



UNIVERSITAT DE  
BARCELONA

## Anàlisi dels recursos d'intensificació utilitzats per estudiants francòfons en les simulacions comercials en castellà

Maria Lluïsa Sabater i Torres

**ADVERTIMENT.** La consulta d'aquesta tesi queda condicionada a l'acceptació de les següents condicions d'ús: La difusió d'aquesta tesi per mitjà del servei TDX ([www.tdx.cat](http://www.tdx.cat)) i a través del Dipòsit Digital de la UB ([diposit.ub.edu](http://diposit.ub.edu)) ha estat autoritzada pels titulars dels drets de propietat intel·lectual únicament per a usos privats emmarcats en activitats d'investigació i docència. No s'autoritza la seva reproducció amb finalitats de lucre ni la seva difusió i posada a disposició des d'un lloc aliè al servei TDX ni al Dipòsit Digital de la UB. No s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX o al Dipòsit Digital de la UB (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant al resum de presentació de la tesi com als seus continguts. En la utilització o cita de parts de la tesi és obligat indicar el nom de la persona autora.

**ADVERTENCIA.** La consulta de esta tesis queda condicionada a la aceptación de las siguientes condiciones de uso: La difusión de esta tesis por medio del servicio TDR ([www.tdx.cat](http://www.tdx.cat)) y a través del Repositorio Digital de la UB ([diposit.ub.edu](http://diposit.ub.edu)) ha sido autorizada por los titulares de los derechos de propiedad intelectual únicamente para usos privados enmarcados en actividades de investigación y docencia. No se autoriza su reproducción con finalidades de lucro ni su difusión y puesta a disposición desde un sitio ajeno al servicio TDR o al Repositorio Digital de la UB. No se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR o al Repositorio Digital de la UB (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al resumen de presentación de la tesis como a sus contenidos. En la utilización o cita de partes de la tesis es obligado indicar el nombre de la persona autora.

**WARNING.** On having consulted this thesis you're accepting the following use conditions: Spreading this thesis by the TDX ([www.tdx.cat](http://www.tdx.cat)) service and by the UB Digital Repository ([diposit.ub.edu](http://diposit.ub.edu)) has been authorized by the titular of the intellectual property rights only for private uses placed in investigation and teaching activities. Reproduction with lucrative aims is not authorized nor its spreading and availability from a site foreign to the TDX service or to the UB Digital Repository. Introducing its content in a window or frame foreign to the TDX service or to the UB Digital Repository is not authorized (framing). Those rights affect to the presentation summary of the thesis as well as to its contents. In the using or citation of parts of the thesis it's obliged to indicate the name of the author.



FACULTAT D'EDUCACIÓ

PROGRAMA DE DOCTORAT EN DIDÀCTICA DE LA LLENGUA I  
DE LA LITERATURA

TESI DOCTORAL

**ANÀLISI DELS RECURSOS D'INTENSIFICACIÓ UTILITZATS A  
L'AULA PER ESTUDIANTS FRANCÒFONS EN LES  
SIMULACIONS DE NEGOCIACIONS COMERCIALS EN  
CASTELLÀ**

MARIA LLUÏSA SABATER i TORRES

Director i Tutor: Dr. MIQUEL LLOBERA CÀNAVES

Barcelona 2015

**A la meva mare, Maria Torres Picart,  
Mestra de la República**



## AGRAÏMENTS

En el llarg camí d'aquesta tesi, feta en dues ciutats, Barcelona i París, sempre he estat acompanyada de persones que realment l'han fet possible i voldria demostrar-los la meva reconeixença.

A l'Alain, el meu marit, el meu agraïment absolut per l'ajuda de tota mena que m'ha aportat, des de la logística domèstica fins a la resolució dels problemes que els meus coneixements d'informàtica no em permetien solucionar, passant pel manteniment dels meus ànims que no sempre han estat en la millor forma.

Agraeixo al Dr. Miquel Llobera les llargues sessions de treball i d'assessorament que m'ha dedicat en els meus viatges a Barcelona, trobant sempre la disponibilitat en els seus horaris i mostrant en tot moment paciència i a la vegada entusiasme pel meu treball.

Dono les gràcies als membres del Departament, al Dr. Joan Parera per l'atenció i rapidesa amb què ha contestat les meves nombroses preguntes i a la Vicenta González i a l'Elisa Rosado per les paraules d'encoratjament que tant ajuden a continuar. Un record especial per a la Carme Núñez i per al Joan Tomàs que fa deu anys em van donar l'empenta enèrgica i necessària per començar aquest trajecte i m'han recolzat fins al final.

La meva gratitud als membres del tribunal per llegir aquesta tesi, molt més extensa del que em pensava al principi, pels comentaris que hi faran i que sens dubte m'obriran nous camins.

El meu agraïment a la Mireia i a l'Alexandre, que sempre han cregut en mi quan jo ja deixava de creure-hi. Al Lluís Riudor pels seus valuosos i amicals consells i a la Montserrat Riudor per la seva eficaç ajuda tecnològica. També a la Nora Vela i a la Pepa Rosiñol per solucionar els meus dubtes bibliogràfics i lingüístics. I a la Teresa pel seu suport incondicional i al Ferran que també me l'hauria donat. I a tots els bons amics que han viscut i han fet seva la meva tesi.



## ÍNDIX

CAPÍTOL 1. INTRODUCCIÓ .....	11
Introducció .....	13
1.1 Justificació a nivell personal .....	13
1.2 Justificació a nivell científic .....	14
1.3 Objectius generals .....	16
1.4 Estructura del treball .....	17
CAPÍTOL 2. ESTAT DE LA QÜESTIÓ .....	19
Introducció .....	21
2.1 El marc teòric general de la recerca .....	21
2.1.1 La didàctica de les llengües per a fins específics .....	22
2.1.2 L'anàlisi del discurs .....	30
2.1.3 La pragmàtica .....	33
2.1.4 L'anàlisi de la conversa .....	36
2.1.5 La comunicació no verbal .....	37
2.1.6 La interculturalitat dels participants com a component del discurs .....	42
2.1.7 La simulació i la didàctica de llengües per a ús professional .....	43
2.2 Les línies de recerca sobre la negociació .....	44
2.2.1 El concepte de negociació .....	44
2.2.2 Enfocaments no lingüístics de l'estudi de les negociacions .....	47
2.2.2.1. L'enfocament des del punt de vista de l'economia i del món dels negocis .....	47
2.2.2.1.1 Les posicions prescriptives .....	48
2.2.2.1.2 Recerca sobre el conflicte i la resolució de problemes .....	49
2.2.2.1.3 La "game theory" .....	49
2.2.2.2. La perspectiva de la interculturalitat .....	50
2.2.2.3. Enfocament sociopsicològic .....	51
2.2.2.4. Recerca sobre la negociació i la comunicació .....	52
2.2.3 Recerca sobre la llengua i el discurs en les negociacions .....	53
2.2.3.1. Des de la perspectiva de l'anàlisi de la conversa .....	53
2.2.3.2. Des de la perspectiva de l'anàlisi "conversacional" .....	56
2.2.3.3. Des de la perspectiva de la pragmàtica .....	57
2.2.3.4. Des de la perspectiva dels actes de parla .....	59
2.2.3.5. Recerca de la negociació en contextos laborals .....	60
2.2.3.6. Recerca sobre la retòrica en la negociació .....	61
2.3 Conclusió .....	62
CAPÍTOL 3. PREGUNTES DE RECERCA .....	65
Introducció .....	67
3.1 Objectius generals i específics .....	67
3.2 Preguntes de recerca .....	68
CAPÍTOL 4. METODOLOGIA DE LA RECERCA .....	71
Introducció .....	73
4.1 La recerca en lingüística aplicada .....	73
4.2 Recerca qualitativa i recerca quantitativa .....	74

4.3	La recerca qualitativa.....	78
4.4	La recerca etnogràfica .....	80
4.4.1	Els orígens .....	80
4.4.2	Concepte i definició .....	81
4.4.3	Característiques .....	85
4.4.4	El procés de la recerca etnogràfica.....	86
4.4.5	Els mètodes de recollida de dades .....	87
4.4.6	La fiabilitat i la validesa de la recerca etnogràfica .....	88
4.5	La recerca centrada a la classe de llengua .....	90
4.5.1	El concepte i la utilitat .....	90
4.5.2	El professor i la recerca-acció.....	92
4.6	Justificació de la metodologia d'aquest treball .....	94
CAPÍTOL 5. EL CORPUS I ELS PROCEDIMENTS DE RECERCA.....		99
	Introducció .....	101
5.1	La constitució i la descripció i dels components del corpus.....	101
5.1.1	Composició del corpus analitzat .....	101
5.1.2	Procés de composició del corpus analitzat .....	101
5.1.3	L'estudi pilot .....	104
5.2	Les simulacions i la recerca.....	105
5.2.1	La simulació i la didàctica de llengües per a ús professional .....	106
5.2.2	Fiabilitat de les dades de les simulacions per la la recerca .....	107
5.2.3	Les negociacions simulades del nostre treball.....	109
5.3	Procediments de la recerca .....	110
5.3.1	Descripció del context.....	110
5.3.2	El marc institucional.....	111
5.3.3	L'enfocament didàctic a les classes de castellà L2 .....	113
5.3.4	Els participants .....	114
5.3.5	El paper de l'alumne i el professor.....	114
5.4	Descripció i desenvolupament de l'activitat estudiada .....	115
5.4.1	La tasca.....	115
5.4.2	La situació de la negociació.....	115
5.4.3	La preparació de la tasca.....	116
5.4.4	El document de treball .....	116
5.4.5	La distribució de l'espai .....	122
5.4.6	El procés de l'activitat .....	123
5.4.7	El paper del professor.....	123
5.5	Mètode d'obtenció de dades.....	124
5.5.1	La transcripció com a eina de recollida de dades .....	124
5.5.2	La recollida de dades pel nostre treball.....	124
5.5.3	Elements de la transcripció.....	125
CAPÍTOL 6. ELS INTENSIFICADORS. MARC TEÒRIC.....		131
	Introducció .....	133
6.1	Els enfocaments tradicionals de la intensificació .....	133
6.1.1	La perspectiva semàntica .....	134
6.1.2	La perspectiva retòrica .....	136
6.2	L'enfocament pragmàtic de la intensificació.....	138
6.2.1	La intensificació com a categoria pragmàtica.....	139



6.2.2	Definició de la intensificació .....	141
6.2.3	Diferents aspectes de la intensificació .....	141
6.2.3.1.	L'escalaritat, tret lingüístic i comunicatiu de la intensificació .....	142
6.2.3.2.	La intensificació com a estratègia comunicativa .....	143
6.2.3.3.	La intensificació i les màximes de Grice .....	144
6.3	Els descriptors dels intensificadors i el corpus .....	145
6.4	La nostra línia de treball.....	147
6.4.1	Delimitació de l'abast del nostre treball.....	147
6.4.2	Línies teòriques bàsiques que sostenen la nostra anàlisi .....	148
6.5	Procediments d'intensificació segons la semàntica i la retòrica .....	151
6.5.1	Els conceptes "d'enunciació" i "d'enunciat" en la nostra anàlisi.....	152
6.5.2	Els recursos d'intensificació en l'enunciat .....	153
6.5.3	Procediments d'intensificació en l'enunciació .....	155
6.6	L'anàlisi dels intensificadors segons la perspectiva de la pragmàtica .....	156
6.6.1	L'anàlisi de les funcions semàntico-pragmàtiques. ....	157
6.6.2	La funció dialògica de l'intensificador.....	158
6.7	Procediment de treball.....	159
CAPÍTOL 7. ANÀLISI DE DADES DEL LLENGUATGE VERBAL. ....		163
Introducció .....		165
7.1	Descripció de la transcripció de llenguatge verbal .....	165
7.2	Procediment d'anàlisi.....	167
7.3	Definició dels moments conflictius .....	169
7.4	Anàlisi dels recursos d'intensificació.....	172
7.4.1	Els recursos d'intensificació en l'enunciat.....	172
7.4.1.1.	Recursos lèxics .....	172
7.4.1.1.1	Formes simples .....	172
7.4.1.1.2	Enunciats fraseològics .....	174
7.4.1.2.	Recursos sintàctics.....	175
7.4.1.2.1	Modificadors simples de les categories gramaticals nuclears .....	175
7.4.1.2.2	Alteracions de l'ordre de les paraules .....	187
7.4.1.3.	Recursos semàntics .....	190
7.4.1.4.	Recursos fonètics .....	193
7.4.1.4.1	Recursos segmentals .....	193
7.4.1.4.2	Recursos suprasegmentals.....	195
7.4.2	Els procediments d'intensificació en l'enunciació.....	200
7.4.2.1.	Intensificació en la modalitat oracional .....	201
7.4.2.2.	Intensificació en la modalitat lògica.....	202
7.4.2.2.1	L'ús d'un verb modal i de verbs d'obligació.....	202
7.4.2.2.2	Els modes i temps verbals .....	204
7.4.2.2.3	Construccions verbals del tipus <b>Es/ está + adjectiu/substantiu + que P/Infinitiu</b> .....	205
7.4.2.2.4	D'altres atributs qualificatius de la veritat i de la certesa .....	206
7.4.2.2.5	Els adverbis i les partícules modalitzadores.....	207
7.5	Les funcions semàntico-pragmàtiques de l'intensificador.....	211
7.5.1	La modificació semàntico-pragmàtica de l'enunciat .....	212
7.5.1.1.	Els intensificadors de quantitat .....	213
7.5.1.1.1	El quantificador <b>mucho</b> .....	213

7.5.1.1.2	Els quantificadors <b>bastante i mucho</b> .....	213
7.5.1.1.3	<b>L'adjectiu</b> com a recurs d'intensificació.....	213
7.5.1.1.4	Estructura comparativa com a operador d'intensificació: <b>mucho + más</b> .....	214
7.5.1.1.5	Intensificació per modificació externa amb un <b>quantificador</b> .....	214
7.5.1.2.	Els Intensificadors de la qualitat .....	215
7.5.1.2.1	Estructures sintàctiques intensificades en si mateixes: <b>el superlatiu</b> .....	215
7.5.1.2.2	El quantificador <b>muy</b> .....	216
7.5.1.2.3	<b>Gran(de)</b> com a intensificador .....	216
7.5.2	El realçament pragmàtic del discurs. Intensificadors de l'actitud.....	217
7.5.2.1.	<i>Que</i> ocupant el lloc del verb <i>dicendi</i> .....	217
7.5.2.2.	Enunciats en suspens.....	218
7.5.2.3.	El vocatiu.....	221
7.5.2.4.	La presència del JO.....	222
7.6	Procediments d'intensificació a nivell dialògic.....	225
7.6.1	La interrogació exclamativa .....	226
7.6.2	Les construccions eco .....	227
7.6.3	Els encadenaments intensificadors.....	232
7.6.4	Les combinacions d'intensificadors.....	236
7.6.4.1.	Intensificadors concentrats en un mateix punt de l'enunciat .....	236
7.6.4.2.	Intensificadors repartits en l'enunciació .....	238
7.7	Resultats de l'anàlisi de la comunicació verbal .....	240
7.7.1	Resum de l'anàlisi .....	240
7.7.2	Jutificació de l'absència de recursos no utilitzats .....	253
7.7.3	Els gal·licismes en les intensificacions.....	255
7.7.4	Les desviacions del registre formal.....	256
7.7.5	Les funcions dels intensificadors .....	257
CAPÍTOL 8. ANÀLISI DE DADES DEL LLEGUATGE NO VERBAL.....		265
Introducció .....		267
8.1	La transcripció del llenguatge no verbal.....	268
8.1.1	El model de transcripció adoptat.....	269
8.1.2	La nostra adaptació .....	270
8.1.3	Descripció dels elements analitzats .....	271
8.1.3.1.	El comportament cinèsic.....	272
8.1.3.1.1	Moviments amb el cap .....	273
8.1.3.1.2	Gestos amb les mans i els braços .....	275
8.1.3.1.3	D'altres gestos.....	278
8.1.3.2.	Proxèmica .....	279
8.1.3.2.1	Contacte corporal: els adaptadors .....	279
8.1.3.2.2	Moviments del cos en l'espai .....	280
8.2	Funcions comunicatives de la gestualitat.....	281
8.2.1	Objectiu i remarques prèvies .....	281
8.2.2	Les funcions lingüístiques dels signes no verbals.....	282
8.2.2.1.	Els moviments amb el cap i les seves funcions .....	284
8.2.2.2.	Els moviments amb les mans i els braços .....	291
8.2.2.2.1	Gestos comuns amb un únic significat.....	292

8.2.2.2.2	Gestos individuals amb una única funció lingüística.....	296
8.2.2.3.	D'altres gestos amb el cos.....	298
8.2.2.4.	El contacte corporal: els adaptadors.....	299
8.2.2.4.1	Els "auto-adaptadors" .....	299
8.2.2.4.2	Els objecteadaptadors .....	300
8.2.2.5.	Els moviments del cos en l'espai .....	301
8.3	Correspondència entre intensificació verbal i no verbal .....	305
8.3.1	Possibilitats de correspondència verbal i no verbal.....	306
8.3.1.1.	Intensificació amb un sol element no verbal .....	306
8.3.1.2.	Intensificació amb dos elements no verbals.....	307
8.3.1.3.	Intensificació amb tres elements no verbals .....	309
8.3.1.4.	Intensificació amb quatre elements no verbals .....	310
8.3.2	Combinacions de moviments de les mans.....	311
8.4	Factors que poden determinar la gestualitat dels interlocutors .....	312
8.4.1	Gestualitat i nivell de competència lingüística en la Negociació 1 .....	314
8.4.1.1.	Comunicació no verbal dels alumnes de nivell C .....	314
8.4.1.2.	Comunicació no verbal dels alumnes de nivell B2.2 .....	317
8.4.1.3.	Comunicació no verbal de l'alumne de nivell B2.1 .....	321
8.4.2	Gestualitat i capacitat d'argumentar i de trobar noves sortides .....	322
8.4.3	Gestualitat, personalitat i estil de negociar.....	329
8.5	Resultats .....	333
8.5.1	Les funcions comunicatives del llenguatge no verbal.....	334
8.5.2	Relació entre la intensificació verbal i la no verbal.....	337
8.5.3	La gestualitat dels interlocutors i els factors que la poden determinar .	338
	DISCUSSIÓ I VIES DE RECERCA.....	343
	CONCLUSIONS .....	375
	BIBLIOGRAFIA.....	389
	ANNEX I. TRANSCRIPCIÓ I ANÀLISI INTERPRETATIVA DE LA NEGOCIACIÓ 1.	417
	ANNEX II. NEGOCIACIÓ 1 TRANSCRIPCIÓ DE LES SEQÜÈNCIES CONFLICTIVES ANALITZADES. ....	451
	ANNEX III. TRANSCRIPCIÓ DE LA NEGOCIACIÓ 1 AMB LA CODIFICACIÓ DE LA CV I DE LA CNV.....	467
	APÈNDIX I. TRANSCRIPCIÓ I ANÀLISI INTERPRETATIVA DE L'ESTUDI PILOT..	521
	APÈNDIX II. ESTUDI PILOT TRANSCRIPCIÓ DE LES SEQÜÈNCIES CONFLICTIVES ANALITZADES.....	549



**CAPÍTOL 1.**  
**INTRODUCCIÓ.**



## **Introducció**

El treball que presentem, sorgit de la pràctica de la didàctica de la llengua, consisteix a estudiar el discurs utilitzat per estudiants francòfons d'un nivell B2 a C1 d'una escola de comerç internacional de París en una activitat a la classe de castellà com a llengua estrangera. La nostra anàlisi es focalitza en els recursos d'intensificació utilitzats en negociacions comercials simulades com a activitat de classe dutes a terme per aprenents als quals no se'ls havia donat models de llengua d'aquesta categoria pragmàtica. La nostra primera intenció era d'analitzar el discurs verbal dels estudiants, però, una vegada començat el treball s'hi va afegir l'anàlisi del component no verbal per a poder tenir informació sobre els dos canals semiòtics de comunicació i obtenir d'aquesta manera, una visió completa del sistema d'intensificació en el discurs dels nostres aprenents.

### **1.1 Justificació a nivell personal**

L'interès personal que aquest treball té per nosaltres està totalment lligat a la nostra vida professional que sempre ha estat emmarcada en la docència de segones llengües. En un moment donat, a finals del anys vuitanta, ens varem orientar cap a la didàctica del castellà com a llengua per fins específics en una institució francesa amb aprenents que havien d'actuar en un termini molt curt, en l'àmbit dels afers a nivell internacional.

En intentar obtenir literatura sobre l'espanyol per a fins específics i trobar materials didàctics per utilitzar a classe, les mancances en tots dos terrenys se'ns varen fer evidents. Per aquesta raó, els mètodes d'anglès per a fins específics, així com la recerca que es feia en aquest àmbit de la didàctica, que es va desenvolupar ja els anys seixanta en l'àmbit anglosaxó, van ser els referents en la primera etapa d'actuació en aquest àmbit de la didàctica de llengües estrangeres. Ens varem adherir immediatament al principi que es desprèn de les teories dels autors de ESP (English for Specific Purposes) de finals dels anys vuitanta que estableixen que l'objectiu de l'ensenyament de la llengua per a ús professional consisteix a dotar l'estudiant amb les eines necessàries per a poder utilitzar la llengua de manera adequada en l'àmbit laboral.

