiva es una de las tácticas más utilizadas en nuestro corpus. Al no presentar un sujeto agente, se evita la responsabilidad de lo dicho distanciándose de ello, como se puede observar en (11):

- (11) Grundsätzlich **muss vorausgeschickt werden**, dass interkulturelle Höflichkeitskompetenz wissenschaftlich schwierig zu erfassen ist. (US, 350) (Fundamentalmente hay que mencionar que es difícil concebir científicamente la competencia intercultural de la cortesía)

Las ‘pasivas paralelas’ o “Passiv-Paraphrasen” (Helbig & Buscha 1991: 183) son formulaciones en voz activa que poseen significado pasivo y cuyo sujeto no suele ser el agente, sino un sujeto sintáctico. Estas formas, que tienen un carácter modal, se utilizan con frecuencia en los artículos académicos en lugar de la correspondiente expresión en voz pasiva. En (12) se ejemplifica una de las ‘pasivas paralelas’ formada por *lassen* (dejar) + *sich* (pronombre reflexivo) + infinitivo:

- (12) Der kommunikationstheoretische Stellenwert von Höflichkeit **lässt sich** auf dieser Grundlage vorerst so **skizzieren**: (CEB, 164) (Tomando esto como base, **se puede esbozar** el valor comunicativo teórico de la cortesía, por ahora, de la siguiente manera)

Se aprecia en (12) que, a través de esta estrategia de atenuación impersonal, la opinión queda difuminada, a la vez que se aumenta la opinión personal y se logra más eficazmente el objetivo que, en el discurso académico, es aumentar la credibilidad de la argumentación.

El pronombre indefinido *man* es la estrategia de atenuación impersonal más utilizada en nuestro corpus alemán de artículos académicos. Según Helbig y Buscha el pronombre *man* se usa para expresar la impersonalización con diferentes significados (Helbig & Buscha, 1991: 260):

Das generelle *man* dient dazu, eine Aussage den Charakter der Allgemeingültigkeit zu vergleichen. [...] Der Satz steht gewöhnlich im generellen Präsens und enthält keine lexikalischen Hinweise auf ein Agens, das im Extremfall die ganze Klasse „Mensch“ sein kann. (2) Das anonyme *man* wird gebraucht, wenn das Agens irrelevant oder nicht identifizierbar ist.

El pronombre *man* se emplea cuando el agente es irrelevante o no identificable y le confiere a lo dicho una validez universal o general, como se observa en el siguiente ejemplo:

- (13) Eine Formulierung, die **man** als zweifachadressiert betrachten kann. (HHL 49) (Una expresión que se puede considerar de dos maneras)

A través de la generalización, se desfocaliza al yo de la enunciación, se salvaguarda la propia imagen, a la vez que se aumenta la credibilidad de lo dicho.

Otras de las formas sin agentes muy utilizadas en nuestro corpus alemán son las estrategias de atenuación mediante construcciones impersonales con *es*. La forma alemana *es* aparece en muchas construcciones que no

llevan sujeto. En estos casos *es* actúa como un sujeto funcional y ‘no verdadero’ “kein echtes Subjekt” (Zifonum, Stickel, Eroms, 1997: 1082); pues solamente ocupa el lugar de sujeto que es necesario en la sintaxis alemana. En el siguiente ejemplo, al utilizar el autor este atenuante impersonal, salvaguarda su propia imagen, ya que los lectores pueden no estar de acuerdo con él, teniendo en cuenta que casi todos los artículos de la revista analizada tratan el tema de la cortesía y el cuidado a la imagen:

- (14) **Es fragt sich** sogleich, wozu Imagepflege ihrerseits dient. (AMC 82) (Hay que preguntarse, al mismo tiempo, para qué sirve el cuidado de la imagen)

Al igual que en el corpus español, también en el corpus alemán, hemos contabilizado estrategias de atenuación impersonales a través de la metonimia con el fin de desfocalizar al yo-enunciador como se observa en (15):