Fins la meitat dels anys noranta, no vàrem poder dissenyar un *curriculum* adaptat als nous corrents de l'ensenyament de llengües en passar a dirigir el Departament d'espanyol de l'École Supérieure du Commerce Extérieur (en endavant ESCE), Aquest fet ens va permetre de desenvolupar programes amb les activitats adequades com la de negociació, entre d'altres tasques de la vida professional reproduïdes a classe, per aconseguir que, en sortir de la institució, els estudiants que havien escollit el castellà com a L2 podessin ser operatius en qualsevol empresa de l'àmbit hispànic, l'objectiu al qual ens conduïa la metodologia que volíem aplicar.

## 1.2 Justificació a nivell científic

El bon resultat a la classe de l'activitat de negociació com a pràctica d'interacció oral i l'acceptació molt positiva per part dels aprenents, ens van fer pensar en aprofundir l'estudi d'aquesta activitat que és una de les tasques que hauran de portar a terme en la seva vida professional.

En voler anar més enllà en la tasca de creació de materials per a les simulacions de negociacions, ens varem adonar que, paral·lelament a la manca de materials didàctics sobre la negociació en castellà, existeix un buit en la recerca d'aquest domini, mentre que els estudis sobre la negociació en els països anglosaxons i escandinaus són molt abundants i tenen un gran abast pel que fa als diferents aspectes que tracten. I per altra banda, ens va sorprendre l'escassa importància que s'ha donat a l'anàlisi del discurs professional en castellà, mentre que s'ha produït una excel·lent investigació sobre diferents aspectes de la llengua col·loquial.

El primer projecte que varem realitzar per al nostre treball de recerca, varem creure que podia contribuir a solucionar el problema que presentaven les negociacions que es trobaven en els mètodes de EUP que s'anaven publicant. Ens semblava que les gravacions que es donaven als estudiants com a models de negociació eren poc naturals i que no corresponien a la realitat. No hi apareixien ni reformulacions, ni frases inacabades, ni repeticions, ni encavalcaments. No hi havia ni pauses, ni silencis, ni interrupcions, tots els interlocutors demanaven i esperaven que se'ls donés el torn de paraula de manera excessivament ordenada. Es a dir quedaven eliminats una part important dels elements del discurs que componen una interacció oral i que inevitablement hi apareixen per més preparada que estigui, com és el cas de la



negociació. Per poder actuar de manera adequada necessitàvem un model de llengua real per obtenir dades que després ens permetessin d'elaborar materials vàlids i per això ens calia enregistrar i analitzar negociacions portades a terme en empreses. Malauradament, la impenetrabilitat del món empresarial no va permetre que s'arribés a obtenir cap acord per observar, i encara menys per enregistrar, negociacions professionals.

Varem prendre llavors la decisió de portar a terme la investigació a l'aula amb l'observació i l'anàlisi de les negociacions que realitzaven els nostres estudiants, que ens va semblar un camp prou ric i interessant i que ens podria aportar informació sobre el moment del procés d'aprenentatge en què es trobaven i l'Estudi pilot que varem portar a terme i al qual ens referirem més endavant, va confirmar aquesta impressió.

L'objectiu del treball, òbviament, no podia ser el mateix. Els informants no eren nadius i, per tant, no ens podien proporcionar mostres de llengua real. Però l'anàlisi del seu discurs ens podia facilitar informació molt precisa sobre quins recursos utilitzaven per a expressar, concretament la intensificació en una situació de negociació en la L2, un element que ens havia semblat important en les negociacions que havíem presenciats.

La nostra recerca es focalitza, doncs, en l'expressió de la intensificació, un recurs que Briz (2001, p. 114), considera com a categoria pragmàtica i que hem comprovat que juga un paper important en tota negociació. Tot bon negociador/a ha de saber fer pressió sobre l'interlocutor i per això ha d'intensificar el que diu. Cal que, per una banda sàpiga, mesurar amb força precisió la força il.locutiva que pot tenir la seva intervenció, i, per altra banda, ha de tenir la capacitat de saber minimitzar el seu discurs per mantenir un equilibri i, d'aquesta manera, evitar que la negociació es trenqui o no s'arribi a assolir un acord satisfactori per a les parts que hi intervenen. Per arribar a aquest objectiu, la intensificació i l'atenuació del discurs són les estratègies que hi tenen un paper cabdal. Encara que tots dos fenòmens ens semblen igualment interessants, varem escollir l'anàlisi de la intensificació perquè intuïem que era un element del qual depenia en gran manera poder arribar a una entesa.

Com ja hem esmentat, no hem trobat, fins ara, cap estudi sobre el discurs professional centrat en la negociació en castellà. No deixa de ser sorprenent que no apareguin

treballs en aquest domini en uns moments en què la demanda de l'aprenentatge de EUP és ja significativa i que el volum de recerca s'hi dedica comença a ser força nodrit. Creiem que contribució a la recerca en l'àmbit de la negociació comercial com a activitat a les classes de castellà especialitzat queda justificada per la manca d'estudis concrets en aquest camp, sobretot des de les vessants de l'anàlisi del discurs i de la pragmàtica, que són les que nosaltres analitzarem.

Tenint en compte que és una qüestió tan poc estudiada en l'àmbit de la recerca, creiem que, en primer lloc, aquest treball pot furnir dades sobre els recursos espontanis de la interllengua utilitzats pels interlocutors que participen en una negociació simulada a classe. En segon lloc, als professors d'espanyol com a llengua estrangera que es dediquen a donar classe de castellà per a ús professional, els pot donar idees per tal de potenciar aquests recursos espontanis, si són correctes i, a la vegada, saber en quina direcció han de treballar per tal d'ampliar-los i enriquir d'aquesta manera, la competència comunicativa dels aprenents. I en tercer lloc, pot fer reflexionar els aprenents sobre la llengua que estudien i per tant, els permetria de desenvolupar la seva consciència sobre la llengua.

### **1.3 Objectius generals**

La finalitat general de l'estudi consisteix a entendre millor la complexitat dels processos de comunicació verbal i no verbal d'un gènere determinat com és la negociació, que utilitzem com a activitat de classe en els processos d'ensenyament-aprenentatge. Sorgeix de la convicció que l'observació d'una activitat interactiva pròpia del món professional duta a terme en el context d'una classe de llengua i la realització d'una l'anàlisi del discurs s'hi utilitza, pot contribuir, com a professors, a tenir una millor percepció de les interaccions que es produeixen en les activitats de negociació a les nostres classes, Creiem també que pot aportar una base sòlida per a poder plantejar-nos millores en les accions dutes a terme l'aula per tal d'acostar cada cop més els nostres estudiants a la competència comunicativa que necessiten per a actuar correctament en castellà en el seu context professional.

## 1.4 Estructura del treball

Presentem aquest treball estructurat de la manera següent. En primer lloc, al Capítol 1, exposem quin és l'interès de la recerca tant a nivell professional, com a nivell de contribució a l'àmbit de la didàctica de la llengua per a fins específics.

En el Capítol 2, examinem el marc teòric en el qual es evoluciona la nostra recerca que abasta diferents àrees de coneixement. Malgrat que, a primera vista, pot semblar que es focalitza en l'anàlisi del discurs vist des de la perspectiva de la pragmàtica, pel fet que té l'aula com a espai de recerca i el corpus de la investigació és una activitat de classe, caldrà que justifiquem l'aplicació de la negociació simulada com a activitat didàctica d'interacció. També l'anàlisi de la conversa hi tindrà una relació, de la mateixa manera que haurem de fer referència inevitablement a la interculturalitat com a component del discurs de la L2 amb d'aprenents francòfons. Finalment, l'anàlisi del component no verbal del discurs, s'haurà de fonamentar en els estudis que s'han portat a terme en aquest domini i justificarem el codi de transcripció que hem adoptat per representar aquest canal de comunicació.

Exposem a continuació en el Capítol 3, quines són les preguntes de recerca que ens hem plantejat abans de portar a terme el treball i a les que intentarem donar una resposta en les conclusions finals.

Dediquem el Capítol 4 a presentar la metodologia que hem escollit per a la nostra recerca. Atenent la naturalesa i el context del nostre tema, l'enfocament etnogràfic de la recerca era el més adequat per al nostre objectiu. Exposem com està emmarcat dins la recerca qualitativa i n'exposem els principis així com també els de la recerca-acció, atès que justament, estudiem una activitat didàctica dins de l'espai de l'aula, de la qual en podem extreure conclusions per millorar la qualitat de l'ensenyament i de l'aprenentatge.

Segueix el Capítol 5 on es descriu detalladament el Corpus en el qual es basa el nostre treball, la gravació d'una negociació portada a terme a classe. Expliquem quins són els procediments de recerca adoptats seguint Van Lier (1988), presentem la tasca realitzada i n'exposem la seqüenciació, dediquem un espai a l'obtenció de dades i

justifiquem la validesa de les dades obtingudes a partir de la simulació d'una tasca real.

El marc teòric sobre el concepte d'intensificació, es presenta en el Capítol 6. Es revisen les diferents enfocaments i denominacions que ha tingut el que actualment considerem com un operador pragmàtic, es presenta la definició del fenomen de la intensificació, es detallen els descriptors d'intensificació que hem utilitzat per fer l'anàlisi del Corpus i es presenta el procediment de treball que se seguirà per a portar a terme l'anàlisi de la intensificació verbal.

Els dos capítols següents, el 7 i el 8, constitueixen l'eix central de la recerca perquè contenen l'anàlisi de la comunicació verbal i l'anàlisi de la comunicació no verbal respectivament. Presentem al començament de cada capítol els codis que s'han utilitzat per a realitzar la transcripció de cadascun dels dos canals de comunicació. Les versions completes de les transcripcions utilitzades es troben als Annexos<sup>1</sup>

Al Capítol 9 portem a terme la discussió en la que, en una primera part, exposem amb detall l'origen i el desenvolupament del nostre treball que sorgeix de l'observació feta per un professor de l'actuació dels seus aprenents de EUP a classe i, després d'analitzar-ne un aspecte del discurs verbal i no verbal en una situació d'interacció negociadora, n'extreu conclusions que el condueixen altra vegada a la didàctica amb l'aplicació d'unes línies d'actuació amb els seus estudiants. En la segona part exposem quines són les implicacions que pot tenir un treball d'aquest tipus per a la didàctica de la llengua per a fins específics. Expliquem per què es poden fer servir els components verbals i no verbals a l'aula i tractem també diferents aspectes que hem pogut extreure de l'anàlisi, de la transcripció. Acabem la discussió donant una perspectiva de les vies de recerca que es podrien seguir a partir de la nostra feina.

Per acabar, exposem les conclusions a que hem arribat amb el nostre estudi, contestant a les preguntes de recerca que ens havíem plantejat abans de començar el treball.

---

<sup>1</sup> A l'Annex I s'inclou la transcripció de la Negociació 1 a la qual s'hi afegix l'anàlisi interpretativa, segons els principis de l'enfocament etnogràfic de la recerca. A l'Annex III s'hi troba, amb la transcripció verbal, la codificació dels elements no verbals del discurs.

**CAPÍTOL 2.**  
**ESTAT DE LA QÜESTIÓ.**



## Introducció

La realització a l'aula de simulacions de casos, concretament de negociacions comercials, portades a terme per estudiants majoritàriament francòfons, que necessiten la L2 per ser emprada en el seu futur àmbit professional, ens va dur a considerar l'interès d'analitzar la intensificació un dels recursos que apareix freqüentment en determinades fases d'aquest tipus d'interacció. En els apartats que segueixen, intentarem donar un panoràmica de les diferents disciplines en les quals s'inscriu el nostre treball i, a la vegada, ressaltarem l'impacte que la majoria ha tingut i té en la didàctica de segones llengües que és el rerefons constant d'aquest treball realitzat com a recerca en una classe de llengua.

### 2.1 El marc teòric general de la recerca

El nostre treball s'emmarca metodològicament en la recerca etnogràfica i s'utilitza la classe de llengua com a espai d'investigació. La multimodalitat de nostra la recerca ens porta a recórrer a diverses disciplines. El nostre estudi, que parteix de l'aprenentatge de llengua, té com a dos puntals teòrics el marc de la didàctica de les llengües utilitzades per a fins específics i el de l'anàlisi dels discurs. Hi intervé la pragmàtica atès que es tracta d'observar i analitzar la intensificació com un recurs pragmàtic en una interacció i també explorem al camp de l'anàlisi de la conversa per a explicar el nostre posicionament.

El fet de realitzar una incursió en l'observació del llenguatge no verbal dels interlocutors en els moments en què s'intensifica el discurs, fa que també hi intervinguin els estudis fets sobre la comunicació no verbal. Atès que els interlocutors són de parla i cultura francesa ens portarà en alguns moments a fer referències al camp de la interculturalitat. Dedicuem una part de l'estat de la qüestió a exposar els estudis que s'han fet sobre la negociació des de diferents perspectives a nivell sobretot anglosaxó escandinau i francès i, òbviament, haurem de justificar l'ús i l'abast de la utilització de la simulació com a instrument didàctic a la classe de llengua. Exposem a continuació les diferents disciplines que han sostingut la nostra recerca.

### 2.1.1 *La didàctica de les llengües per a fins específics*

Considerem oportú, fer unes consideracions sobre la terminologia de les denominacions “llengua d’especialitat” i “llengua per a fins específics” que sovint es confonen i que creiem que responen a dues perspectives diferents de l’enfocament d’aquest tema. Els conceptes són molt pròxims però sorgeixen de dos contextos diferents i això fa que cadascun posseeixi característiques pròpies. Martín Peris *et alii*, (2011, p.2) consideren que el terme “llengua per a fins específics” d’origen anglès (*Languages for specific purposes*), sorgeix del context de l’ensenyament de llengües i des del punt de vista de l’ELE el seu objecte d’estudi és la L2. En canvi, l’origen de “les llengües d’especialitat” rau en el context de la lingüística descriptiva i analitza una determinada varietat d’una llengua. Això fa que per una banda, les “llengües per a fins específics” s’interessen pels usos socials *específics* de la llengua i van molt més enllà del vocabulari i dels textos escrits: integren el component nociofuncional, el fonètic, el sociocultural i de manera molt especial els diferents gèneres del discurs tant l’oral com l’escrit. I per l’altra banda, la “llengua d’especialitat” es focalitza en les característiques formals dels textos i dels discursos d’especialitat i així, els recursos gramaticals i lèxics esdevenen prioritaris. Una altra característica diferencia aquestes dues perspectives. Mentre que les llengües d’especialitat tenen una llista temàtica força estable i reduïda, la llista de les llengües per a fins específics és més extensa i heterogènia i difícil d’establir a priori fins al punt que es podria dir que en cada ocasió es detectaria una necessitat social que donaria lloc a un programa específic.

Per denominar el tipus de llengua analitzat en aquest treball adoptem el terme de “llengua per a fins específics” ja que correspon a la perspectiva sobre la qual treballam. També l’anomenarem “llengua per a ús professional” ja que la negociació objecte d’estudi no pertany a l’àmbit acadèmic i les necessitats dels aprenents faran que l’hagin d’utilitzar en un context laboral de l’àmbit dels negocis. D’ara endavant apareixerà o bé la denominació sencera o bé les sigles EFE (espanyol per a fins específics) o bé la de EUP (espanyol per a ús professional) i ens referirem a l’ English for Specific Purposes amb les sigles ESP.

El projecte s’emmarca en el camp de l’ensenyament i l’aprenentatge de les segones llengües i més concretament en l’àmbit de la didàctica de les llengües per a fins específics. Ens proposem fer un esbós de les grans línies que han caracteritzat el seu desenvolupament des d’una àmplia perspectiva geogràfica i lingüística. Efectivament,



no l'enfocarem des del punt de vista de la recerca en castellà sobre l'EUP, sino que farem una panoràmica que comença necessàriament amb l'ESP i veurem quines han estat i són les tendències que han existit i les que existeixen actualment, en les quals el castellà s'integra. Quedarà així reflectit d'una manera més fidedigna el marc teòric en el qual s'ha desenvolupat el nostre treball.

Els canvis importants en l'enfocament de la didàctica de les segones llengües durant l'últim terç del segle XX van afavorir el desenvolupament de la didàctica de les llengües per a fins específics que va trobar tota la raó de ser en el concepte de competència comunicativa. La noció de la necessitat de practicar l'ensenyament de la llengua en ús que constitueix el rerefons de les noves corrents teòriques i que tenen com a objectiu desenvolupar i assolir el màxim nivell de competència comunicativa en l'aprenent, té un fort impacte en la didàctica de les llengües que s'han d'utilitzar per poder actuar correctament en l'àmbit acadèmic o professional.

La formulació d'aquest constructe clau que ja s'havia anat perfilant en la segona meitat dels anys seixanta, va ser presentada públicament per Dell Hymes el 1971 en la seva comunicació en un Congrés titulada "On Communicative Competence". Procedeix de tota una tradició sobretot etnològica que aborda l'estudi de la llengua en ús i no com un sistema descontextualitzat (Llobera, 1995, p.10) i el seu desenvolupament posterior provoca canvis profunds en l'ensenyament de segones llengües i de llengües estrangeres. L'aportació de Hymes per redefinir el concepte de competència lingüística enfront de la que Chomsky havia proposat va ser bàsica. Va deixar establert el terme "competència comunicativa" al qual li atribueix quatre dimensions: el que és formalment possible (gramàtica), el que és factible, el que és acceptable o adequat i el que es dona en la realitat. Considera, a més, que aquesta competència pot ser analitzada segons els vuit components dels actes de parla, que es coneix amb el model de SPEAKING, l'acròstic que es forma amb els noms dels vuit elements en anglès: *Situation, Participants, Ends, Act sequences, Key, Instrumentalities, Norms* i *Genre* (situació, participants, finalitats, seqüència d'actes, clau, instruments, normes i gènere). Certament, en l'actualitat, la competència comunicativa ha passat a significar coses diferents, però la teoria de Hymes és un referent indubtable.

L'impacte del concepte de competència comunicativa en el camp de la didàctica de llengües es va fer sentir molt aviat amb l'aportació de Wilkins (1972) amb l'obra "*Notional Syllabuses*" en la qual defensa el concepte de comunicació com a

composant central del *syllabus* contra el principi de gradació segons la dificultat tal com s'havia aplicat fins aquell moment. Amb la publicació *The Threshold Level* de Van Eck el 1976 per encàrrec del Consell d'Europa, es fa la primera formulació explícita dels objectius pedagògics que depenen de l'adequació sociolingüística (Llobera, 1995 p. 11). El mateix any 1976 es publica *Le Niveau Seuil* de Daniel Coste, la versió del nivell llindar per a la llengua francesa i el 1979 Slagter la realitza pel castellà.

Apareixen una sèrie d'autors que empren "comunicació" i "competència comunicativa" de manera recurrent. El 1978 Widdowson escriu *Teaching Language as Communication* sobre el concepte del discurs i els seus components i J. Mumby publica el *Communicative Syllabus Design* que orienta definitivament l'ensenyament de llengües cap a la perspectiva comunicativa. El 1979 Brumfit i Johnson fan conèixer Hymes i Halliday als professors i des de llavors els treballs sobre l'enfocament comunicatiu es succeeixen (Breen y Candlin, 1980; Canale i Swain, 1980; Littlewood, 1981, Johnson, 1982). Canale (1983), en una aportació fonamental estableix l'aplicació del concepte de competència comunicativa a la didàctica i la divideix en quatre subcompetències: la competència gramatical, la competència sociolingüística, la competència discursiva i la competència estratègica. La didàctica de les llengües tenia les bases i els instruments teòrics per dirigir-se a l'enfocament comunicatiu.

La literatura sobre la didàctica de les llengües per a ús professional té l'origen en els autors que s'havien dedicat a l'estudi de l'ESP atès la importància que l'anglès ha tingut en el camp acadèmic com a llengua vehicular en programes d'ensenyament a nivell internacional i també en el món dels afers. El final de la II Guerra Mundial va marcar un gran desenvolupament en l'àmbit científic, tècnic i econòmic a nivell mundial i l'anglès va passar a ser la "*lingua franca*" en el domini acadèmic i sobretot en el terreny del comerç internacional. Va sorgir una demanda de l'aprenentatge de l'anglès per part d'una sèrie de professionals que havien d'aprendre una nova llengua amb uns objectius molt determinats i és a partir d'aquest moment que comença la recerca i la publicació de materials didàctics en anglès per atendre les necessitats del nou públic.

Les etapes de l'estudi i l'aplicació d'aquesta especialitat van reflectir les diferents teories sobre l'aprenentatge de llengües que es van anar succeint cronològicament.

En una primera etapa es pren el registre com a centre de l'estudi i creient que a les diferents branques científiques els corresponen diferents registres, es vol identificar la

gramàtica i el lèxic d'aquests registres. Halliday, Strevens i McIntosh (1964), Ewer (1969) i Swales (1971) en són els principals representants. Barber ja havia fet una important contribució el 1962 amb l'estudi dels trets de gramàtica i de lèxic de la llengua científica. En aquest darrer aspecte va fer ja la distinció entre els termes altament especialitzats, el vocabulari semi-tècnic i el lèxic que correspon al registre formal. El resultat més interessant d'aquesta etapa per a estudis posteriors va ser la constatació que existien molt pocs elements distintius en la gramàtica de l'anglès científic i que, de tota manera no s'hi va trobar cap forma que no aparegués en l'anglès general.

En una segona fase es passa a ampliar el camp d'estudi de la paraula a la frase per veure com es combinen en el discurs per produir un significat. És l'etapa que Jordan (1997, p. 229) qualifica com la de l'enfocament segons l'anàlisi del discurs o de la retòrica resultat dels estudis de Widdowson (1978), ja esmentat, sobre la variació de les llengües segons el context, impulsen la recerca sobre les varietats particulars de l'anglès i es fan descripcions de l'anglès científic i tècnic. A la Gran Bretanya els autors següents són importants per la publicació de materials didàctics: Allen i Widdowson amb *English in Focus* (1973-78), Candlin *et alii* (1977) amb "DOPACS" (*Doctor-Patient Communications Skills*) i Bates i Dudley-Evans amb la sèrie *Nucleus* (1976-85). Als Estats Units, segons remarquen Hutchinson & Waters (1987) els autors que sobresurten en aquest corrent són Lackstrom, Selinker i Trimble (1976), Selinker (1979), de l'anomenada Escola de Washington.

Posteriorment es prenen en consideració les necessitats dels aprenents i, tal com hem assenyalat, Munby (1978) escriu el « Communicative Syllabus Design » en el qual identifica detalladament les situacions meta en què els alumnes hauran d'evolucionar per poder elaborar programes adequats. Encara que posteriorment es va criticar i rectificar el seu concepte de "necessitats", és un pas endavant en considerar que els interessos de l'estudiant passen a constituir el centre del disseny d'un curs. En quart lloc, ja a mitjan dels anys vuitanta, com a resultat de les teories cognitives del llenguatge, sorgeix una corrent que estudia els processos de raonament i d'interpretació del significat. Els materials didàctics que es van publicar segons aquest enfocament fan que l'estudiant reflexioni i analitzi com es produeix i s'extreu el significat en el discurs escrit i oral. Grellet (1981) i Nutall (1982) destaquen pels seus treballs sobre habilitats de lectura. Ens acostem cada vegada més al concepte de

l'estudiant com a centre de l'aprenentatge per tal com se li demana que observi i verbalitzi els processos interpretatius que empren en l'ús de la llengua.

La publicació el 1987 del llibre *English for Specific Purposes* dels autors Hutchinson & Waters creiem que marca una fita en el desenvolupament de l'ESP i també en la recerca de les llengües par a fins específics. Aquests autors es fan ressò de les etapes anteriors, però integren les teories cognitives i les de psicologia de l'educació i enriqueixen el camp d'acció d'aquesta disciplina amb una sèrie d'elements que són imprescindibles encara per al disseny i programació de cursos de llengua per a fins específics. En primer lloc defineixen la didàctica de la llengua per a fins específics com

*"(...) an approach to language teaching which is directed by specific and apparent reasons for learning". (Hutchinson & Waters, 1987, p. 19)*

L'aprenent té motius determinats per aprendre i saber quins són aquest motius condueix a un dels conceptes clau de la didàctica de les llengües par a fins específics: l'anàlisi de necessitats. Hutchinson i Waters hi aporten una perspectiva àmplia i distingeixen entre les necessitats determinades per la situació de comunicació i les necessitats derivades de l'aprenentatge de la llengua i per aquest motiu cal tenir en compte la manera d'aprendre dels estudiants i les seves motivacions individuals. Força anys després, Long (2005) encara cita aquests autors en el seu treball "Second Language Needs Analysis" en el qual una sèrie d'experts porten a terme diferents tipus d'anàlisis de necessitats en diversos contextos professionals i mostra la complexitat i la necessitat a la vegada d'aquest instrument sense el qual no es pot dissenyar adequadament un programa.

Per altra banda, com ja hem remarcat, Hutchinson i Waters integren en la didàctica de l'ESP les aportacions de les teories cognitives de l'aprenentatge i la psicologia de l'educació. La teoria cognitiva ens diu que s'aprèn quan es reflexiona de manera activa sobre el que s'està aprenent (Ausubel *et alii*, 1978) i no és estrany que en l'àmbit de la didàctica llengua per fins específics l'activitat bàsica associada a la teoria cognitiva de l'aprenentatge d'una llengua és la de resolució de problemes relatius a l'àmbit d'especialitat de l'aprenent. Ara bé només es pot reflexionar activament sobre alguna cosa quan hi la voluntat de fer-ho. I aquí hi intervé la psicologia de l'educació que subratlla la importància dels aprenents i les seves actituds pel que fa l'aprenentatge. Rodgers (1969) considera que els aprenents tenen unes necessitats i interessos que

exerceixen una influència en la seva motivació per aprendre i, per tant, en l'efectivitat de l'aprenentatge.

Hutchinson i Waters aporten els elements que després seran clàssics però imprescindibles per al disseny de cursos de ESP, des de la definició clara del que és l'ESP, el concepte i l'aplicació de l'anàlisi de necessitats, les descripcions del llenguatge i les teories sobre l'aprenentatge de llengües per dissenyar un curs, fins l'aplicació concreta en un programa determinat, amb els materials adequats, amb la metodologia correcta i l'avaluació final. Des del punt de vista de la didàctica, creiem que és important l'afirmació que l'ESP no s'ha de considerar només com un producte final tenint en compte solament les necessitats lingüístiques dels aprenents, sinó que també s'hi han d'integrar les seves necessitats d'aprenentatge. El seu punt de partida és la pregunta, per què l'alumne necessita aprendre una llengua estrangera? I després, d'una manera lògica s'arriba a la conclusió que la didàctica per a fins específics es basa en les necessitats de l'aprenent i que totes les decisions des de la metodologia fins al contingut es prenen en funció de les raons que té l'estudiant per aprendre. Així formulen la nova etapa de l'ESP, que en aquell moment era la darrera, com la que es centra en la comprensió dels processos de l'aprenentatge de llengües i, a la vegada en les necessitats de l'estudiant.

Els anys noranta apareix una nova tendència en la recerca de les llengües específiques. Ja no es pot parlar només de l'ESP, sinó que el camp d'actuació s'ha ampliat a diferents llengües entre les quals s'hi troba el castellà. Es l'etapa anomenada de gènere perquè es centra en el gènere textual.

Swales (1990) va ser l'autor que va posar les bases de l'anàlisi de gènere en el seu llibre *Genre Analysis* i Bahtia (1993) va continuar en la mateixa línia de recerca. La definició del concepte de gènere de Swales (1990, p.58) és ja un clàssic:

*“A genre comprises a class of communicative events, the members of which share a set of communicative purposes. These purposes are recognised by the expert members of the parent discourse community, and thereby constitute the rationale for the genre. This rationale shapes the schematic structure of the discourse and influences and constraints choice of content and style. Communicative purpose is both a privileged criterion and one that operates to keep the scope of a genre as here conceived narrowly focused on comparable rhetorical action. In addition to purpose, exemplars of a genre exhibit various patterns of similarity in terms of structure, style, content and intended audience.”*

Actualment, en el camp del castellà, autors com Ciapuscio (2007) i Parodi (2008) tenen la mateixa visió sobre el paper fonamental del concepte de gènere en el disseny de *syllabus* per a l'ensenyament de llengües per a ús professional i acadèmic. Un aprenent d'una llengua per al seu ús en l'àmbit laboral no pot limitar el seu aprenentatge a l'estudi del lèxic propi del seu camp professional. Forma part d'una comunitat discursiva que porta a terme activitats amb gèneres del discurs que li són particulars. Segons Martín Peris *et alii* en la “Guía para el diseño de currículos especializados” de l'Instituto Cervantes, (2012, p.10)

*“(…) y es el dominio de esos géneros, en su doble vertiente –externa o social, e interna o funcional–, lo que se constituye en objetivo del currículo de la lengua extranjera; el vocabulario especializado, pues, no es sino una parte de la vertiente interna de esos objetivos.”*

Ens trobem, doncs, amb una perspectiva molt àmplia del que és el contingut de programes de EUP. Per assolir la competència comunicativa en aquest domini, cal tenir molt en compte el context en el qual el professional ha de fer ús de la llengua, que sempre té lloc en una comunitat de pràctiques que realitza determinades pràctiques socials amb les seves pròpies regles. L'ús de la llengua té lloc en el marc d'uns gèneres de discurs especialitzats que responen a unes estructures pròpies d'intervenció i participació que els membres de la comunitat coneixen i respecten. Els gèneres es prenen forma en una diversitat de textos, tan orals com escrits, amb una tipologia i estructura determinades, amb una retòrica particular i amb recursos gramaticals i lèxics específics.

Per tant, en la didàctica de la llengua per a ús professional es tracta de capacitar l'aprenent per integrar-se en una comunitat de pràctiques en què pugui participar-hi adequadament amb una sèrie de procediments textuais, retòrics i lèxico-sintàctics tant si és productor com receptor del text i també com a interactant o bé com a mediador

en els intercanvis comunicatius. Es en aquesta perspectiva de l'anàlisi del gènere aplicada a la didàctica dels textos especialitzats, que continua orientant-se la recerca i la seva aplicació a la didàctica de les llengües per a fins específics i és la línia en la qual seguim treballant i que constitueix el rerefons de la nostra visió de la didàctica de la llengua per a fins específics.

Hem volgut donar una perspectiva de les grans línies del marc teòric en el qual hem evolucionat pel que fa a la nostra activitat docent en l'àmbit de la didàctica de les llengües per a ús professional i no tractarem de fer una revisió dels tots autors que s'han dedicat, i es dediquen, a la recerca concretament del castellà per a fins específics, especialment a Espanya. Destacarem l'orientació marcada per les darreres tendències, clarament explicitada institucionalment per tal que es pugui aplicar al disseny d'un *curriculum* especialitzat.

L'Instituto Cervantes, d'acord amb els principis del MCER, ha marcat la darrera tendència amb l'aparició de la "Guía para el diseño de currículos especializados" (2012) que basa el disseny d'un *curriculum* especialitzat en el principi que "s'adreça a comunitats discursives que es caracteritzen per realitzar les seves activitats a través de gèneres del discurs propis" (p. 11) i que integra els principis que ja hem exposat. Indica com, a partir dels gèneres i les pràctiques discursives d'un grup, es pot construir un *curriculum* perfectament coherent, detallat i adaptat a les necessitats d'un aprenent que haurà de fer ús de la llengua per a una finalitat professional, ocupacional o acadèmica determinada.

Malgrat que un bon nombre d'autors i d'institucions segueixen les darreres tendències que acabem d'exposar, encara queden restes d'adherents, d'una manera implícita, a la visió que creiem reductora i que prové de l'àmbit de la traducció i de la interpretació, segons la qual un aprenentatge de la llengua d'especialitat consisteix a presentar i fer aprendre llistes de vocabulari especialitzat, fet que no assegura en absolut que l'estudiant sàpiga fer un ús adequat de la llengua.

Sortosament, s'estan publicant materials didàctics que saben donar el lloc adequat al lèxic i tenen un disseny netament orientat a l'adquisició de la competència lingüística amb tot el que aquest concepte comporta, especialment en el camp del castellà per als negocis.

Si l'any 2000 el panorama de la recerca sobre l'EFE i l'EUP segons Llobera (2000 p. 21) no era prou ampli, " El desarrollo de materiales de Español *para Fines Específicos ha surgido de necesidades concretas y no ha ido acompañado de un proceso de investigación rico y amplio*", sortosament en l'actualitat s'estan explorant camps força diferents. Existeixen congressos internacionals dedicats a la llengua per a fins específics, com el CIEFE, que es celebra a Asmsterdam i associacions i organismes que es dediquen a la lingüística aplicada, com ASELE, que organitzen edicions especials dedicades a l'EFE i que incentiven la producció d'articles i treballs sobre una varietat d'aspectes. En el terreny acadèmic, existeixen ja una bona sèrie de treballs de memòries de Màster aplicades a la didàctica de l'EUP i un nombre més reduït però ja significatiu, de tesis doctorals que reflecteixen la investigació sobre aquest domini i que ens permeten de creure que s'està avançant en la direcció adequada.

Creiem que queden per solucionar la inclusió en els materials didàctics d'elements socioculturals realment adequats als aprenents als quals es destinen i cal també remarcar que es molt difícil trobar-hi referències a tot el que no sigui la comunicació verbal i que com afirma Llobera (2000), s'imposa l'estudi dels altres sistemes semiòtics que acompanyen el discurs.

Pel que fa a l'anàlisi del discursos professionals, seguint en la línia de la didàctica de EUP que parteix dels gèneres que utilitzen els futurs professionals, creiem que el que realment és fonamental per orientar la recerca i el disseny de materials didàctics adequats, és la constitució d'un corpus de textos orals i escrits que pugui realment servir de base sòlida als investigadors i als creadors de materials didàctics. L'equivalent del treball fet per Briz (1995) i el seu grup d'estudi sobre la llengua col·loquial, un corpus que els que fan recerca sobre aquest àmbit poden consultar, seria molt necessari en el domini de, discurs professional, especialment en l'àmbit dels negocis, que, fins ara és el que fa objecte de més demanda.

### **2.1.2 L'anàlisi del discurs**

Tal com observa Shiffrin (2001, p.1) l'anàlisi del discurs és un domini que s'ha desenvolupat considerablement i que continua fent-ho fins al punt que, actualment, els termes de "discurs" i "anàlisi del discurs" tenen tants significats diferents com tipus d'enfocament que es donen en el tractament d'aquesta matèria.



Es una disciplina estudiada per nombroses i diferents corrents acadèmiques i la recerca s'està ampliant constantment amb aportacions de diferents dominis del coneixement. Així, en el desenvolupament de l'anàlisi del discurs hi trobem la convergència de corrents tan diverses com l'antropologia, la sociologia i la psicologia que van crear models per analitzar el discurs i també d'altres disciplines que apliquen aquest models i mètodes al seu propi àmbit, com poden ser la comunicació, la psicologia cognitiva i la intel·ligència artificial. Per altra banda, també hi trobem el ressorgiment d'una disciplina del discurs tan antiga com la retòrica clàssica per tal com es coneix com una de les primeres teories que van plantejar la relació entre el discurs i l'orador i l'audiència.

El camp d'estudi sobre l'anàlisi del discurs, doncs, és ric i amplíssim perquè ha interessat a moltes de les disciplines que s'anomenen "ciències humanes i socials" fins al punt que Calsamiglia *et alii* (1999, p.19) cita Crystal (1987) que fa una llista de quinze "camps interdisciplinaris" implicats en l'anàlisi del discurs.

Segons Martín Peris *et alii* (2008, p. 40), l'anàlisi del discurs es pot entendre com una àmplia designació que es refereix al conjunt de disciplines que tenen com a objectiu l'estudi de l'ús de la llengua de manera contextualitzada. D'aquestes disciplines, reconegudes com a pertanyents a l'anàlisi del discurs en destaquen l'etnografia de la comunicació, l'anàlisi de la conversa, l'etnometodologia i també la pragmàtica, la teoria de l'enunciació i la lingüística textual.

De fet, l'anàlisi del discurs significa un canvi de perspectiva en l'apropament al fet lingüístic pel fet que passa de l'oració a l'enunciat com a unitat d'anàlisi, pel que fa a la metodologia i a la vegada, canvia la manera d'estudiar la llengua que ja no té un caire abstracte sinó que es centra en l'anàlisi del discurs emprat per interlocutors determinats en contextos concrets. Aquesta concreció fa que l'anàlisi del discurs es pugui considerar com un instrument que ens permet d'entendre les pràctiques discursives, orals i escrites de tots els àmbits socials. I és en aquest sentit que podem afirmar que és el marc adequat pel nostre treball, que analitzarà un aspecte de la pràctica discursiva en un àmbit professional determinat: el fenomen de la intensificació.

Per anar més enllà en la determinació del nostre treball en el marc teòric de l'anàlisi del discurs, ens remetem a Shiffrin (2001, p.1), que, després d'haver examinat les deu definicions d'aquest concepte donades per Jaworski & Coupland (1998), n'extreu tres

trets comuns. Es pot afirmar que el que s'estudia es fa segons l'òptica de l'anàlisi del discurs si:

1. va més enllà de la frase.
2. es considera com una anàlisi de la llengua en ús.
3. inclou aspectes no lingüístics, tant de comunicació no verbal com de context.

Tots tres elements es trobaran en l'anàlisi del discurs d'estudiants no nadius quan practiquen una interactivitat negociadora amb fins comercials, perquè, efectivament, té un camp molt més ampli que el de la frase, i encara que ens focalitzem en un aspecte concret, si no es considerés com a pertanyent a una unitat de discurs molt més àmplia que els moments determinats en que la intensificació es produeix, l'anàlisi no tindria cap sentit. El conjunt d'elements del text oral analitzat són necessaris per explicar l'ús d'aquests recursos.

En una interacció oral com és el tipus de la negociació en la qual ens centrem, ens trobem en una situació d'enunciació oral prototípica per tal com s'hi troben els següents elements. Per una banda s'hi dona la participació simultània de les persones que hi intervenen, és a dir, els interlocutors. Per altra banda aquests interlocutors comparteixen el temps i l'espai, o sigui que es troben físicament cara a cara. Finalment, construeixen una relació interpersonal que es basa en les seves característiques psicosocials (Calsamiglia i Tusón, 1999), encara que en aquest cas, en tractar-se de la simulació d'una negociació, els interlocutors adopten un rol i s'apropien d'una imatge que no és exactament la seva, sinó la que creuen que haurien d'adoptar els participants en la realitat professional de la negociació.

La nostra recerca, com ja hem esmentat, es focalitza en la llengua utilitzada per estudiants de castellà per a simular una pràctica discursiva corrent en un determinat domini professional, i encara que no sigui la llengua que utilitzarien els interlocutors amb un nivell de competència lingüística elevat, no deixa de ser l'estudi de la llengua en ús.

El treball es centra en els elements verbals i no verbals de la llengua de les negociacions objecte d'estudi. En aquest sentit, desenvolupa l'anàlisi de les unitats discursives portades a terme en el context institucional concret en el que es va dur a

terme per poder entendre tota una sèrie de fenòmens que, probablement, no s'haurien produït en un context professional.

Per altra banda, com veurem més endavant, hem observat que, indubtablement, la gestualitat té un paper determinat en la manera de comunicar dels interlocutors i, per bé que no forma part del pla inicial de recerca, l'hem hagut de considerar en una part del nostre treball. Es per això que hem decidit de fer una incursió en la comunicació no verbal del discurs dels estudiants i analitzarem els dos canals de comunicació de la negociació que constitueix el corpus d'aquest treball de recerca.

Les repercussions que l'anàlisi del discurs ha tingut en el camp de la didàctica han estat molt importants. La noció d'ensenyar la llengua en ús i en context ha provocat canvis en l'ensenyament i, en conseqüència en els materials didàctics. L'objectiu final, a llarg termini, és que la nostra anàlisi dels discurs dels aprenents de EUP pugui arribar a tenir repercussions en el camp de la didàctica de la llengua per a fins específics, de manera que es tingui en compte la introducció dels recursos d'intensificació en el treball a la classe per tal que l'aprenent pugui aplicar-los correctament en una situació professional de negociació.

### **2.1.3 La pragmàtica**

Per tal de decidir si el nostre treball està emmarcat en l'àmbit de la pragmàtica, hauríem d'intentar veure-hi clar en la divisió problemàtica entre anàlisi del discurs i pragmàtica. Intentant recollir un ampli consens, segons Brinton (2001), semblaria que l'anàlisi del discurs es centra més en el text, és més estàtic, i s'interessa més en el producte, és a dir en la solidesa del text. En canvi, la pragmàtica es centra més en l'usuari, és més dinàmica i s'interessa més en la producció del text.

Brown i Yule (1983), en la seva obra sobre l'anàlisi del discurs, es refereixen directament a la pragmàtica afirmant que tots els enfocaments en lingüística que contenen consideracions contextuals, pertanyen a l'àrea de l'estudi de la llengua que s'anomena pragmàtica. Afegeixen en el capítol sobre el discurs en context (1983, p. 27), que l'analista del discurs necessàriament ha d'adoptar un enfocament pragmàtic a l'estudi de l'ús de la llengua.

El que sembla cert és que la pragmàtica, Calsamiglia *et alii* (1999, p. 23), ha deixat de considerar-se com un mòdul més de l'anàlisi lingüístic que explica tots els aspectes del significat que la semàntica no pot resoldre, i ha esdevingut una perspectiva, una manera d'acostar-se als fenòmens lingüístics, sempre que es tinguin en compte els fenòmens contextuals.