- (15) Vor diesem Hintergrund, **möchte dieser Beitrag**, anhand der Analyse verschiedener Teilbände feststellen, ob dieses Lehrwerk dazu beitragen kann, Höflichkeitskompetenz in der Fremdsprache Deutsch aufzubauen. (US, 350) (En este contexto, **esta contribución quiere** comprobar, a través del análisis de diversos manuales, si este libro, puede contribuir a desarrollar la competencia de la cortesía en el idioma extranjero alemán)

Las estrategias de atenuación impersonales más utilizadas en el corpus alemán, como se verá a continuación, han sido las correspondientes a las formas sin agente, es decir, a las que no presentan elementos que lo identifiquen.

4.3. Resultados cuantitativos

A continuación, se presentan los resultados del análisis cuantitativo de este estudio, comenzando con las estrategias de atenuación impersonales utilizadas por los autores españoles. Como se puede observar en el gráfico 1, la estrategia más empleada en el corpus de artículos académicos ha sido el uso de la primera persona del plural o ‘plural de modestia’ (159 ocurrencias), seguidas de las estrategias a través de las construcciones con ‘se’ (91 ocurrencias). De las construcciones impersonales hemos contabilizado solamente 12 ocurrencias y 11 de la metonimia. Las estrategias menos utilizadas en el corpus español han sido la voz pasiva (4 ocurrencias) y la tercera persona del singular (3 ocurrencias).

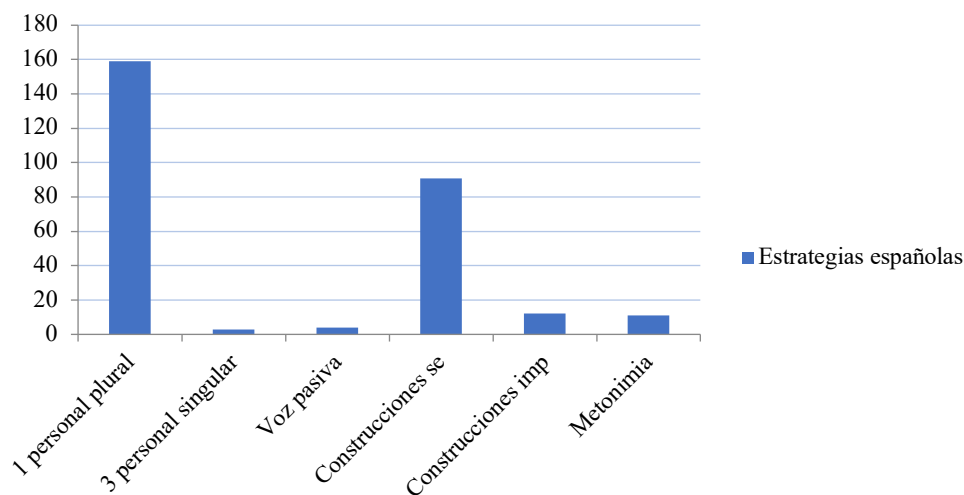


Gráfico 1. Estrategias españolas.

En nuestro corpus de artículos académicos alemanes se observa, en el gráfico 2, un predominio por la estrategia de atenuación impersonal a través del pronombre impersonal *man* (55). Si bien las construcciones con este pronombre son construcciones impersonales, debido a alta frecuencia de aparición en nuestro corpus, las hemos contado por separado, es decir que para la contabilización las hemos sacado del grupo de las impersonales. Hemos contabilizado 39 ocurrencias de estrategias de atenuación a través de la voz pasiva, 35 de ‘pasivas paralelas’ y 37 ocurrencias de construcciones impersonales, es decir, hay una preferencia por utilizar formas sin agente. Estas formas, como anteriormente hemos mencionado, son las que no presentan elementos que identifiquen al agente.