Si seguim Vershueren (1995) que afirma que si bé no totes les anàlisis pragmàtiques són anàlisis del discurs, sí que tot anàlisi del discurs és pragmàtic, òbviament la nostra recerca es troba dins la pragmàtica. Creiem que caldria afinar més per poder demostrar que el nostre estudi s'inscriu en la pragmàtica i una manera de fer-ho seria analitzant la definició d'aquesta disciplina. Com indica Payrató (2003), de la multitud de definicions que existeixen podem seguir dos camins. O bé retenim la primera que va donar el semiotista Charles W. Morris (1938) que entén la pragmàtica com a l'estudi de la llengua en ús i tindrem una definició genèrica, o bé s'esmenta la varietat de temes que tracta i n'obtidrem una d'específica. "La pragmàtica es pot definir aleshores com l'estudi dels aspectes de l'ús lingüístic relacionats amb les funcions del llenguatge, la dixi, les inferències, els actes de parla, la cortesia, la modalitat i l'estructura textual i conversacional" com afirma Payrató (2003, p.28), D'una manera més sintètica, Escandell (2002, p.13) proposa la següent definició: "S'entén per pragmàtica l'estudi dels principis que regulen l'ús del llenguatge en la comunicació, és a dir, les condicions que determinen tant l'ús d'un enunciat concret per part d'un parlant concret en una situació comunicativa concreta, com per la seva interpretació per part del destinatari".

Per part nostra, ens focalitzarem en dos termes que apareixen en les tres definicions precedents: *ús* i *context* i entendrem amb Martín Peris *et alii* (2008, p. 421) que la pragmàtica s'interessa en l'anàlisi del que els parlants produeixen en un context. D'aquesta manera, podem demostrar que la línia de recerca que seguim sobre la intensificació analitzarà com aquests dos recursos són utilitzats pels interlocutors que participen en el context determinat de la situació comunicativa de negociació i que, per tant, s'integra de manera molt concreta en el domini de la pragmàtica.

L'obra de Calsamiglia *et alii* (1999), ja citada, sobre l'anàlisi del discurs, i els manuals de pragmàtica d'Escandell (2002), Payrató (2003) i Reyes (1990, 1995), són una font de coneixements i d'informació molt útils sobre aquests temes, així com els llibres clàssics de Yule (1996), el ja citat de Brown i Yule (1983), el de Mey (1993), el de

Schiffrin (1997), el de Moeschler i Reboul (1994) i també el “Dictionnaire de l’analyse du discours” de Charaudeau *et alii*, (2002).

Tal com observa Llobera (2003) els orígens de l’estudi de la llengua en ús, és a dir, no entesa com a descripció d’un sistema, el trobem en Malinowsky (1923) que estudia el significats en les llengües primitives i parla de la “lingüística sociològica” i Firth (1957) ja utilitza el terme de “context de situació”.

Payrató (2003), en el seu recorregut dels precedents i orígens dels plantejaments pragmàtics, fa una síntesi dels autors, que podríem anomenar, els clàssics, que són l’origen d’aquest corrent d’estudi i els emmarca en el seu camp de treball. Explica com en la filosofia del llenguatge hi ha hagut aportacions cabdals sobre les quals s’han bastit les teories de la pragmàtica. Ja en l’obra de Wittgenstein (1953) es troben consideracions pragmàtiques amb la teoria dels *jocs de llenguatge* i les tres següents en són els pilars dels principis de l’articulació del discurs: la teoria dels actes de parla d’ Austin (1962), desenvolupada més tard per Searle (1969), la del principi de cooperació i la teoria de les màximes conversacionals de Grice (1967, 1975). Anscombe i Ducrot (1981, 1983) amb la teoria de l’argumentació i Sperber i Wilson (1986) amb la de la rellevància, aporten dos elements fonamentals a la pragmàtica així com l’estudi de la cortesia.

Els estudis etnolingüístics i sociolingüístics també han fet aportacions importants a la pragmàtica, sobretot en la teoria de l’etnografia de la comunicació de Hymes (1972) i Gumperz (1977,1998) i diversos estudis de tipus funcional s’han associat a plantejaments de pragmàtica, com ara els de Hallyday (1970, 1975) i els de la teoria de l’enunciació de Benveniste (1966).

També la psicolingüística i la ciència cognitiva han portat a la pragmàtica i el seu primer representant va ser Vigotsky (1934) que es va interessar pels processos de producció i recepció real contextualitzats, és a dir per la interacció, aspecte important en el processos d’aprenentatge.

Per tal de centrar la recerca sobre negociacions comercials en castellà, com que no hem trobat, de moment, treballs específics orientats cap a aquest domini, ens hem de remetre als treballs que s’han escrit sobre la llengua oral, i més específicament sobre

el llenguatge conversacional, o conversa col·loquial, vist des d'un angle pragmàtic, que ens serviran de base per iniciar la recerca, i que exposarem en detall a 2.2.3.3.

#### **2.1.4 L'anàlisi de la conversa**

L'anàlisi de la conversa estudia les pràctiques d'interacció social en la vida quotidiana enteses com activitats bàsiques reguladores de la vida social. Inspirat en treballs d'antropologia i sociologia de Garfinkel (1967) i Goffman (1967), el terme d'anàlisi de la conversa va ser introduït per Sacks i el va difondre amb Schegloff i Jefferson, (1974) els seus col·laboradors. La seva aparició als Estats Units, està estretament relacionada amb els estudis de l'etnografia que es van portar a terme en aquell moment i, concretament, amb l'etnografia de la comunicació que estudia les activitats lingüístiques d'una comunitat i les relaciona amb el context social i amb la situació comunicativa en la qual es donen. Es recullen dades amb enregistraments de diferents interaccions de la vida corrent i això fa que per aquesta disciplina sigui imprescindible la constitució de corpus amb gravacions i transcripcions. La metodologia utilitzada parteix de la base de dades empíriques i no de categoritzacions preestablertes. Sinclair i Coulthard (1975) són representants dels analistes de la conversa a Gran Bretanya. De fet, el nostre treball segueix aquesta via de recollida de dades reals, per analitzar elements concrets de la interacció – la categoria pragmàtica, la intensificació - i veure com els interlocutors l'expressen en el seu discurs.

Voldríem mencionar l'anàlisi "conversacional", perquè en els seus estudis hi apareix freqüentment el terme de negociació, i cal remarcar que la definició que s'hi dóna no concorda amb la de la negociació comercial, com veurem en l' apartat 2.2.3.2. L'anàlisi "conversacional" es proposa de descobrir amb l'anàlisi dels torns de paraula, la base organitzativa de la conversa quotidiana no planificada ni orientada cap a uns objectius preestablerts pels participants. Les interaccions verbals s'entenen com una manera de reproduir els rols socials que tenen els membres d'una determinada societat per entendre, d'aquesta manera, de quina manera s'estructura aquesta societat. Calsamiglia i Tusón (1999) i sobretot (Tusón (2003) ofereixen una perspectiva sobre aquesta disciplina.

L'escola francesa d'anàlisi d'interaccions conversacionals, va més enllà de l'americana perquè la seva aproximació és deductiva: es basa en la delimitació d'unitats i

categories per tal de formular regles d'encadenament i de composició de les converses. Kerbrat-Orecchioni (1990, 1992, 1996, 2001, 2011) i Traverso (1999), n'han realitzat estudis molt aprofundits així com Mondada (2002) i Vion (1992). En certs moments de la recerca, caldrà fer-hi referència perquè els tres primers autors han analitzat les interaccions i els « discursos professionals » i si bé la finalitat del nostre treball no és la de l'anàlisi de la conversa per poder transcendir a una teoria social, sí que manipularem elements que els conversacionalistes van introduir en les seves anàlisis i que no s'havien tingut en compte com la integració dels components verbals i no verbals, gestos, mirades silencis, i l'obligada referència als torns de paraula que aquesta disciplina va adoptar com a unitat bàsica. Per altra banda, han definit amb precisió l'abast i el contingut dels conceptes de la negociació "comercial" i de la negociació "conversacional", tal com veurem a 2.2.3.2. trobant-ne els punts comuns i les divergències, aclarint així aquest aspecte en el qual hi havia una certa confusió.

### **2.1.5 La comunicació no verbal**

El nostre treball està focalitzat en la identificació dels intensificadors del discurs verbal de la negociació com a categoria pragmàtica. Pel fet que el material que serveix de corpus s'ha obtingut amb gravació vídeo, després de fer les transcripcions dels elements verbals i no verbals, se'ns ha fet evident que la gestualitat dels interlocutors és un element integrant de la comunicació i per aquesta raó hem volgut fer una incursió en aquest domini.

Per tal d'explorar els discurs de la negociació des de la perspectiva de la comunicació no verbal hem fet una transcripció de la negociació analitzada segons el model semiòtic de Cerdán i Llobera (1997), basat en el de Poyatos i elaborat de nou pels autors per a dur a terme la recerca del discurs a l'aula. Nhem elaborat una adaptació a les nostres necessitats i la nostra transcripció ens permet de situar cronèmicament els elements verbals i no verbals del discurs per tal de poder visualitzar si els moments en què el discurs s'intensifica, el missatge verbal s'acompanya o no de comportaments no verbals determinats, i, si ho fa, quins són. Es tracta d'un estudi exploratori i som conscients de les limitacions que ens imposa la tasca àmplia i complexa de transcriure un conjunt d'elements de la comunicació no verbal. No pretenem en cap cas ni fer-ne un estudi exhaustiu i els nostres resultats que s'han d'entendre dins de la lògica dels nostres objectius.

El que sí se'ns presenta com una evidència és la necessitat de continuar investigant sobre la multimodalitat del discurs ja que la comprensió total de com una persona respon a una altra requereix l'estudi tant de les seves accions corporals com les seves paraules i això, naturalment, inclou la gestualitat. Poyatos (2004, p. 74), un dels investigadors que més ha treballat en el domini de la comunicació no verbal, es pregunta com la transcripció només de l'element verbal pot reflectir la parla d'algú, atès que el parlant utilitza, com a mínim, el llenguatge verbal, i a més el paralenguatge i la cinésica amb un valor quasi-lèxic i sintàctic. Calsamiglia *et alii* (1999, p. 48), considera que els elements no verbals tenen un paper tan important que difícilment es poden entendre els usos comunicatius sense estudiar-los amb la mateixa atenció que els elements purament verbals del discurs i Cestero (2006 p. 58) afirma que queda establert que per comunicar i comunicar-nos utilitzem simultània o alternativament elements verbals i no verbals.

Kendon (2007, p.4) reflexiona sobre l'ampliació de l'estudi de la interacció lligada a l'aparició d'aparells de gravació vídeo que, amb la imatge, demostra que la interacció és un procés *multimodal*. Encara més enllà en aquest camp, en els últims anys han aparegut les importants aportacions com la de Kress i Van Leeuwen (2001) i Kress (2010) que proposen un enfocament social i semiòtic de la comunicació contemporània a través de la multimodalitat.

Payrató (2004, p. 27) arriba a afirmar que “no sembla que disciplines com la pragmàtica, la sociolingüística o l'anàlisi del discurs, centrades en el concepte d'ús lingüístic, puguin continuar mantenint (o fent veure més o menys dissimuladament) que aquest ús, aquesta mostra verbal de la competència comunicativa, és independent de tota una sèrie de fenòmens vocals i gestuals que hi estan sincronitzats”.

Llobera (2000, p. 24) esmenta explícitament el fet de que el llenguatge no verbal ha estat menystingut en la didàctica de llengües estrangeres i dóna exemples de la seva manca de tractament fins i tot en materials didàctics que contenen elements de pragmàtica.



*“Llama la atención la importancia que hemos dado a los elementos lingüísticos de la comunicación en este ámbito de la enseñanza. Es decir a la parte lingüística de la semiótica de la comunicación y sin embargo a la escasa importancia que se ha dado a los otros sistemas semióticos que intervienen.”*

I Cestero (1999, p.13) afirma que

*“Los estudios realizados hasta el momento no nos permiten conocer con todo detalle y profundidad qué es la comunicación no verbal, cuáles son los signos y sistemas que la integran y cómo funcionan, pero gracias a ellos tenemos la certeza de que los signos no verbales constituyen una parte sustancial de la comunicación y de los medios de comunicación humanos.”*

Creiem que, efectivament, per poder tenir una visió completa del discurs oral cal estudiar també els elements no verbals del discurs i per això la nostra contribució pot obrir el camí d'una línia de recerca sobre la gestualitat en contextos professionals que hem trobat poc explorada.

Actualment ja ha quedat assumit per part de la comunitat científica que la comunicació humana és un fenomen molt complex i no es limita a l'expressió verbal del missatge que es vol vehicular. Les tres modalitats fonamentals que intervenen en els actes comunicatius, és a dir, el llenguatge verbal, la paralingüística i la cinèsica, actuen de manera molt ben sincronitzada i demostren que en la interacció comunicativa existeixen processos globals molt ben coordinats. Els gestos, les postures, la distància entre els interlocutors, la qualitat de la veu o les vocalitzacions, tenen un paper tan important en la interacció verbal cara a cara que sembla evident que difícilment es poden entendre els usos comunicatius sense dedicar-los la mateixa atenció que els elements estrictament verbals del discurs.

Certament, la comunicació no verbal és un concepte molt ampli perquè comprèn tots els signes i sistemes de signes no lingüístics que comuniquen o s'utilitzen per comunicar i aquesta amplitud fa que sigui un camp d'estudi absolutament interdisciplinari. Els seus orígens es poden rastrejar en l'obra de David Efron (1941) però no es constitueix com a disciplina amb estatut propi fins la fi dels anys cinquanta amb dos antropòlegs, Birdwhistell (1952, 1970) i Hall (1974) i les aportacions d'etòlegs, psicòlegs i psiquiatres d'aquell moment. Ruesch i Kees (1956) publiquen el que es considera el primer manual de comunicació no verbal. Posteriorment, aquest domini

s'ha consolidat amb aportacions d'estudiosos d'altres ciències com ara la lingüística, la psicologia, la sociologia, l'anàlisi de la conversa, la psicolingüística i la paralingüística.

Kendon (2000) i Mc Neill (2000) han dut a terme estudis fonamentals per demostrar la sincronia entre la producció verbal i no verbal que els treballs de Condon (1976) ja havien posat de relleu. Kendon considera que la gestualitat s'ha d'entendre com a part integrant de la parla i demostra les analogies entre les unitats entonatives i les "frases gestuals".

La relació entre el gest i la paraula ha quedat reflectida en diverses metàfores com la de Mc Neill (2000), un dels autors amb un prestigi indubtable en aquest domini, que considera la gestualitat com a finestra de la ment. Afirmar que el gest i la producció verbal formen part d'un únic procés de producció de l'enunciat, ja que els gestos es donen només en el procés de parla, en termes semàntics i pragmàtics tenen funcions paral·leles a les de la parla, estan en sincronia amb les unitats de la llengua, i es desenvolupen al mateix temps que la parla en el procés d'adquisició de la llengua.

Aquests resultats han tingut un fort impacte en els dominis de la psicolingüística i la neurolingüística i han estat la base de la recerca sobre parla i pensament. La ciència neurocognitiva parteix de la base que la gestualitat és una forma d'acció estretament lligada al sistema del llenguatge i estudia les relacions neurològiques entre el llenguatge i l'acció. El treball de Willems i Hagoort (2006) que demostra una sòlida evidència d'interacció entre la parla i la gestualitat en el cervell n'és una mostra.

Pel que fa a la categorització dels fenòmens no verbals és l'aspecte que més se'ns fa necessari per tal de poder-nos apropar a l'estudi de la gestualitat dels participants en les negociacions que ens proposem analitzar. Trobem que, cronològicament, s'han fet diversos intents per tal de resoldre aquesta qüestió, que es pot dir que comença amb l'intent fallit de Birdswhistell (1952) d'establir una taxonomia partint de la lingüística, i perdura fins l'actual centre de referència, David Mc Neill, des de la psicolingüística. Eckman i Friesen (1969) van proposar una categorització dels fenòmens no verbals que durant anys ha estat la més acceptada com a base de treball per la recerca en aquest àmbit i Mac Neill recentment ha proposat *el continuum de Kendon*, en reconeixement a Kendon gran estudiós de la gestualitat, una escala amb cinc categories que ha estat força acceptada.

Knapp (1980) i l'esmentat Poyatos (1994) presenten categoritzacions que són les que més utilitzarem per a la realització del nostre treball. Knapp (1980) agrupa els elements no verbals en set categories diferents: moviments del cos, característiques físiques, conducta tàctil, paralenguatge, proxèmia, artefactes, i factors de l'entorn. D'altres autors hi inclouen també la cronèmia, és a dir la concepció, l'estructuració i l'ús del temps. Poyatos (1994), un referent indiscutible, ha fet una extensíssima categorització dels signes a partir del que anomena l'estructura triple del discurs que es compon del que diem (llenguatge verbal paraules), com ho diem (el paralenguatge, tota modificació de la veu i tipus de veu i les nombroses emissions quasi lèxiques independents) i com ens movem, (cinèsia, els gestos, les maneres i les postures). En el nostre model semiòtic de transcripció, tal com expliquen els seus autors, Cerdán y Llobera (1997), la descripció dels gestos està basada en la classificació dels de gestos d'Eckman i Friesen (1969) actualitzada i ampliada per Poyatos (1983).

Per a nosaltres, és molt important entendre que un dels àmbits d'aplicació de la comunicació no verbal és el de l'ensenyament de la llengua, tant de la llengua materna com de les segones llengües. Brault, el 1963, ja tracta la qüestió de la cinèsica i l'ensenyament del francès i Green (1981) escriu un llibre sobre l'ensenyament de gestos associables amb l'aprenentatge de l'espanyol. Cestero (1998, p.7) opina que ara que es dóna prioritat absoluta a la competència comunicativa l'ensenyament de llengües, cal tenir en compte que és indubtable que la comunicació no verbal forma part d'aquesta competència comunicativa i que, per tant, cal estudiar-la per tal d'integrar-la en els dissenys de programes de segones llengües. Martín Peris *et alii* (2008) afirma que els professors de llengües estrangeres han d'ensenyar als seus estudiants els components de la comunicació no verbal i la relació que s'estableix entre el sistema verbal i el sistema no verbal de comunicació. Com que aquests components varien en les diferents cultures, cal saber-los reconèixer per tal d'actuar correctament i d'establir una comunicació fluida.

En els cas de les llengües per a ús professional i més concretament en el domini de la llengua emprada en el món dels negocis, ha aparegut una literatura que pretén explicar com interpretar i utilitzar la gestualitat "per facilitar les claus per intimidar un negociador, per seduir una altra persona o copsar el grau de sinceritat que pot haver-hi darrere de la conducta verbal d'un interlocutor" (Pueyo 2004 p.43). La superficialitat i la

manca de base científica són evidents, però, malgrat tot, tal com afirma l'esmentat autor, "demostra que la comunicació no verbal interessa els nostres contemporanis".

### **2.1.6 *La interculturalitat dels participants com a component del discurs***

Per bé que no ens proposem centrar la recerca en els aspectes interculturals de les negociacions portades a terme majoritàriament per francesos, és molt probable que, incidentalment, hi haguem de fer referència. Efectivament, els estudiants que observarem interactuar, vindran amb el seu propi bagatge cultural i, probablement, algunes de les estratègies que utilitzaran o bé determinades reaccions, es podran intentar d'explicar a través de paràmetres del discurs que són propis de la seva cultura.

Desenvoluparem aquest aspecte de manera molt més detallada més endavant, però podem avançar que la línia de recerca que més s'apropa a la nostra anàlisi, és la d'una sèrie d'autors suecs, danesos i finlandesos que han dedicat molts treballs a la negociació. Parteixen sobretot d'elements del discurs però també utilitzen paràmetres d'anàlisi de l'àmbit de la psicologia i del comportament. L'objectiu consisteix a arribar a captar quines són les diferències de culturals entre els negociadors sigui a través de la llengua o mitjançant trets de comportament.

Els principals representants d'aquest tipus de recerca són Fant i Grindsted, per bé que la llista de seguidors d'aquest tipus de recerca és realment llarga i els les temes que escullen com a matèria d'anàlisi són molt variats i nombrosos, tal com veurem en l'apartat de "Recerca sobre la negociació vista des de la perspectiva de la interculturalitat" (vegi's 2.2.2.3.).

D'altres autors que també han fet recerca en el camp de la interculturalitat, però no exclusivament centrada en la negociació, són: Blum-Kulka (1982, 1984), Blum-Kulka, House i Kasper (1989), Kerbrat-Orecchioni (1990-94), Wierzbicka (1991), el manual introductori de Scollon i Scollon (1995) i Traverso (2000).

### **2.1.7 La simulació i la didàctica de llengües per a ús professional**

Les negociacions que analitzarem es produeixen a l'aula com una activitat didàctica es desenvolupen com a simulacions. Cal establir la diferència entre la simulació i l'estudi de casos. Un estudi de cas és una situació real o fictícia en què es planteja o bé un problema o es descriu una situació del domini professional. Els estudiants estudien el cas, l'analitzen i intenten trobar-hi solucions adequades. En la simulació els participants interactuen com si fossin una altra persona en una situació imaginària, però versemblant, dins del seu futur context professional. Ambdues activitats ténen rellevància i són de gran utilitat en la didàctica de la llengua per fins específics. Un exemple concret de l'aplicació de l'estudi de casos a l'EUP el trobem en Gutiérrez i Pujol (2014, en premsa) que presenten una proposta duta a terme en el medi universitari en l'àmbit del turisme. En el nostre cas, es proposa als estudiants una situació de negociació possible i versemblant, corresponent al seu àmbit professional, En acabar el procés d'anàlisi i de discussió de la situació que se'ls ha plantejat, els estudiants han de participar activament en la negociació i han d'intentar arribar a un compromís.

Aquest tipus d'activitat s'ha utilitzat durant anys com una tècnica en el camp de l'educació però no fa massa anys que s'ha aplicat al domini de la didàctica de la llengua. Cap el 1970 té un gran ressò a França i durant la dècada dels anys 80 es desenvolupen línies d'aplicació metodològica orientades a l'aprenentatge de la llengua materna (Caré i Debyser 1995, p.15). Es d'aquesta manera que comença néixer un cas particular de simulació, la simulació global, desenvolupada pel BELC (Bureau d'études pour les langues et les cultures) i divulgada per la revista *Le français dans le monde*. Es un mètode d'aprenentatge que conté jocs teatrals i tècniques de recerca d'idees amb la creativitat col·lectiva i s'articula com un grup de tasques entorn d'un centre d'interès. Per al nostre tipus de treball és interessant la lectura de la simulació global anomenada "L'entreprise" (Bombardieri, 1996).

En el domini anglosaxó, la utilitat de la simulació en l'aprenentatge de llengües també ha merescut una especial atenció i Jones (1982), Byrne (1986), Donna (2000), Oxford i Crookall (1990) i Byram i Fleming (1998), entre d'altres, consideren que és un instrument metodològic que fa més efectiu l'aprenentatge d'una llengua.

En el terreny de l'aprenentatge de les llengües per a fins específics, trobem autors que coincideixen a trobar avantatges concrets a l'ús de les simulacions, com Martín Peris *et alii* (2008, p. 530)

1. *“Considera la lengua como un vehículo para el desarrollo de **las relaciones interpersonales** así como para el **intercambio transaccional** entre individuos.*
2. *Supone desarrollar la creatividad, en un entorno que propicia **la motivación** y **la afectividad**.*
3. *Resulta una estrategia muy útil aplicada a la **enseñanza de la lengua para fines específicos** pues se trata de simular el conjunto de realidades en que se encontrará el futuro profesional para enseñarle a desenvolverse lingüísticamente en ellas de forma adecuada.*
4. *Se trabajan conjuntamente todas las destrezas, sobre todo los elementos comunicativos que intervienen en la comunicación oral: voz, entonación, gestos, movimiento, etc.”*

L'autora Gómez de Enterría, J. (2006, p. 21) afirma que

*“La simulación se nos ofrece como un excelente ejercicio metodológico para llevar a cabo tareas de todo tipo de comunicación especializada”.*

Actualment, doncs, existeix un consens en la literatura especialitzada, sobre l'adequació d'incloure aquest tipus d'activitats en els plans curriculars de castellà per a fins específics i en el disseny de programes per a l'aprenentatge de llengües per a ús professional ja que fomenta “el uso de la lengua de manera eficaz y apropiada en un contexto determinado, forma parte de los instrumentos metodológicos idóneos para la didáctica de la lengua dirigida a los profesionales que forman parte de una determinada comunidad de prácticas, y, en definitiva, contribuye eficazmente a la adquisición de una real competencia comunicativa” (Sabater 2012, p. 148).

## 2.2 Les línies de recerca sobre la negociació

### 2.2.1 El concepte de negociació

L'editorial de De Munck, J. (2004) del primer volum de la revista *Négotiations*, ens apropa de manera molt encertada a la varietat d'enfocaments que en l'actualitat tracten la negociació.

*“Il fut un temps où la négociation n’était que le thème exotique de quelques études (...) Nous n’en sommes plus là. À partir de quelques travaux pionniers, dans les années 1960 et 1970, une place fut faite au « négocié » au coeur des interactions et des luttes sociales. (...) Désignée par de multiples noms, incarnée dans bien des avatars, la négociation est désormais sur toutes les lèvres. Elle n’est pas seulement sortie de son domaine réservé – la gestion, la sociologie des relations professionnelles ou les relations internationales – pour gagner le champ entier de la sociologie. Elle a aussi conquis d’autres sciences humaines et sociales – l’économie, la psychologie, le droit, les études littéraires, les sciences politiques et administratives.” De Munck, J. (2004, p. 5)*

Tal com assenyala Kerbrat-Orecchioni (2011, p. 92) caldria citar també que l’anàlisi del discurs hi té un lloc destacat perquè també utilitza aquest concepte no en la seva acceptió més comuna que fa referència a l’aspecte lingüístic de les negociacions comercials, salarials o diplomàtiques, sinó en el marc del funcionament dels discurs en interacció, i s’anomena, en aquest cas, negociació “conversacional”, tal com explicarem en detall en l’apartat 2.2.3.2.

El concepte de negociació, efectivament, ha estat abordat per diferents ciències del comportament i ha provocat l’interès d’antropòlegs, sociòlegs, psicòlegs i lingüistes i és per això que es fa difícil d’atribuir-lo a una única disciplina (Dolón i Suau, 1996, p. 52). No obstant, els estudis sobre el comportament en la negociació tendeixen a agrupar-se en contextos específics -polítics, socials, jurídics, econòmics i àrees del món dels negocis relacionats amb temes específics com poden ser negociacions laborals, diplomàtiques, de control d’armament, de resolució de conflictes o de negociació de contractes entre empreses.

Malgrat les diferències que hi pugui haver entre els dos tipus de negociacions que hem anomenat, s’hi poden trobar punts comuns i tal com demostra Kerbrat-Orecchioni (2004, p. 18-19) els elements següents es troben en totes les formes de negociacions:

1. Un grup d’almenys *dos negociadors*, en principi directament implicats en el desacord, però que poden ser assistits, o fins i tot substituïts en la seva tasca per una o més persones externes al debat (“moderador”, “mediador” etc.)
2. Un objecte per negociar o *negociable* que pot ser d’una naturalesa extremadament variable.

3. Un *estat inicial* de desacord o divergència, d'un grau també variable, entre els interactants.
4. La implementació de *procediments*, (que realment construeixen la negociació) *per intentar de resoldre el desacord*, tant si l'entesa es produeix com si no.
5. Un *estat final*: el resultat de la negociació que també pot ser variable, perquè la negociació pot tenir èxit o pot fracassar.

Ens sembla important considerar que el que defineix una seqüència com a negociació és el fet que els participants intenten resoldre el desacord inicial deixant de banda el fet de si arriben a un acord o no. Seguirem, doncs, aquesta remarca de Kerbrat-Orecchioni. Considerarem com a negociació tot tipus d'interacció que acompleixi aquests principis.

El concepte de negociació, tal com s'utilitza en l'àmbit de l'anàlisi del discurs, no és l'objecte d'aquest treball de recerca. En realitat, s'estudiarà i analitzarà un aspecte del discurs, els recursos d'intensificació utilitzats en la negociació en l'àmbit dels negocis i que anomenarem negociació comercial per tal de diferenciar-la del primer concepte.

Es fa difícil escollir una definició de negociació, atès les nombroses mostres que n'hem trobat. La que dona Lampi, (1986, p.9) ens sembla prou adequada: "la negociació és una activitat interactiva entre dues parts, com a mínim, que tenen interessos conflictius i un problema comú i que es troben en el procés de buscar una solució al problema o de resoldre el conflicte".

Ens quedem, amb aquesta definició perquè, d'una banda, s'adiu als cinc principis de Kerbrat-Orecchioni esmentats més amunt i, a més a més reflecteix la varietat d'elements de la negociació entesa com a una activitat en el món del comerç i dels negocis perquè es tracta d'una interacció oral, que implica com a mínim a dues persones i que suposa certament una situació de conflicte, però que ambdues parts tenen interès a solucionar.



### **2.2.2      *Enfocaments no lingüístics de l'estudi de les negociacions***

La negociació comercial, sobretot en l'àmbit anglosaxó i també en els països escandinaus, s'ha tractat des d'angles i perspectives ben diferents. Els mecanismes i tàctiques per portar a terme l'activitat negociadora han generat una literatura important en volum però la més allunyada del camp de recerca que ens ocupa. S'ha estudiat des del punt de vista del comportament dels participants, dels diferents estils de negociar, del component de comunicació que té tota negociació així com des de l'angle dels fenòmens provocats per persones de diferents cultures que seuen en una taula de negociació i també des del punt de vista de llengua en ús.

Intentarem seguidament donar una perspectiva de la recerca sobre la negociació comercial, si bé de vegades es fa difícil de classificar un autor/a com a pertanyent a un marc teòric determinat. Hem trobat diferents classificacions, Dolón (1997), Putnam (2004) i Lampi (1986) però totes, o pel contingut o pel moment en que van ser escrites, ens semblen parcials. Les divisions que hem fet recullen i amplien aspectes de les tres autores citades.

La nostra divisió es basa, en un primer nivell en dos grans grups de perspectiva de treball de l'estudi de les negociacions: l'enfocament lingüístic i l'enfocament no lingüístic que acullen, a la vegada, diferents tendències i que desenvolupem a continuació.

Troblem una sèrie de recerques sobre la negociació no centrades en l'anàlisi de la llengua que s'hi utilitza i en realitat els primers treballs en l'activitat de negociar provenen de d'estudis enfocats des de l'angle de les ciències psico-socials i de l'economia.

#### **2.2.2.1.      *L'enfocament des del punt de vista de l'economia i del món dels negocis***

Entren en aquest apartat tots els estudis orientats a la formació específica en negociació per als professionals o futurs professionals del món dels negocis. Hi trobem tres tipus de recerca: les posicions prescriptives, la recerca sobre el conflicte i la resolució de problemes i la "game theory".

#### 2.2.2.1.1 Les posicions prescriptives

El tipus de literatura sobre la negociació anomenat prescriptiu és el que estudia el comportament dels participants en negociacions i conflictes reals per tal de poder aconsellar sobre com s'hauria d'actuar en aquest tipus de situacions per obtenir el que es vol. Els conceptes que treballa aquesta línia són els que tipifiquen aquesta literatura: "com ser un negociador eficient", "com tenir èxit en una negociació" o bé "obtingui el sí". L'objectiu final consisteix a desenvolupar o perfeccionar les habilitats de negociació (Raiffa, 1982).

El resultat és una abundantíssima quantitat de llibres sobre tàctiques i estratègies de negociació escrits sobretot per consultors en gestió. Alguns són destinats a centres de formació de professionals en tècniques de negociació i d'altres tenen el gran públic com a objectiu.

Cal remarcar que a aquestes publicacions els manca credibilitat perquè no provenen d'una recerca sistemàtica, sinó que es basen en l'experiència dels autors i, per tant, no disposen d'un corpus que pugui donar la sistematització i l'anàlisi que exigeix la recerca científica. Segons Lampi (1986, p. 22) totes passen per un sedàs pedagògicocomercial, tenen un afany de guany manifest i són una font de beneficis econòmics per als autors i editors. Tanmateix cal fer una remarca: no s'ha de subestimar totalment aquest tipus de literatura perquè influeix en la formació que es dona a professionals per a negociar "millor" i "amb èxit". Per tant, si després l'ensenyament s'aplica a la vida professional, les negociacions que els investigadors analitzaran, tindran la influència d'aquestes posicions prescriptives que, per tant, cal tenir en compte.

Es podrien donar dotzenes de referències d'aquest tipus de literatura, però ens limitarem a dos autors que potser són els més representatius: Fisher & Ury (1981), Cohen (1980), perquè generen un tipus de bibliografia que no utilitzarem en el nostre treball. Cal remarcar, però, que encara actualment es publiquen llibres dins d'aquesta línia, com el de Llamazares (2003) a Espanya que té un títol revelador: "Cómo negociar con éxito en 50 países".

#### 2.2.2.1.2 Recerca sobre el conflicte i la resolució de problemes

Una gran part de la recerca feta sobre les negociacions comercials, ha estudiat per una banda el conflicte des del domini socio-psicològic, que hem exposat i, per una altra banda, l'aspecte del comportament en el procés de resolució de problemes. En tots dos tipus de treballs el concepte d'anàlisi de necessitats ha rebut una atenció considerable i Pruitt (1981) n'és un bon exponent.

També en aquest domini hi trobem els estudis sobre les característiques de la personalitat dels negociadors i la seva influència en la interacció, com els de Nierenberg (1981) Des del punt de vista del món dels negocis els conceptes de la presa de risc i del risc compartit són importants i també l'estudi sobre la qualitat i la distribució de la informació: Mc Grath & Julian (1963). Cal observar que en aquest tipus de recerca sol utilitzar el mètode quantitatiu de l'anàlisi i molt poc el qualitatiu.

#### 2.2.2.1.3 La “game theory”

Des d'un punt de vista de la pragmàtica, el concepte de jocs de llenguatge es troba ja en l'obra de Wittgenstein (1953), que considera que els fets lingüístics posseeixen unes normes i tenen sentit en la mesura que participen, com en un joc, d'unes regles. El concepte és desenvolupat més tard per Levinson (1979).

En aquest apartat, però, ens referirem a una teoria sobre la negociació que parteix d'uns models que són essencialment d'origen econòmic. Es centra en obtenir un màxim de guanys i un mínim de pèrdues, en utilitzar una sèrie de “regles” i de posseir una sèrie de recursos avantatjosos que condueixen a prendre decisions estratègiques i a analitzar, després, el resultat del procés Lewicki *et alii* (1999). Es tracta d'una estratègia de negociació altament competitiva.

El paper principal de la comunicació en aquest tipus d'enfocament és el de donar informació i de saber utilitzar estratègies i tàctiques de negociació. Schelling (1960) , fent-se ressò de les crítiques al “game theory”, afirma que és inadequat a moltes situacions de negociació perquè el fet que hi hagi d'haver un guanyador i un perdedor, no s'ajusta a la realitat, que molt sovint té més matisos. El model econòmic ignora la interacció social que permet al participants d'entendre's i d'arribar a un acord favorable

per ambdues parts i Walton & Mc Kersie (1965) observa com la inflexibilitat d'aquestes activitats negociadores a les quals s'atribueixen puntuacions numèriques per a cada resultat possible, fa que sigui un sistema que no es pugui generalitzar.

#### **2.2.2.2. La perspectiva de la interculturalitat**

La recerca sobre la negociació analitzada des d'una perspectiva intercultural és important en volum. L'augment de les relacions internacionals entre professionals, porta cada vegada més a la necessitat de negociar amb interactants que solen pertànyer a diferents cultures. Inevitablement, es va fer palès el fet que, malgrat que s'apliquessin els mètodes internacionals de negociació que teòricament havien de conduir a la "globalització" de les estratègies de negociació, hi havia reaccions i conductes específiques dels participants que només s'explicaven pels seus rerefons culturals. Es va prendre consciència del fet que desconèixer una sèrie de paràmetres culturals dels interlocutors, podia conduir a situacions de malentesos que podien influir de manera molt negativa en la negociació.

Sorgeix una recerca, a la qual, encara que no té res a veure amb la llengua, i no es centra exclusivament en la negociació, alguns estudiosos del discurs de la negociació s'hi referiran en certs moments dels seus treballs i per això és important de mencionarla. La més seriosa és la que es basa en les obres de Hall (1966), Hofstede (1980, 1991), Trompenaars & Hampden (1997), Gannon (1994) y Schneider *et alii* (1997).

Hofstede primer i Trompenaars i Hampden-Turner uns anys després, estableixen una sèrie de dimensions culturals que permeten d'analitzar les diferències que poden existir entre les cultures. Aquest anàlisi ha de ser un instrument que permeti actuar millor en situacions culturalment difícils que es puguin presentar en el món de l'empresa. Aquests autors parteixen del principi que cada cultura es diferencia de les altres segons les solucions específiques que adopten per resoldre el problema que sorgeixen amb les altres persones, amb el temps i amb l'entorn, i a partir d'aquí basteixen la seva teoria. Creuen que les cultures del món es poden comparar i descriure a través de set dimensions: cinc que estan lligades a les relacions personals i les altres dues al temps i l'espai.

Les teories d'aquests autors, per bé que criticades en certs aspectes després, són un punt de referència per tota una sèrie d'autors que decideixen investigar sobre les negociacions interculturals i hi ha una vastíssima literatura sobre comportaments dels interactants segons els valors de la seva cultura.

En l'àmbit del castellà, cal remarcar la importància del projecte INES<sup>2</sup> que ha portat a terme un estudi seriós, basat en un corpus amb els punts de vista tant d'empresaris estrangers que practiquen la negociació amb homòlegs espanyols, com amb els de negociadors d'empreses espanyoles tant a Espanya com a l'estranger, sobre l'estil de negociar dels espanyols que té en compte les 7 dimensions de Hofstede i Trompenaars i un interessant resum del qual ha estat publicat (Villemoes *et alii* 2003).

Però també es produeix recerca sobre la llengua de les negociacions, amb la qual, en definitiva, es construeixen, amb un objectiu de recerca sobre la conversa i la interculturalitat. Estudiosos de Dinamarca, Suècia i Finlàndia fan una quantitat important de treballs basats en diversos aspectes de llengua, sobre negociacions interculturals, la majoria amb participants castellanoparlants. Analitzarem aquest fenomen a 2.2.3.1. perquè es considera que, malgrat que estudien aspectes interculturals, es troben dins la línia de recerca de la perspectiva de l'anàlisi de la conversa.

### 2.2.2.3. Enfocament sociopsicològic

Rubin & Brown (1975), representants d'aquesta tendència, defineixen la negociació un procés en el qual dues, o més parts, determinen el que cadascuna donarà o prendrà en la disputa que tindrà lloc entre elles. Es una caracterització prou explícita d'aquest enfocament que considera la negociació, abans que tot, com una interacció social, com un procés interpersonal. En aquesta línia de recerca és important la dimensió de **la influència**, perquè la manera d'exercir-la per una part i per l'altra és l'element intangible que determinarà el resultat de la negociació. Es per això que es considera que aquest enfocament és de caire sociopsicològic.

---

<sup>2</sup> INES : International Negotiations in Spanish. Projecte realitzat per ESADE , Barcelona (Universitat Ramon Llull), Copenhagen Business School (University of Copenhagen) i la Wirtschftsuniversität, Wien (Viena) que va ser presentat a la Comunitat Europea el maig de 2002.

Karrass (1970) estudia les peticions que es fan durant la negociació per la informació que proporcionen a la part oposada sobre les preferències, intencions i actitud envers l'altre i Rubin & Brown (1975), així com Argyle & Dean (1965) tenen molt en compte els components no verbals, concretament la mirada, com elements instrumentals que poden influenciar l'oposant.

Es evident que aquest tipus d'estudis donen molta importància a les característiques socials, psicològiques i físiques presents en la situació de negociació. Es per això que molts dels treballs en aquest àmbit es centren en les diferències socials, de personalitat i de sexe entre els participants en una negociació.

#### **2.2.2.4. Recerca sobre la negociació i la comunicació.**

Donahue (1981), Putnam i Jones (1992) i Theye i Seiler (1979) formen part dels nombrosos autors seguidors de la corrent que estudia la interacció en la negociació des de la perspectiva de la comunicació. Segons Putnam & Roloff (1992, pp. 3-4) la comunicació en la negociació comprèn una gran varietat de factors tals com missatges verbals i no verbals, prosòdia, intercanvi d'informació, llengua, mitjans de comunicació, símbols i significats. Òbviament, la negociació vista des de la perspectiva de la comunicació és un camp vastíssim que cobreix una gran varietat de disciplines.

Seguint Putnam & Roloff (1992, p.10), en els estudis de la comunicació en la negociació hi ha dues perspectives que es destaquen entre moltes d'altres:

- La dels autors que adopten el punt de vista del sistema d'interacció i es concentren en la seqüència, el desenvolupament i els esquemes verbals i no verbals recurrents en la negociació, com Donahue *et alii* (1985) i Putnam i Jones, (1992).
- La dels estudiosos que es centren en la interpretació simbòlica, és a dir en els significats que es creen, es mantenen o es modifiquen en la interacció negociadora. Els estudis en aquest camp examinen la llengua, les estructures conversacionals o els símbols, com a indicis dels significats que els negociadors construeixen a partir del seu context situacional o cultural. En aquest grup es destaquen Díez (1986), Neu (1988) i Putnam, Van Hove i

Bullis (1991). Gibbons, Bradac i Busch (1992) es centren en els processos interpretatius i l'anàlisi de la llengua.

### **2.2.3 Recerca sobre la llengua i el discurs en les negociacions**

La llengua i el discurs han esdevingut instruments d'anàlisi importants per estudiar el procés de la negociació. La majoria dels treballs pertanyen a tres tendències diferents: a l'anàlisi de la conversa, a la pragmàtica i als actes de parla.