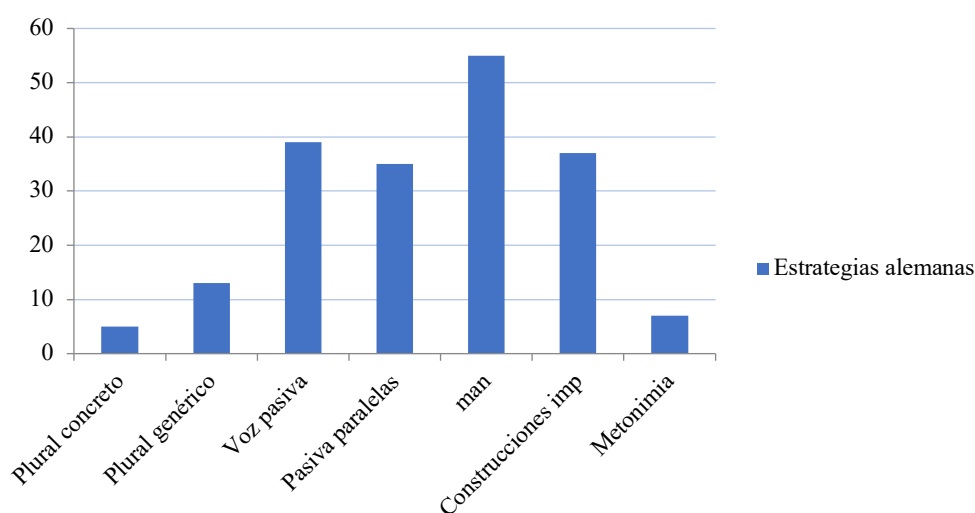


Gráfico 2. Estrategias alemanas.

Las estrategias menos utilizadas en el corpus alemán han sido la metonimia (7 ocurrencias), la primera persona del plural concreto (5 ocurrencias) y del plural genérico (13 ocurrencias). Esta última estrategia hace alusión a un grupo más amplio de personas y, en este corpus de artículos académico, a toda la comunidad científica.

Si se comparan las estrategias de atenuación impersonales utilizadas en ambos corpus (gráfico 3), se aprecia una diferencia importante. Los autores españoles de nuestro corpus han preferido utilizar, sobre todo, la estrategia de atenuación a través de formas con marcas personales, en concreto, la primera persona del plural para desfocalizar al yo-enunciador, mientras que los autores alemanes del corpus analizado han empleado el pronombre *man*, así como la voz pasiva y las pasivas paralelas con el fin de ocultar la fuente de la enunciación.

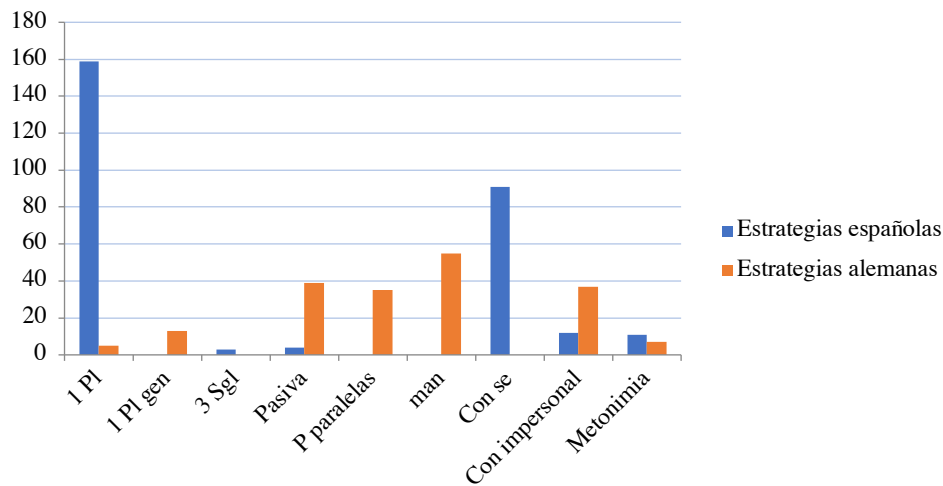


Gráfico 3. Diferencias en el uso de las estrategias de atenuación.