#### **2.2.3.1. Des de la perspectiva de l'anàlisi de la conversa**

La línia de recerca citada a 2.1.4. utilitza l'anàlisi de la conversa per extreure'n conclusions que aportin dades sobre els comportaments donats pel rerefons cultural en les negociacions. Seguint la tradició de l'etnometodologia, s'aïllen microestructures de la conversa per tal d'extreure'n les regles que la governen i per entendre com els participants fan que la seva interacció tingui sentit. Com a autors d'aquesta tendència es poden citar Francis (1988), Walker (1995), White (1997) així com Lampi (1986) i Mulholland (1991).

Lampi fa un estudi exhaustiu de negociacions de compravenda en anglès i les analitza des de diferents angles, tots des de la perspectiva de l'anàlisi discursiu per tal de veure com els elements del discurs influeixen en les estratègies de negociació. Muholland (1991) realitza una anàlisi detallada de diferents aspectes de l'estructura discursiva, però sense analitzar un corpus i el llibre pretén a la vegada ser prescriptiu en el sentit que explica el que cal fer i el que no s'ha de fer per negociar correctament des del punt de vista de la llengua. La gran diferència amb la literatura prescriptiva que hem mencionat a 2.2.2.1.1. consisteix en el fet que Mulholland dóna explicacions molt detallades i documentades de les raons que la porten a donar consells.

Putnam (2004, p.36) inclou també els estudis que investiguen la interculturalitat en aquest apartat d'anàlisi de la conversa i respectem aquesta classificació. Creiem, però, que si bé és cert que una part dels estudis de Fant i Grindsted sovint fan servir elements del discurs com a punt de partida, també empren paràmetres d'anàlisi de l'àmbit de la psicologia i del comportament, perquè la seva finalitat és arribar a destriar

les diferències culturals entre els negociadors sigui a través exclusivament de la llengua o mitjançant trets de comportament.

Aquests investigadors que ja hem esmentat, fan servir una metodologia que és pràcticament comuna a tots: analitzen el discurs de la negociació i es centren en diversos aspectes: l'argumentació del conflicte i del consens (Grindsted i Fant, 1995), la regulació conversacional (Fant 1996), l'afirmació de la imatge d'una de les dues parts o bé l'intent d'atraure l'altra part posant de relleu la seva imatge o establint vincles entre ambdues, els “*push*” i “*pulls*” de Fant (1993), els marcadors de consens i de dissensió i la demostració d'afecte positiu o negatiu per tal de comparar el comportament integratiu o distributiu dels danesos negociant amb espanyols (Grindsted, 1989), l'organització de la conversa al micronivell del discurs en una negociació entre espanyols i danesos (Grindsted, 1990a), o els esquemes recurrents que es troben en les seqüències en una negociació entre danesos i espanyols (Grindsted, 1990b).

Una vegada feta l'anàlisi, si comproven que hi ha fenòmens que són components estratègics de la negociació en una i altra part, dedueixen que el que fa escollir als negociadors aquests components en la llengua i no d'altres, és degut a la influència del sistema de valors culturals que ténen internalitzat, (Grindsted, Fant, 1995).

L'objectiu final d'aquests autors de nombrosos articles, Grindsted (1994), Fant, (1989, 1990, 1992), consisteix a partir de l'anàlisi discurs per arribar a conclusions sobre el comportament negociador entre membres de dues cultures diferents, veure'n les diferències i poder comprendre d'on sorgeixen una sèrie de malentesos que poden influir negativament en una negociació.

En aquesta mateixa línia trobem els treballs de Bullow-Møller (1992) que estudia les estructures de coherència en les negociacions a través de la repetició. Per altra banda, la mateixa autora té una sèrie de treballs en els quals compara els nadius i els no nadius en situacions de negociació (Bullow-Møller 1993, 1996, 2001). En el seu article de 1996 analitza diferents estratificacions del comportament en les intervencions dels no nadius, com per exemple, les actituds interpersonals, d'intergrup, interculturals i també el fet d'utilitzar una interllengua. És especialment interessant perquè dona consells didàctics a partir de les conclusions que extreu de la seva anàlisi.



També Trosborg (1989) s'ocupa de les dificultats que poden tenir els no nadius en el moment de fer servir determinades estratègies de negociació i Kjaerbeck (1997) es centra en les unitats de discurs en les negociacions entre mexicans i danesos també des d'una perspectiva intercultural, així com Öber (1995) que demostra que les males interpretacions entre negociadors nadius i no nadius que interactuen en anglès, poden ser fetes servir com a recurs estratègic.

Bjørge *et alii* (1995), sembla que desfan la creença que una millor competència lingüística dels negociadors fa arribar a una sortida satisfactòria d'una negociació, analitzant negociacions dutes a terme exclusivament per no nadius en anglès, en aquest cas per mexicans i noruecs.

Heydenfeldt, (2000) analitza negociacions entre mexicans i nordamericans segons el model de variació cultural individualisme-col.lectivisme i Ulijin (1995), des d'una perspectiva més àmplia que la negociació, estudia els conceptes de cortesia i de temps en la comunicació entre professionals del món dels negocis. El mateix Ulijin (2000) fa un estudi de la formulació de preguntes en negociacions monoculturals i interculturals portades a terme per danesos i espanyols per tal de demostrar que els negociadors utilitzen una tipologia diferent de preguntes segons ho facin en la L1 o en la L2.

Villemoes (2003), fa un estudi de com els espanyols del sud, creen les condicions necessàries per iniciar negociacions amb estrangers, Van Hooft i Korzilius (2001) es pregunten si es pot establir una connexió directa entre l'ús de la llengua i els valors culturals i Neumann (1995) proposa un mètode basat en criteris pragmàtics per descriure el sistema de preguntes en negociacions reals entre alemanys i suecs.

Hem exposat amb més detall aquesta línia de recerca perquè, si bé en el nostre treball no ens proposem analitzar l'aspecte intercultural, creiem que, malgrat la multitud de paràmetres que fan servir els estudis citats, són els que més s'apropen a la realitat i que, certament, els que tracten d'aspectes d'anàlisi de la conversa, ens seran de gran utilitat.

### 2.2.3.2. Des de la perspectiva de l'anàlisi “conversacional”

Dediquem un apartat especial a l'anàlisi anomenat « conversacional” per una de les seves principals representants, Kerbrat- Orecchioni, perquè ens sembla una línia de recerca molt interessant i ben estructurada, que, si bé no és la que adoptarem en aquest treball, sí que ens ha interessat de conèixer, pel context d'algunes de les interaccions que analitzen, doncs es tracta de diàlegs que tenen lloc en petits comerços, als qual farem referència més endavant.

L'esmentada autora considera que les anomenades “negociacions comercials” o “negociacions diplomàtiques” designen un tipus particular d'interacció que es desenvolupa en un context institucional i que té un objectiu “extern” (venda d'una mercaderia, resolució d'un conflicte entre estats etc.) que orienta i determina la major part de les activitats dutes a terme pels interlocutors durant tota la interacció Kerbrat Orecchioni (2004a, p.8)

Seguint Kerbrat Orecchioni (2004a, p.8), les “negociacions conversacionals es poden donar en tot tipus de context inclús en els més familiars i poden sorgir de manera local durant el desenvolupament de l'intercanvi. Certament, poden tenir objectius externs (escollir una pel·lícula, un restaurant o procedir a prendre decisions de manera col·lectiva), però també poden tenir com a objectiu *els propis ingredients que componen la matèria de la conversa* i que són “negociables” com per exemple l'alternança dels torns de paraula, els temes tractats, el valor semàntic i pragmàtic dels enunciats, les opinions expressades, la relació interpersonal, etc. Es per aquest motiu que dóna la següent definició de la negociació conversacional:

*“On appellera “négociation conversationnelle tout processus interactionnel susceptible d'apparaître dès lors qu'un différend surgit entre les interactants concernant tel ou tel aspect du fonctionnement de l'interaction, et ayant pour finalité de résorber ce différend afin de permettre la poursuite de l'échange.” Kerbrat Orecchioni, C. (2004a, p.7)*

Com que el discurs en acció es construeix col·lectivament, els participants s'han de posar d'acord sobre les regles del joc de llengua en el qual es troben i si bé moltes vegades aquestes regles s'estableixen espontàniament, es pot donar el cas que sorgeixi un desacord. Caldrà resoldre aquest desacord per a poder continuar la interacció, i els mecanismes d'ajustament que es generen per tal de restablir l'acord, s'anomenen negociacions conversacionals.

Per bé que l'anàlisi conversacional té un corpus de negociacions no necessàriament centrades en l'àmbit dels negocis, sí que s'han fet estudis sobre un tipus particular d'interaccions professionals: les que ténen lloc entre un client i un venedor en diferents "petits comerços". Kerbrat-Orecchioni (2001b) analitza una conversa entre un carnicer i la seva clienta per veure com funciona la cortesia, entesa per la pragmàtica com el conjunt de procediments que fan servir els participants per mantenir les "faces" respectives. Traverso (2010) estudia l'estructura la interacció entre un venedor i dues clientes per la compra d'un parell de sabates en una botiga de Damasc, que és clarament una negociació generalitzada en la qual estan en joc diferents elements com poden ser la qualitat, el color o el preu de la mercaderia. El seu objectiu, però, és intercultural, dins de l'àmbit de l'anomenat "Conversation Analysis in Foreign Language Data » (Moerman, 1996).

Cal remarcar que Grosjean i Mondada (2004) han publicat un recull de treballs anomenat "La Négociation au travail" que estudien la negociació en l'àmbit laboral. En una primera part treballen sobre el concepte de negociació "conversacional" i Mondada (2004) en fa la primera aproximació. Després d'analitzar diferents situacions de feina, com pot ser les negociacions sobre el repartiment de béns en un cas de liquidació del règim matrimonial en un despatx de notaris o bé la negociació de coneixements com a forma d'ensenyament i aprenentatge en una classe de llengua. Finalment estudien tres negociacions comercials: la primera està enfocada al paper i el poder d'una secretària d'una petita i mitjana empresa en la negociació amb el client (Palisse, 2004, pp. 289-305), la segona estudia una negociació atípica entre un client i el conseller de clients en una banca ( Dumas, 2004, pp. 307- 326 ) i la tercera analitza com s'eviten i s'ajornen els desacords en els diferents estadis d'una venda a domicili (Lorenzo-Basson, 2004, pp. 327-344).

Com ja hem exposat, per bé que el nostre estudi no es centra en "l'anàlisi conversacional", és interessant de veure com es desenvolupen i són analitzades interaccions orals en situacions professionals certament poc estudiades fins ara

### **2.2.3.3. Des de la perspectiva de la pragmàtica**

La recerca que segueix l'enfocament pragmàtic per estudiar la negociació, amplia el seu camp d'acció perquè té en compte els elements verbals i no verbals per a crear

significats. La velocitat de la parla, les pauses i el volum de la veu s'integren a l'anàlisi. O'Donnell (1990), demostra com els anteriors elements combinats amb l'elecció de les paraules i les seqüències d'interacció, serveixen per a establir una posició dominant. Neu (1988) treballa en la mateixa línia i demostra com cada vegada que es fa una concessió es parla amb un volum de veu més accentuat.

La concessió com una tàctica de la negociació també ha generat una sèrie de treballs sobre estratègia i tàctiques, anàlisis interaccionals i fases de la negociació que segons Putnam (2003, p.37) es poden emmarcar d'una manera general en aquesta classificació.

Es important remarcar que en aquest tipus d'estudis, la llengua funciona com un instrument per a obtenir una sortida guanyadora tant a nivell individual com de grup.

Tal com hem esmentat a 2.1.2., com que no sembla que hi hagi cap línia de recerca centrada sobre l'anàlisi de recursos pragmàtics en negociacions comercials en castellà, ens hem orientat, com a base de treball, en els estudis pragmàtics sobre les interaccions orals en l'àmbit de la llengua col·loquial en castellà. D'especial interès pel nostre treball són els estudis sobre la cortesia verbal que estudien i l'atenuació i també fan referència a la intensificació si bé no és el seu objecte d'estudi principal.

L'obra de Briz en el domini del castellà col·loquial és remarcable i són nombroses les seves publicacions que ens seran d'una gran utilitat i sobre les quals es recolza, en bona part, el principi de la recerca, sobretot pel que fa a la seva classificació dels intensificadors i atenuadors en la conversa col·loquial. Per una banda ha coordinat recopilacions d'articles sobre pragmàtica i gramàtica de l'espanyol parlat i sobre anàlisi del discurs, (Briz, 1995, 1997). Per altra, ha escrit articles específicament sobre la intensificació i l'atenuació (1995, 1997, 2001, 2003), llibres sobre l'espanyol col·loquial i un esbós de pragmagramàtica (1998).

D'altres autors que han estudiat els fenòmens de la intensificació. D'especial rellevància pel nostre treball són els de Bustos (1997) per les categories pragmàtiques, els de Narbona (1997) per la repetició i aspectes de sintaxi i pragmàtica, els de Beinhauer (1991), el de Vigara, (1992) per la definició de la intensificació i els de Meyer, (1988), Herrero (1991), per a l'estudi de l'atenuació i la intensificació així com

els de González Calvo (1984-88) que realitza una descripció exhaustiva de tots els intensificadors en castellà. La tesi de doctorat d'Albelda (2005) sobre la intensificació en l'espanyol col.loquial és una excel.lent referència i també el seu article sobre intensificació/descortesia i atenuació/cortesía (2005). També és interessant l'estudi de García Izquierdo (1997) sobre els connectors il.latius. Desenvoluparem àmpliament el contingut d'aquest paràgraf en el capítol 6, dedicat al marc teòric de la intensificació.

#### **2.2.3.4. Des de la perspectiva dels actes de parla**

Un acte de parla és la unitat bàsica de comunicació lingüística amb la qual realitzem una acció i, de fet, és pròpia de l'àmbit de la pragmàtica. (Austin, 1955) va iniciar aquesta manera d'entendre la llengua i el terme "acte de parla" sorgeix del seu deixeble Searle (1969) que, anys més tard va perfeccionar i consolidar aquesta teoria. En la producció de l'acte de parla s'activen tres dimensions: la locutiva (enunciativa), la il.locutiva (intenció comunicativa) i la perlocutiva (la reacció que provoca en l'interlocutor). Searle agrupa els actes de parla en cinc categories i en una primera versió de la seva teoria associa directament, formes lingüístiques amb la força il.locutiva de l'acte de parla. Més tard s'ha vist que això no és vàlid en tots els casos. Al contrari, força vegades, hi ha una oposició, és a dir que amb una pregunta, per exemple, es pot suggerir. Per això va establir la teoria de "l'acte de parla indirecte". L'acte de parla va inspirar els conceptes de nocions i funcions sobre els que s'han basat els programes nociofuncionals com a propostes per l'ensenyament comunicatiu.

Pel que fa a la interacció negociadora, les amenaces, les promeses i les expressions per a comprometre's a fer o no fer alguna cosa, són importants en les negociacions i per això han estat estudiats per Gibbons *et alii* (1992) i Walton i Mc Kersie (1965).

Un altre camp d'estudi en aquest apartat és el que tracta de l'ús de les peticions en les negociacions com Donahue i Díez (1985) que van comparar com ambdues parts utilitzaven les seqüències pregunta-resposta i van comprovar com es feien servir per extreure informació de l'oponent.

### 2.2.3.5. Recerca de la negociació en contextos laborals

Existeix una línia de recerca molt interessant que analitza el discurs de les negociacions en el context laboral. El llibre de Firth (1995) és un dels màxims exponents d'aquesta tendència. Els autors que hi col·laboren aporten una sèrie de contribucions des d'aquesta perspectiva, en contextos ben diferents.

Es considera que la negociació té uns condicionants contextuais molt potents, en aquest cas l'àmbit d'actuació professional que condiona el desenvolupament de la conducta conversacional. La negociació és una activitat basada en el discurs i en la situació, una activitat que es construeix de manera interaccional en uns escenaris socials concrets (Firth, 1995, p. 3).

L'obra és un intent de comprendre, primer, com la negociació es realitza a través del discurs, entès com l'ús de la llengua en interacció, en segon lloc com l'activitat de negociació a la vegada depèn del context i el constitueix i, en tercer lloc, com s'articula els discurs interaccional de la negociació en una varietat de contextos propis del món actual: els àmbits professionals.

Es per això que en aquest tipus de recerca, l'anàlisi de la negociació no es centra només en la negociació comercial, perquè aquest tipus d'activitat es dona en innumerables llocs i situacions i no solament en les transaccions mercantils.

En el recull de Firth (1995), utilitzant situacions reals enregistrades i transcrites, després de donar una panoràmica de les teories sobre la negociació, (Firth, pp. 3-40, es passa a estudiar negociacions a l'interior de les organitzacions: Bilmes (1995, pp.61-81), Boden (1995, pp. 83-99), Walker (1995, pp. 102-139), Jones (1995, pp. 141-157), Button i Sharrock (1995, pp. 160-179). En l'àmbit internacional: Firth, (1995, pp. 183-221), Wagner (1995, pp. 224-245) i Marriott (1995, pp. 247-267). Finalment, en llocs de treball que formen part de la vida quotidiana: agències de viatges, oficines de la Seguretat Social, consultes mèdiques, per exemple, Mazelan et alii (1995, pp. 273-297), Linell i Fredin (1995, pp. 299-317), Ten Have (1995, pp. 320-343), Torode (1995, pp. 346-371) i Wheatley(1995, pp. 374-397).

Aquest tipus de recerca és innovadora perquè és molt allunyada dels treballs que pretenien categoritzar el llenguatge de les negociacions amb anàlisis estadístiques que després servien per donar esquemes de codificació (Donohue, Diez i Hamilton, 1984 i Neu, 1988) i tampoc s'interessa en els resultats als qual s'arriba al final de les negociacions com van fer tota una sèrie d'investigadors començant per Zartman (1975).

L'estudi de la negociació en els llocs de treball no intenta fer una teoria de la negociació, sinó que els autors extreuen de les transcripcions, una varietat d'accions basades en la llengua, que d'una manera sistemàtica i ordenada intenten obtenir una sortida satisfactòria per ambdues parts en una negociació. Com aquest acord es construeix conjuntament a través d'un discurs interactiu i contextualitzat, seria l'objectiu de l'obra. Sembla un enfocament seriós, a la vegada amb bases teòriques sòlides, objectius clars i sobretot profundament arrelat a la realitat.

#### **2.2.3.6. Recerca sobre la retòrica en la negociació**

Una darrera línia de recerca es centra en l'estudi de figures de retòrica que apareixen en les negociacions.

Un dels representants d'aquesta línia de recerca Putnam (2004) que estudia concretament la metonímia i la sinècdope en la negociació seguint recerques fetes sobre aquestes figures de retòrica en el discurs en l'àmbit professional i institucional. Efectivament, la metonímia i la sinècdope havien estat estudiades per Mannings (1979) en el discurs de la policia, Hamilton (1977) en un conflicte dels empleats del National Health Service i Watson (1995) les havia analitzat la discussió de dos directors d'una companyia sobre un problema de personal. Aquesta autors entenen la negociació com un procés que evoluciona i canvia i la recerca es fonamenta en la integració d'anàlisi de figures de retòrica en els conceptes de negociació i vol demostrar com la llengua contribueix a capacitar o bé a obligar als participants a buscar vies alternatives en el desenvolupament de la negociació.

## 2.3 Conclusió

La negociació entesa com una interacció verbal en un context, o en una sèrie de contextos professionals ha desvetllat un gran interès, sobretot en els països anglosaxons i escandinaus, i els estudis realitzats des de diferents línies de recerca sobre la negociació són molt nombrosos.

En primer lloc, hi trobem abundants treballs i estudis de recerca des d'enfocaments no-lingüístics que consideren els aspectes socio-psicològics en la negociació, o bé es centren en les nombroses qüestions interculturals que es troben les negociacions entre membres que pertanyen a cultures diferents, o bé s'interessen en la negociació des de l'angle de la comunicació, o, simplement, prescriuen diferents tècniques i estratègies per a negociar amb èxit en el món dels afers especialment. Aquest últim tipus de recerca, però, és dubtosa perquè no presenta corpus organitzats dels quals es puguin extreure conclusions d'uan manera rigorosa i científica.

En segon lloc, hi ha hagut també un gran interès per l'estudi de la llengua i del discurs de les negociacions comercials, tant des de la perspectiva de l'anàlisi conversacional, com des de la visió des del camp de la pragmàtica o des del punt de vista dels actes de parla.

En tercer lloc, les dues últimes línies de recerca que han sorgit, segueixen camins que indiquen noves perspectives en l'estudi d'aquest àmbit. Efectivament, per una banda, s'han fet estudis força complets i seriosos sobre la negociació en contextos laborals molt diferents, que s'aparten dels estrictament comercials que s'havien analitzat fins ara i que volen demostrar que l'element més important d'una negociació és el context en qual es desenvolupa. I per altra banda ens trobem amb una línia original de recerca sobre la retòrica com a aspecte a tenir en compte en l'estudi de la negociació.

Pel que fa a la recerca sobre les negociacions comercials en castellà, cal remarcar que, fins ara, segons la informació de la qual disposem, ha estat feta principalment per escandinaus que han portat a terme estudis tant sobre negociacions dutes a terme per espanyols i llatinoamericans, sigui entre ells o bé amb oposants d'altres nacionalitats. Una excepció honorable és la del projecte INES, que hem esmentat a 2.2.2.3. i que centra l'estudi en l'estil de negociar dels espanyols. De moment, però, no hem



aconseguit de trobar treballs fets a per estudiosos espanyols o d'Amèrica Llatina sobre l'anàlisi del discurs de negociacions comercials en castellà.



**CAPÍTOL 3.**  
**PREGUNTES DE RECERCA.**



## **Introducció**

Les negociacions que es porten a terme en l'àmbit dels negocis, són processos interactius, en els quals es dona una tensió dialèctica constant. Per una banda els interessos de les parts implicades sovint són oposats, però per l'altra no poden perdre de vista que tenen un objectiu comú: construir una sortida positiva i que ambdues parts hi surtin guanyant.

En el discurs verbal de les negociacions hi ha dues categories pragmàtiques, la dels intensificadors i la dels atenuadors del discurs que juguen un paper important en aquest procés esmentat. Els intensificadors tenen la força il.locutiva que permet de fer pressió sobre els oponents en moments determinats però si no s'utilitzen atenuadors i només s'intensifica, la negociació no es pot construir i deixa d'existir perquè es trenca.

El nostre treball es focalitza en l'estudi d'un d'aquest dos elements tan importants en una negociació, la categoria pragmàtica de la intensificació, tal com és utilitzada per estudiants francòfons que aprenen el castellà com a L2 per a ús professional i sorgeix després d'haver observat i enregistrat la seva actuació a les nostres classes.

### **3.1 Objectius generals i específics**

#### **Objectius generals**

Estudiar el discurs que articulen aprenents de castellà francòfons en interaccions de simulació d'una negociació de caire professional portada a terme en una escola de comerç internacional de París que permeti saber i entendre de quina manera es manifesta la intensificació en els discurs professional de la negociació.

#### **Objectius específics**

Fer un estudi d'alguns dels components lingüístics i no lingüístics que uns aprenents de castellà per a fins professionals utilitzen d'una manera espontània per expressar la intensificació en una negociació com activitat de classe, sense haver-hi estat específicament preparats, en el marc de la recerca duta a terme a la classe.

El treball, vol investigar l'expressió de la intensificació en el discurs amb l'anàlisi dels dos canals semiòtics de la comunicació que, inevitablement, s'han de donar junts: el llenguatge

verbal i el llenguatge no verbal. Com a objectiu immediat, es vol entendre com funciona i es relaciona l'expressió verbal i la no verbal del missatge emès pels aprenents en el discurs de l'activitat interactiva de negociació, per tenir un millor coneixement de les capacitats comunicatives, en un context professional, d'uns estudiants concrets en un moment donat del seu procés d'aprenentatge. Com a objectiu d'aplicació a terme mitjà, però no menys important, es vol explorar quins poden ser els lligams entre els resultats de la nostra recerca i la didàctica de la llengua per a fins especialitzats el que fa que el nostre treball sigui una anàlisi del discurs amb possibles implicacions per a la didàctica de llengües segones.

### 3.2 Preguntes de recerca

Per poder assolir els objectius específics esmentats en tota la seva dimensió, hem formulat una sèrie de preguntes agrupades segons la temàtica a la qual pertanyen, de la manera següent:

1. Alguns dels elements discursius analitzats en aquest estudi ens permeten tenir una idea més precisa dels processos d'ensenyament i d'aprenentatge de la llengua per a fins específics?
2. Quin tipus de recursos verbals d'intensificació utilitzen els aprenents en la negociació?
  - a. N'utilitzen d'altres que no siguin al repertori que hem adoptat?
  - b. Quin tipus de recursos verbals d'intensificació no utilitzen? Podem determinar per què?
  - c. Utilitzen calcs del francès que siguin incorrectes en la L2?
  - d. Hi ha desviacions cap a un registre no adequat a la situació de comunicació?
3. Amb quina finalitat utilitzen la intensificació? Quines funcions atribueixen als recursos d'intensificació?
4. Quines són les relacions entre el canal verbal de comunicació i el no verbal? El canal verbal i el no verbal es donen sempre junts?
  - a. El llenguatge no verbal substitueix el llenguatge verbal?
  - b. L'ús que fan els aprenents del canal verbal i del canal no verbal de comunicació és congruent?

5. Els intensificadors no verbals tenen funcions comunicatives? En cas afirmatiu, quines són?
  - a. Es poden associar determinats components no verbals amb funcions determinades?
6. El nivell de competència lingüística és el factor que determina un major o menor ús de la gestualitat?
  - a. Quins altres elements poden influir en la utilització més o menys pronunciada del llenguatge no verbal?
  - b. Es possible determinar factors no lingüístics en l'elecció d'un tipus de gestualitat determinat?
7. Quin paper té la intensificació en l'estil de la negociació estudiada?

Aquestes són preguntes a les quals intentarem donar resposta en la nostra recerca que serà duta a terme segons els principis de la recerca qualitativa. Concretament, adoptem l'enfocament etnogràfic que ens aporta el rigor científic i, a la vegada, la flexibilitat suficient, per generar noves preguntes a partir dels resultats que es van obtenint, i que, com es veurà, és el cas de la nostra investigació.





**CAPÍTOL 4.**  
**METODOLOGIA DE LA RECERCA.**



## Introducció

La metodologia que utilitzem en aquest treball s'inscriu dins del paradigma qualitatiu en la seva vessant de l'enfocament etnogràfic de la recerca i l'elecció d'aquesta metodologia d'investigació està íntimament lligada al nostre posicionament inicial sobre el context i les preguntes de recerca. El fet de decidir investigar uns elements determinats del discurs dels nostres estudiants mentre duen a terme una activitat que es desenvolupa regularment en les nostres classe de castellà com a L2, ja ens situa, i, a la vegada, condueix a la utilització d'una metodologia, l'enfocament etnogràfic, que ens permetrà observar, interpretar i reflexionar sobre el que succeeix a l'aula, recollint-hi dades i extraient-ne conclusions que ens permetran millorar la nostra actuació com a professors en benefici dels estudiants. Seguint l'enfocament etnogràfic, en el nostre cas, podrem fer recerca des de la realitat de la classe i observar com els participants expressen una determinada categoria pragmàtica en l'activitat que estudiem. Els resultats de la nostra anàlisi ens permetran, d'aportar coneixements sobre la intensificació en el discurs professional per una banda, i per l'altra, prendre decisions sobre el que cal introduir a les nostres classes per tal que els estudiants obtinguin la capacitat d'utilitzar la llengua que estan aprenent en el seu entorn professional amb un bon nivell de competència comunicativa.

### 4.1 La recerca en lingüística aplicada

Les definicions del concepte recerca en lingüística aplicada son molt nombroses i d'un valor científic indiscutible. Ens guiarem, però, amb la formulada per Nunan, (1992, p.3):

*“Research is a systematic process of enquiry consisting of three elements or components: (1) question, problem or hypothesis, (2) data, (3) analysis and interpretation of data”.*

En efecte, malgrat l'aparent simplicitat d'aquesta definició creiem que és la que d'una manera més encertada i de manera sintètica i, reflecteix quins són els elements essencials que marquen el camí de la recerca. Considerem que el nostre treball s'hi adscriu plenament perquè conté tots tres components: sorgeix d'una pregunta generada per l'observació a l'aula, sobre la manifestació d'un elements del discurs en una situació d'aprenentatge de llengua, es basa en les dades aportades per un corpus compost per la transcripció d'una negociació duta terme com a activitat a la classe de llengua i l'anàlisi d'aquestes dades i la posterior interpretació ens permetran de donar compte de quins elements verbals i no verbals empren els participants en les negociacions per a intensificar el seu discurs i treure'n les conclusions pertinents.

## 4.2 Recerca qualitativa i recerca quantitativa

Molta de la literatura sobre les tradicions de recerca en la lingüística aplicada ha fet una distinció radical entre la recerca qualitativa i la recerca quantitativa subratllant així la dicotomia entre aquests dos enfocaments d'investigació. Segons aquesta perspectiva, els termes que generalment s'associen a aquests dos conceptes, tant per criticar-los com per aprovar-los, es poden resumir d'aquesta manera (Quadre 1) (Reichardt i Cook, 1979)<sup>3</sup>.

Recerca qualitativa	Recerca quantitativa
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recomana l'ús de mètodes qualitatius</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recomana l'ús de mètodes quantitius</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• S'interessa per la comprensió del comportament humà des del marc de referència del propi actor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pretén trobar fets o causes de fenòmens socials sense tenir en compte la vessant subjectiva de les persones</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observació naturalista i no controlada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mesura de manera intrusiva i controlada</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Subjectiva</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objectiva</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propera a les dades: perspectiva "des de dins"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aïllada de les dades: perspectiva "des de fora"</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Grounded</i>, orientada a la descoberta, exploratòria, expansionista, descriptiva i inductiva</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Ungrounded</i>, orientada a la comprovació, exigeix confirmació, reduccionista, inferencial i deductiva</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orientada cap al procés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orientada cap al producte</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vàlida: dades "reals", "riques" i "profundes"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exacta: dades sòlides i que es poden reproduir</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No generalitzable: estudis de casos únics</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generalitzable: estudis de casos múltiples</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suposa una realitat dinàmica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suposa una realitat estable</li> </ul>

Quadre 1. Termes generalment associats als enfocaments qualitius i quantitius (Reichardt i Cook, 1979).

Els que sostenen la recerca quantitativa afirmen que és controlada, objectiva, generalitzable, orientada cap al producte i assumeix l'existència de "fets" que són externs i independents de l'investigador. En canvi, els adeptes de l'enfocament qualitatiu defensen que tot tipus de coneixement és relatiu, que existeix un element subjectiu en tota recerca, que és un enfocament

<sup>3</sup> Segons l'adaptació de Nunan, 1992, p. 4. Traducció de l'autora.

holístic i que no és generalitzable, és a dir que els resultats de la recerca no poden ser aplicats en contextos que no siguin aquells en què les dades són recollides.

Existeixen, doncs, dues metodologies que tenen tant fermes detractors com defensors i que han provocat una llarga controvèrsia en la comunitat científica. Segons el que acabem d'explicar, els que adhereixen a l'enfocament quantitatiu, l'única manera segura de fer recerca, és experimental i utilitza eines estadístiques d'anàlisi. A partir de les mostres obtingudes, generalitza postulats cap a grups molt més amplis que els investigats. En canvi per molts d'altres, la manera vàlida de fer treballs de recerca és la perspectiva qualitativa que observa comportaments en context, els descriu i els interpreta però no intenta generalitzar-los. Ens inclinem per aquest enfocament qualitatiu de la recerca, encara que, com veurem, hi ha autors que afirmen que hi certs tipus de treballs que admeten la complementarietat de tots dos paradigmes.

D'altres autors, intenten anar més enllà de la distinció binària entre mètode quantitatiu i qualitatiu, com Chaudron (1988), que fa una divisió més àmplia en la tradició de recerca en lingüística aplicada i considera que hi ha quatre tipus d'anàlisi, que anomena enfocaments:

1. L'anàlisi psicomètrica. Compara o bé diferents mètodes, o bé materials, o bé tècniques d'ensenyament amb el mètode experimental, per tal de determinar si una o més d'una d'aquestes variables dona millors resultats d'aprenentatge que d'altres. L'eina principal d'anàlisi d'aquest tipus de recerca és l'estadística.
2. L'anàlisi interaccional. En el context de les classes investiga fins a quin punt el comportament dels estudiants és una funció de la interacció determinada pel professor i de l'ambient de l'aula.
3. L'anàlisi del discurs. Analitza el discurs amb les transcripcions de les interaccions a l'aula en termes lingüístics de caràcter estructural-funcional.
4. L'anàlisi etnogràfica. Es focalitza en els processos d'ensenyament i d'aprenentatge més que no pas en els productes finals i en fa una observació naturalista no controlada.

Nunan (1989), però, redueix a dues grans tendències les quatre proposades per Chaudron: l'anàlisi psicomètric o quantitatiu i l'anàlisi interpretatiu o qualitatiu perquè creu que l'anàlisi de discurs i l'anàlisi interaccional són mètodes de recollida de dades més que no pas tradicions de recerca pròpiament dites. Més autors han intentat trobar d'altres models per sortir del que consideren la simplificació qualitatiu/quantitatiu, com per exemple Grotjahn (1987) que creua

tres paràmetres que es troben en tots els treballs de recerca actuals i amb el creuament obté vuit paradigmes, dos tipus de recerca purs i sis de creuats. D'altres, com Wallace (1998), tal com dèiem al principi, no creuen que hi hagi una real oposició entre aquest dos enfocaments perquè les dades quantitatives poden ajudar a la comprensió d'anàlisis qualitatives i, a l'inrevés, els treballs qualitatius poden ser útils en la recerca quantitativa.

Creiem que és molt vàlida la tesi de Nunan sobre aquest tema (1992, p.20) que considera que, en realitat el que hi ha darrere de cadascun dels dos enfocaments és la visió personal que té l'investigador de la realitat i de la veritat. Per sota la recerca quantitativa hi ha el principi que la funció bàsica de la recerca és descobrir fets i veritats que són independents de l'investigador. En canvi, els investigadors que fan recerca qualitativa qüestionen la noció de realitat objectiva i defensen la subjectivitat de l'enfocament qualitatiu. Tal com Rist (1977, p. 43) afirma<sup>4</sup>:

*“Ultimately, the issue is not research strategies, per se. Rather the adherence to one paradigm as opposed to another predisposes the view of the world and the events within it in profoundly different ways”.*

Van Lier (1998) proposa un altre model per anar més enllà del binomi qualitatiu/quantitatiu. La recerca en lingüística aplicada pot ser analitzada des de dos paràmetres diferents: l'intervencionista i el selectiu. En l'intervencionista, l'investigador interfereix en l'entorn - l'extrem seria la recerca formal en laboratori - mentre que en el selectiu l'investigador estudia fenòmens del context en el qual tenen lloc en un major o menor grau i l'extrem seria un estudi naturalista d'una classe en acció. Creuant aquests dos paràmetres s'obtenen quatre espais semàntics, *measuring, controlling, watching i asking/doing*, com es pot observar en la Figura 1.

---

<sup>4</sup> Citat per Nunan (1992) a *Research Methods in Language Teaching*.

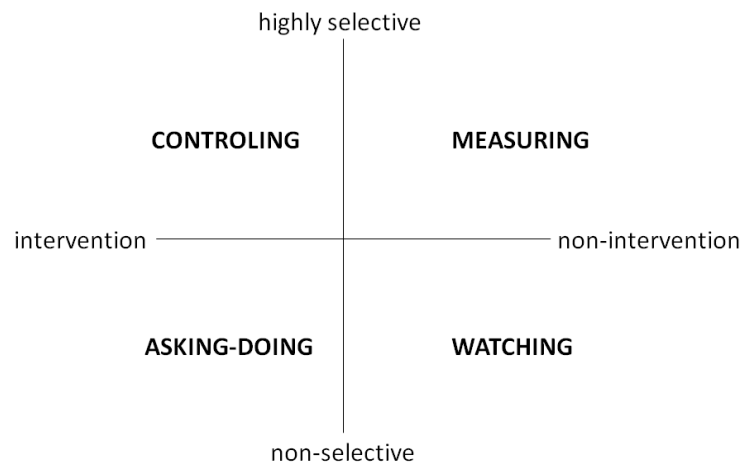


Fig 1. Tipus de recerca Lier 1988, p.57. (Adaptació de Nunan, 1992, p.7)

L'espai anomenat *controlling*, té un alt grau d'intervenció i de control i es focalitza en estudis amb un nombre limitat de variables de les qual cal tenir-ne el control absolut. L'espai *measuring* inclou els mètodes de recerca que necessiten un alt grau de selecció i un baix grau de control. Per exemple quan un professor vol obtenir dades sobre un fet general a tot els tipus de classe de L2, selecciona una taxonomia de preguntes que seran fetes a classes diferents. Haurà estat molt selectiu en el tema que vol investigar però no intenta controlar el comportament dels alumnes. L'espai *asking/doing* es compon d'estudis que requereixen un alt grau d'intervenció i baix grau de control. Així, es poden investigar àrees amb problemes<sup>5</sup> buscant i fent preguntes als informants i sovint s'acaba determinant el problema d'una manera tan precisa que es pot passar a l'espai de control de variables, o bé la interpretació de les respostes i punts de vista dels informants poden fer que l'experimentació no sigui necessària. Finalment, l'espai *watching* es caracteritza per un grau zero de control i de selecció. Per exemple, un estudi que entraria en aquest espai seria el d'un investigador que vol fer un retrat descriptiu de les persones que formen el conjunt d'una institució docent i de la feina o les ocupacions que hi tenen.

Nunan (1990, p. 7-8) troba que aquest model de tipus de recerca és útil perquè reflecteix el que pot i sol passar en la realitat quan es fa recerca. Es pot iniciar en l'espai d'observació, *watching*, i després, a mida que van sorgint temes, és pot delimitar la recerca fent prendre llavors la

---

<sup>5</sup> En aquest context, el mot « problema » no té una connotació negativa i es refereix a un centre d'interès per la recerca.

decisió de passar a l'espai d'experimentació. Veurem més endavant (4.6.) com la nostra recerca va passar per espais diferents de l'esquema de Van Lier.

### 4.3 La recerca qualitativa

Després d'haver fet un repàs dels diferents mètodes de recerca i d'haver-nos detingut especialment en la dicotomia qualitativa/quantitativa, i les diferents propostes per superar-la, adoptem la definició del mètode qualitatiu de Creswell (2007, p. 249) com la que millor sintetitza el que representa pel nostre treball.

*This an inquiry process of understanding based on a distinct methodological tradition of inquiry that explores a social or human problem. The researcher builds a complex, holistic picture, analyzes words, reports detailed views or informants, and conducts the study in a natural setting.*

Al principi d'aquest capítol hem presentat un quadre (Quadre 1) amb els trets que caracteritzen l'anàlisi qualitatiu i el quantitatiu segons Reichardt i Cook (1979) per tal de veure les diferències i el contrast entre els dos paradigmes de recerca. Ampliem ara el concepte de la recerca qualitativa amb els principis que li són propis segons Cambra (2003) i amb els trets metodològics que Colás i Buendía (1994) consideren que es donen en la pràctica de la recerca.

Els principis bàsics de la metodologia qualitativa queden recollits per Cambra (2003) i són els següents: el rigor com el que té tot estudi científic, la naturalitat d'un treball fet en el seu context, la credibilitat (*versus* validesa) deguda a la profunditat i a la durada de l'observació, la transferibilitat dels resultats que no es poden generalitzar sinó que poden ser aplicables a d'altres contextos semblants i la confirmabilitat de les conclusions que ha de poder ser duta a terme per d'altres investigadors amb les mateixes dades o marcs naturals similars.

Colás i Buendía (1994) destaquen els trets metodològics de la recerca qualitativa en la pràctica de la investigació:

- La recollida de dades té lloc en situacions naturals, totalment contextualitzada i sense manipulació.
- L'investigador és el principal instrument de la recollida de dades i empra el seu bagatge de coneixements implícits.



- S'utilitzen tècniques de recollida de dades que són obertes, flexibles i que permeten reflectir models de comportament.
- La selecció de dades no es fa amb la intenció de generalitzar sinó de generar una teoria únicament aplicable al grup objecte d'estudi i l'anàlisi de les dades és de tipus inductiu.
- La teoria es genera a partir de les dades i no al revés. El disseny de la recerca es va elaborant a mida que la investigació avança, es modifica, es qüestiona.

Creiem que la majoria d'aquests elements queden reflectits en el nostre treball. Al final d'aquest capítol establirem el posicionament d'aquest estudi dins de la línia metodològica que hem escollit i els paràmetres precedents, ens serviran de referents per justificar com la nostra recerca es pot considerar emmarcada la recerca qualitativa i, concretament dins l'enfocament etnogràfic.

Tot tipus de recerca té diferents fases, i en la investigació qualitativa se'n distingeixen quatre. En primer lloc s'efectua la recollida de dades que és important que es porti a terme en el context en el qual es donen i no a partir d'una situació manipulada. En segon lloc, es passa a l'anàlisi de dades que no es reserva pel final com és el cas en la recerca quantitativa. Es considera que l'anàlisi ja s'inicia amb la codificació de les dades. En tercer lloc, es genera teoria perquè una recerca qualitativa no es pot quedar en la descripció i el seu objectiu consisteix a generar teoria a partir de les dades recollides de manera empírica, segons la *grounded theory* (Glaser i Strauss, 1967), a la qual tornarem a fer referència més endavant en aquest capítol. L'investigador parteix amb un bagatge personal teòric que va modificant a mida que la investigació avança amb les dades que va recollint i les conclusions que n'extreu. A partir de les dades de l'anàlisi, en una interacció entre les dades i la generació de teoria que, a la vegada provoca la necessitat de recollir d'altres dades, va sorgint la teoria a la qual s'arriba al final d'aquest procés. Finalment, l darrera fase de la recerca qualitativa és la redacció de l'informe de recerca que ha de tenir una descripció summament detallada de tot el procés i la justificació de la metodologia que s'ha utilitzat. Geertz (1973) afirma ha de ser una descripció "densa" - rica en detalls -, contextualitzada i holística, i tractada des del punt de vista èmic, és a dir dels participants de la recerca. L'objectiu consisteix a que el lector pugui disposar del màxim d'informació per tal que d'obtenir una base sòlida per apreciar la credibilitat de la investigació.