5. Conclusiones

En esta investigación, llevada a cabo en veinte artículos académicos españoles y alemanes, se ha analizado la impersonalización como estrategia de atenuación. El objetivo ha sido observar y contrastar el uso de dicha estrategia en artículos escritos por nativos de ambas lenguas sobre el tema de la cortesía lingüística con el fin de corroborar nuestra hipótesis de partida de que la impersonalización, en lo referente al discurso académico, está vinculada a las convenciones existentes en cada cultura para el discurso académico y a las características sintácticas de cada lengua, por lo que en los artículos españoles habrá un predominio por utilizar estrategias impersonales a través de marcas personales, mientras que los autores alemanes harán uso de mecanismos lingüísticos de formas sin agente. Esta diferenciación en el uso de las formas desagentivadas explicaría las diferentes posturas sobre la caracterización del discurso académico.

Los resultados obtenidos han mostrado que la estrategia de atenuación impersonal se emplea con el fin de difuminar la opinión personal y, así, lograr más eficazmente el objetivo que, en el discurso académico, es aumentar la credibilidad de la argumentación. En lo referente a las tácticas lingüísticas utilizadas, el análisis revela que en el corpus español se han usado formas con marcas personales, sobre todo, la primera persona del plural y, por tanto, con carácter deíctico. En el corpus alemán, en cambio, la táctica lingüística más empleada ha sido el pronombre impersonal *man*, que, si bien es un pronombre, no tiene carácter deíctico. Este pronombre se emplea cuando el agente es irrelevante o no identificable, confiriéndole a lo dicho una validez general y universal. Junto con el pronombre impersonal *man*, los autores alemanes han hecho uso de construcciones pasivas y construcciones impersonales, que serían las equivalentes a las construcciones con ‘se’ españolas, puesto que dicha construcción no existe en la lengua alemana y, por consiguiente, el empleo de estas estrategias está relacionado con las características sintácticas de cada lengua. Sin embargo, el uso elevado en el corpus español de estrategias de atenuación impersonales mediante formas con marcas personales (159 ocurrencias), en comparación con lo analizado en el corpus alemán para las mismas formas (18 ocurrencias), estaría vinculado a las convenciones vigentes en cada cultura para este género discursivo.

Declaration of conflicting interests

The author(s) declared no potential conflicts of interest with respect to the research, authorship, and/or publication of this article.

Funding

Esta investigación ha sido posible gracias a la ayuda recibida por el Ministerio de Ciencia e Innovación para el proyecto ESPRINT, “Estrategias pragmático-retóricas en la interacción conversacional conflictiva entre íntimos y conocidos: intensificación, atenuación y gestión interaccional” (ref. PID2020-114805GB-100).

Sobre la autora

Josefa Contreras Fernández es doctora en Filología Alemana y profesora en el Departamento de Lingüística Aplicada de la Universitat Politècnica de València. Participa activamente en el Máster de Lengua y Tecnología de dicho departamento.

Su investigación se centra en el estudio del discurso oral y en la atenuación como mecanismo lingüístico. Asimismo, ha publicado diferentes trabajos sobre la cortesía y la atenuación en conversaciones formales e informales alemanas y españolas, también ha colaborado en varios proyectos de investigación con el grupo VAL.Es.Co. de la Universitat de València.

Referencias Bibliográficas

- Albelda, M. (2008). Atenuantes en Chile y España. En Briz A, A. Hidalgo, M. Albelda, J. Contreras, N. Hernández Flores (Eds.), *Cortesía y conversación: de lo escrito a lo oral* (pp. 438-467). Valencia: Universidad de Valencia, Programa EDICE [Versión electrónico]
- Albelda, M. (2016). Sobre la incidencia de la imagen en la atenuación pragmática. *Revista internacional de Lingüística Iberoamericana*, 27, 19-32.
- Albelda, M., Briz, A., Cestero, A. M., Kotwica, D. & Villalba, C. (2014). Ficha metodológica para el análisis pragmático de la atenuación en corpus discursivos del español. ES.POR.ATENUACIÓN, *Oralia*, 17, 7-62.
- Alonso Almeida, F. & Carrió Pastor, M.L. (2015). Sobre la categorización de seem en inglés y su traducción en español. Análisis de un corpus paralelo. *Signos* 48, (88), 154-173. Doi: 10.4067/S0718-09342015000200001
- Contreras, J. (2012) ¿Hay diferencias en las estrategias de atenuación utilizadas en los correos electrónicos españoles y alemanes? *Oralia* 15, 325-342.
- Contreras, J. & Zhao, L. (2017) Análisis contrastivo de estrategias de atenuación en un corpus de correos electrónicos españoles, alemanes y chinos. Atenuación e intensificación en géneros discursivos. En M. Albelda & W. Mihatsch (Eds.) *Lingüística Iberoamericana*, 65. 205-220.
- Contreras, J. (2018). La impersonalidad como estrategia de atenuación en la novela *El lector de Julio Verne* de Almudena Grandes: un análisis contrastivo alemán / español. *RILCE* 34.2, 1243-58. Doi: 10.15581/008.34.3.1243-58.
- Bolívar, A. (2004). Análisis crítico del discurso de los académicos. *Signos* 37 (55), 7-18

- Bravo, D. (1993). *La atenuación de las divergencias mediante la risa en negociaciones españolas y suecas*. Estocolmo: Biblioteca de la Universidad de Estocolmo.
- Briz, A. (2007). Para un análisis semántico, pragmático y sociopragmático de la cortesía atenuadora en la conversación coloquial española. *LEA*, XXIX/1, 5-44
- Brown, P. & Levinson, S. ([1978]1987). *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Caffi, C. (1999). On mitigation. *Journal of Pragmatics* 31, 881-909.
- Caffi, C. (2007). *Mitigation*. Oxford: Elsevier.
- Engel, U. (1991). *Deutsche Grammatik*. Heidelberg: Julius Gross.
- García Negroni, M. (2008). Subjetividad y discurso académico. Acerca de algunas manifestaciones de la subjetividad en el artículo de investigación en español. *Signos* 41 (66), 5-31.
- Hyland, K. (1994). Hedging in Academic Writing and EAP Textbooks. *Pergamon. English for Specific Purpose* 13, 3. 239-256.
- Fraser, B. (1980). Conversational mitigation. *Journal of Pragmatics* 4, 341-350.
- Helbig, G. & Buscha, J. (1991). *Deutsche Grammatik. Ein Handbuch für den Ausländerunterricht*. Leipzig, Berlin, München: Langenscheidt.
- Lakoff, G. (1972). Hedges: a study in meaning criteria and the logic of fuzzy concepts. *Journal of Philosophical Logics* 2, 458-508.
- Luukka, M-R. & Markkanen, R. (1997) Impersonalization as a form of hedging. *Hedging and discourse: Approaches to the analysis of a pragmatic phenomenon in academic texts*, 168-187
- Meyer, P. G. (1997). Hedging strategies in written academic discourse: Strengthening the argument by weakening the claim. *Hedging and discourse: approaches to the analysis of a pragmatic phenomenon in academic texts*, 22-41.
- Villalba, C. (2012). La impersonalidad como recurso atenuante en los juicios orales. *Estudios de lingüística: investigaciones, propuestas y aplicaciones*, 121-31.
- Villalba, C. (2016). *Actividades de imagen, atenuación e impersonalidad en los juicios orales*. Tesis doctoral, Valencia: Universitat de València.
- Zifonun, G., Eroms H.-W. y Stickel G. (1997) *Grammatik der deutschen Sprache*. Berlin, New York: Walter de Gruyter,