## 4.4 La recerca etnogràfica

Creswell (2007) integra l'enfocament etnogràfic de la recerca com una de les cinc maneres d'apropar-se al paradigma de la recerca qualitativa, juntament amb la recerca narrativa, la fenomenologia, la *grounded theory* i l'estudi de casos. Malgrat les diferents opinions d'altres autors que en fan d'altres classificacions, pel nostre treball, l'enfocament etnogràfic cau dins del paradigma de la recerca qualitativa que involucra totes les fases del procés de recerca, des de la recollida de dades fins la seva interpretació.

Atès que el nostre treball es troba profundament arrelat en aquesta manera d'enfocar la recerca, ens sembla oportú fer un repàs dels seus antecedents i destacar-ne les principals característiques, perquè són les que hem adoptat per portar a terme la nostra recerca.

### 4.4.1 Els orígens

Es considera que els orígens de l'etnografia es troben en l'antropologia. Des del seu terreny de l'antropologia lingüística, Duranti (1997, p. 126) defineix una etnografia com “la descripció escrita de l'organització social, les activitats, els recursos simbòlics i materials i les pràctiques interpretatives que caracteritzen un grup particular d'individus”. L'antropologia cultural a principi del segle XX ja posava de relleu els estrets lligams entre llengua cultura i pensament. A la primera meitat del segle XX, contrastant amb els estudis lingüístics que es basaven en la descripció i anàlisi de les llengües europees que tenen un codi escrit i a més una reflexió sobre la gramàtica, els antropòlegs es van focalitzar en l'estudi de llengües que no tenen codi escrit i tampoc descripcions gramaticals. D'aquesta manera, Boas (1911) i més tard Sapir (1933), considerats com els fundadors de l'antropologia lingüística, en aprendre les llengües de les cultures ameríndies que volien estudiar, es van adonar que el seu aprenentatge no es reduïa al codi lingüístic sinó que estaven aprenent tot un conjunt de valors i de relacions socials que es manifestaven en la manera com les persones usaven el codi (Tusón, 1995, p.150). Amb els treballs de Malinovski (1936), que va aportar el concepte fonamental de la importància del context de situació en el qual s'han d'entendre els enuncisats, les llengües són considerades com un element constitutiu de la societat i de la cultura de les comunitats que les parlen.

Pel que fa el camp de l'educació, la *Stanford Conference on Education and Anthropology* el 1954, és una data clau per l'impuls que es dona definitivament a l'Antropologia de l'educació (Planella *et alii*, 2007) ja que el seu objectiu era de buscar els lligams filosòfics i teòrics entre

l'educació i l'antropologia. Hi van assistir nombrosos antropòlegs i educadors i, posteriorment, es van crear grups de treball i es van publicar llibres i revistes com la prestigiosa *Anthropology & Education Quarterly*.

Duranti (1997) remarca com s'ha anat delimitant el terreny dels estudis en l'àmbit de l'etnografia. La concepció de Malinovski (1936) que les etnografies havien de ser estudis que compreguessin la totalitat d'aspectes d'un poble determinat va donar lloc a treballs molt interessants, però també es van produir simplificacions excessives i, precisament el llenguatge era un dels elements que no es tenia en la consideració que mereixia. Actualment, els investigadors fan recerca sobre diferents aspectes de grups específics i els antropòlegs lingüistes es focalitzen en les diferents formes d'integració de la comunicació lingüística en la cultura del grup estudiat.

Des d'aquesta perspectiva s'iniciarà una corrent de recerca que tindrà més endavant un gran impacte en l'ensenyament de llengües. En la dècada dels anys seixanta, s'elabora el terme "d'etnografia de la comunicació" que és una branca de l'antropologia lingüística. Segons Martín Peris *et alii* (2008, p. 227) la competència comunicativa fa que algú pugui participar en les pràctiques comunicatives d'un grup perquè en comparteix la llengua i l'ús i, a la vegada, fa que en sigui membre, amb la qual cosa queda totalment lligada a la perspectiva antropològica i social de la llengua.

#### **4.4.2      *Concepte i definició***

En el terreny de recerca en l'aprenentatge i l'ensenyament de llengües, Alwright (1991) qualifica l'etnografia com un conjunt de procediments (i una actitud) utilitzada sobretot pels antropòlegs que intenten documentar i comprendre el comportament de les persones que formen part d'una cultura. En els seus orígens els etnògrafs estudiaven les cultures exòtiques, però en els últims anys, l'etnografia s'ha utilitzat per estudiar les persones en diversos escenaris de la vida quotidiana i remarca que

*Ethnography has gained considerable support as an approach to classroom research in education in general, as well in studies of language and teaching and learning.* Alwright (1991, p. 5).

Efectivament. Nunan (1989) afirma que hi ha un interès creixent per la utilització de tècniques etnogràfiques en la recerca centrada en la classe i el treball de Van Lier (1988) que defensa

l'etnografia com la metodologia més adequada per entendre i investigar el que passa a l'aula, ens ha resultat d'una gran utilitat i pertinència en la nostra recerca i ens hi referirem sovint.

Van Lier (1988) intenta trobar una definició de l'etnometodologia i accepta la dificultat de fer-ho, donat que el ventall de contextos de recerca en la qual és utilitzada és molt ampli i els punts de vista sobre els seus objectius són d'una gran varietat. Ens remet a Hammersley i Atkinson (1983), per veure la casuística que ha suscitat la qüestió del que fa l'etnògraf. Ens interessa particularment la que Van Lier considera que és la pregunta central de l'etnografia de la comunicació, feta per Saville Troike (1982, p.2):

*“What does a speaker need to know to communicate appropriately within a particular speech community?”*

En aquesta pregunta els conceptes centrals són comunicar i aprendre a comunicar i, a més, d'una manera apropiada en una comunitat de parla, que són els exactament els objectius que pretenem que han de ser prioritaris en l'aprenentatge i ensenyament de tota segona llengua i, particularment, el de les llengües d'especialitat. Per tant, si l'enfocament etnogràfic de la recerca es resum en aquesta pregunta, és aquesta metodologia la que ens sembla més adequada per a emprendre el nostre estudi.

Segons la definició de Watson Gegeo, (1988, p. 576), “l'etnografia estudia el comportament de les persones en escenaris naturals i es focalitza en la interpretació cultural del comportament”. L'objectiu de l'etnògraf consisteix a fornir una relació que expliqui i que interpreti el que fa un determinat grup en un entorn determinat, el resultat de les seves interaccions i el significat que aquestes interaccions tenen per a aquest grup, perquè l'etnografia es centra en el comportament humà en grups i en els esquemes culturals d'aquest comportament. En el cas de la recerca a la classe de llengua, es considera que l'investigador etnògraf estudia una cultura, l'aula, i que focalitzarà el seu interès en el grup que constitueix la classe.

Creswell (2007, p.242) prenent com a referències Thomas (1993) i Wolcott (1987) defineix l'etnografia de la manera següent:

*This is the study of an intact cultural or social group (or an individual or individuals within the group) based primarily on observations and a prolonged period of time spent by the researcher in the field. The ethnographer listens and records the voices of informants with the intent of generating a cultural portrait.*

Fem una síntesi dels deu punts que caracteritzen l'etnografia en el terreny de l'educació proposats per Margarida Cambra (2003, pp. 18-19) i que ens semblen molt encertats per tenir-ne una visió de conjunt amb una perspectiva de reflexió sobre aquest tema centrada en un espai més ampli que el de la didàctica de les segones llengües.

1. L'etnografia s'interessa per la realitat de les situacions educatives, l'aula és vista tal com és, un lloc real, és un espai de la realitat, real per si mateix en què els participants viuen la seva pròpia realitat i realitzen activitats comunicatives per aprendre un llenguatge. L'etnografia té com a finalitat aprofundir els fets quotidians, de reconstruir el sentit de les interaccions des del punt de vista dels interactants.
2. El fet de focalitzar-se en una classe en tant que grup social i comunitat cultural, permet d'abordar la manera de comunicar dels seus membres, que comparteixen una mateixa llengua o diverses llengües i constitueixen un discurs polifònic i particular que condueix a l'adquisició de llengües.
3. La finalitat de l'etnografia consisteix a descriure acuradament i interpretar les accions i interaccions dels aprenents i dels docents a partir de dades empíriques per tal d'extreure'n models explicatius i comprendre de manera holística aquests processos complexes. En el *continuum* macro-micro del context, es tracta tant de descriure detalladament el context tal com es construeix pel interactants, com de tenir en compte les dades macrocontextuals tal com són percebudes pels interactants.
4. El coneixement detallat de les interaccions tal com tenen lloc a les classes hauria de contribuir a la millora i a la innovació i també a l'organització de tasques. Cal conèixer els problemes per transformar-los en elements de resposta i de solució<sup>6</sup>.
5. L'etnografia es centra en els participants, les seves percepcions, les seves representacions i la cultura que comparteixen. La recerca la fan totes les persones implicades, tant aprenents com professors.

---

<sup>6</sup> Margarida Cambra remarca que Van Lier, va dir aquestes paraules en un seminari de doctorat organitzat per la Universitat de Barcelona (1998).

6. La recerca etnogràfica es centra en els actors de la classe i particularment en el professor com a informant i col·laborador de la recerca que contribueix al desenvolupament de la seva pròpia formació professional.
7. L'etnògraf accepta la singularitat de cada classe i no intenta fer una generalització de del resultats dels seus treballs sinó transferir del resultats a d'altres situacions similars.
8. Acceptar la complexitat de les situacions educatives implica no buscar explicacions simples a fenòmens complexos, El retrat que en resulta no és anecdòtic sinó que és el resultat d'un acte analític metòdic.

Nombrosos autors han tractat el tema de l'enfocament etnogràfic i de les moltes definicions que n'han fet, i segons Nunan (1992) en sobresurten sis trets comuns malgrat la diversitat d'autors: el contextual, el no intervencionista, el longitudinal, el col·laboratiu, l'interpretatiu i l'orgànic. La recerca etnogràfica és

- contextual per la importància que es dóna al context, i la percepció subjectiva de la recerca. (Watson Gegeo i Ulichny, 1988).
- no intervencionista pel fet que l'etnografia involucra l'estudi de la cultura/característiques d'un grup en el món real i no pas en un laboratori on es manipula aquesta realitat. Freeman (1992).
- longitudinal ja que la recerca es realitza en un espai de temps que pot ser llarg.
- col·laborativa atès que involucra tots els participants i no solament l'investigador.
- interpretativa des del moment que l'investigador fa anàlisis interpretatives de les dades.
- orgànica perquè existeix una interacció entre les preguntes/hipòtesis i la recollida de dades/interpretació.

Van Lier (1988) tracta de la distinció entre "*weak view*" i la "*strong view*" de l'etnografia. La primera perspectiva considera l'etnografia com a inferior amb respecte a la psicometria i els seus adherents la defineixen com una observació poc sistemàtica i poc estructurada i seva utilitat consisteix a generar preguntes i hipòtesis que poden ser tractades després experimentalment. La segona perspectiva, a la qual Van Lier adhereix, considera l'etnografia com un paradigma de recerca vàlid per dret propi: "... ethnography is theory building, and thus the core of a humanistic approach to social science..." (Van Lier, 1988, p. 54).

Com ja hem remarcat, no tots els autors subscriuen la validesa de l'enfocament etnogràfic. La teoria i els mètodes de l'enfocament quantitatiu són radicalment diferents. Una de les crítiques de base és el fet que quan se segueix el l'enfocament etnogràfic, les preguntes sorgeixen en els transcurso de la recerca i no abans de començar-la. Nunan (1992, p. 56) recorda que s'ha dit que la psicometria és una hipòtesi que cerca dades mentre que l'etnografia són unes dades que cerquen hipòtesis. Reconeix que és una afirmació exagerada però que certament posa de relleu una de les característiques més importants de l'etnografia que ja hem assenyalat: la interacció entre les preguntes i les dades, que es generen les unes a les altres. Pot ocórrer que l'investigador acabi contestant preguntes que no s'havia formulat al principi el que suposa una violació del principi de lògica de Brown (1988) i és inacceptable per la recerca quantitativa.

I aquesta qüestió ens porta a la *grounded theory*, que ja hem mencionat més amunt (vegi's 4.3), i que sosté la validesa de la recerca que genera la teoria a partir de les dades, com ho fa el mètode etnogràfic. Long (1986) i Gregg (1989) argumenten en contra afirmant que el mètode que posar la teoria en primer lloc i les dades que la puguin demostrar en segon lloc, és més eficient i racional. El 1990, Long afirma que l'objectiu de base de l'etnografia de l'educació és descriure processos que podran ser manipulats més tard de manera experimental i d'aquesta manera confirma la perspectiva de l'etnografia com una "weak view", simplement descriptiva que no pot establir cap causalitat.

Ens adherim a la postura que adopta Nunan (1992, p.57) sobre aquests punts de vista divergents i que considera, malgrat el risc que suposa fer "strong causal claims" sobre la base de la descripció, que l'etnografia és una tradició vàlida per si mateixa i que no es pot relegar a ser un instrument per generar experimentació, com hem vist que s'ha pretès fer.

#### **4.4.3 Característiques**

L'etnografia ofereix diverses característiques. Les més importants i bàsiques són les dues següents. En primer lloc té la dimensió holística, és a dir que qualsevol aspecte de comportament o de cultura ha de ser descrit i explicat en relació amb la totalitat del sistema del qual forma part. La perspectiva holística ens permet d'examinar els esdeveniments d'una situació de comunicació "...en el seu context, per tal de comprendre què signifiquen, per què es produeixen, on ténen lloc i la varietat de funcions que poden cobrir". (Van Lier, 1990, p.42).

En segon lloc, l'enfocament etnogràfic té un punt de vista **èmic**, és a dir, que cada situació observada i descrita ho ha de ser des de la perspectiva dels participants en aquesta situació. "Les característiques èmiques es refereixen a les regles, conceptes, creences i significats de les persones i que funcionen dins el el seu propi grup".(Van Lier, 1990, p.43).

Es **naturalista** perquè l'investigador fa les seves observacions en l'entorn natural en el qual la gent viu i treballa (Shatzman and Strauss (1973, p.5) ja que per comprendre les situacions d'interacció cal comprendre també el context en què es produeixen.

Es també **participant** perquè l'investigador té la funció d'observador del grup i hi és reconegut com a tal pels participants, queda integrat en el mateix terreny de l'observació.

Implica la comprensió teòrica de fets singulars i la descripció de casos individuals i concrets i és per això que és **interpretativa** i es considera també **generativa** perquè

*"... no parteix de dades manipulades ni d'hipòtesis apriorístiques. Les dades no serveixen per a il·lustrar tesis, sinó que aquestes en sorgeixen en cascada, es perfilen i defineixen progressivament a partir de l'exploració del context". Cambra (2003, p. 17).*

És també **empírica**, feta a partir del treball de camp que és una manera d'apropar-se al coneixement dels membres del grup.

És **naturalista**. Actuant en el context natural del grup que s'observa, els etnògrafs són mediadors culturals que consideren les persones observades com a informants, no com a subjectes ni objectes.

#### **4.4.4 El procés de la recerca etnogràfica.**

Si ens centrem en el procés d'una recerca etnogràfica, constatem que la recollida de dades comença amb un marc teòric que dirigirà l'atenció del l'investigador cap a un cert tipus de preguntes de recerca. Si l'observació no està basada en una teoria explícita, sempre estarà guiada per l'"ontologia implícita de l'observador" (Watson-Gegeo, 1988), o sigui, els seus valors, actituds i creences sobre com està construït el món o univers d'estudi, com són les relacions entre els seus elements i com actuen.



Les preguntes de la recerca o les sorgeixen de les dades recollides. Watson-Gegeo (1988, utilitzant categories de Hymes, 1982) descriu tres fases de la seqüència etnogràfica:

1. *The comprehensive stage, in which the ethnographer collects all potential pertinent data;*
  2. *The topic-oriented stage, in which the research topic is narrowed via focused observation;*
  3. *The hypothesis oriented stage, in which hypotheses are tested and research questions*
  4. *are answered, through in-depth interviews, more focused observations, discourse analysis, etc.*
- Watson-Gegeo (1988, p. 584).

Hem adoptat aquest procés en el qual es fonamenta la “grounded theory” que, com s’ha dit, és la teoria que procedeix de les dades i no pas únicament de la lògica. En primer lloc s’han enregistrat amb vídeo les negociacions dutes a terme com a activitat de classe que contenen les dades que han quedat reflectides en les transcripcions de les negociacions. En segon lloc, s’han visionat les negociacions i s’han llegit atentament les transcripcions, observant el discurs dels aprenents i intentant copsar quins són els elements essencials per portar a terme una negociació. En tercer lloc han sorgit les preguntes. Atès que sabem que la categoria pragmàtica de la intensificació és un element molt important de la negociació, i que hem observat que apareix repetidament en el discurs del interlocutors, ens hem preguntat com és expressada pels aprenents, és a dir quin és el sistema d’intensificació que utilitzen i quina/quines funcions li atribueixen els participants en les negociacions. S’ha procedit a una anàlisi interpretativa del discurs, tant verbal, com no verbal i se n’han extret conclusions que es consideren vàlides únicament per les negociacions estudiades.

#### **4.4.5 Els mètodes de recollida de dades**

La recerca etnogràfica té una preferència manifesta per la recollida les dades empíriques recollides en un context real (Cambra, 2003, p.97). L’observació de la interacció oral és el mètode preferit per a l’obtenció de dades en la recerca etnogràfica, però no és l’únic. Es poden redactar diaris, tant per part dels aprenents com del professor, i portar a terme entrevistes formals o informals dels participants que han intervingut en situacions de la recerca, Aquests mètodes són qualificats mètodes d’introspecció per Allwright (1983). La triangulació, permet obtenir diferents punts de vista sobre un mateix fenomen. Combinacions d’aquests mètodes i d’altres que es poden inventar segons la situació, tots formen part de la variada gama de perspectives utilitzades per obtenir dades.

Ara bé, l’observació participant és un mètode fonamental en la recerca etnogràfica. Hi ha dues formes d’observació participant, la participació passiva, i l’observació completa. En la primera, l’investigador procura intervenir el menys possible i en la segona l’observador té una interacció

molt activa amb els altres participants i pot arribar a participar i actuar en la mateixa activitat que estudien (Duranti 1997, p 144). La conveniència d'utilitzar l'una o l'altra dependrà del tipus de situació que s'estigui estudiant.

Actualment, la utilització dels mitjans d'enregistrament, tant de tipus àudio com vídeo, els han fet gairebé imprescindibles en la recerca etnogràfica. La transcripció de les sessions gravades és un instrument bàsic per analitzar la interacció que s'ha observat i malgrat la laboriositat que suposa la tasca de codificar el contingut de les interaccions, és un dels més utilitzats perquè permet de recórrer-hi tantes vegades com és necessari i queda així garantida la fiabilitat de la consulta de dades.

#### **4.4.6 La fiabilitat i la validesa de la recerca etnogràfica**

La recerca etnogràfica ha tingut i té molts detractors, com ja es lògic pensar si es té en compte els dos camps que s'enfronten en la dicotomia recerca quantitativa/recerca qualitativa, de la qual la recerca etnogràfica forma part. I les crítiques es concentren en el que qualifiquen principalment de manca de fiabilitat i de validesa d'aquest mètode que són els dos criteris de qualitat de la recerca.

Etnògrafs prestigiosos creuen que el problema no rau en la validesa del mètode sinó en el rigor, o millor dit, en la manca de rigor per part d'un nombre d'investigadors. Watson Gegeo (1988, p. 575) lamenta que el concepte del que és una recerca científica d'alta qualitat no està a l'alçada de la popularitat creixent de la recerca etnogràfica en el domini de l'ensenyament de l'anglès.

Lazaraton (2002, p. 43), per la seva banda, és de l'opinió que la recerca quantitativa disposa d'un bon nombre de criteris numèrics per avaluar la solidesa d'una recerca però que, en canvi, la recerca qualitativa no els posseeix. Considera que és imperatiu pels estudiosos que utilitzen el mètode qualitatiu, en qualsevol de les seves formes, que es trobin instruments que permetin assegurar que els treballs de recerca etnogràfica, tenen qualitat.

Autors com LeCompte i Goertz (1982) i Nunan (1992), proposen procediments concrets que l'investigador pot aplicar per tal de reforçar la fiabilitat de la recerca etnogràfica i Alwright i Bailey (1991) consideren que la consistència del treball és la garantia de la fiabilitat mentre que la veritat és l'element que hi aporta la validesa i pel que fa aquest aspecte, Chaudron (1988) mostra tres tipus de validació de la recerca a la classe de llengua.

Van Lier (1990, pp. 41-44), gran defensor del mètodes etnogràfics, intenta comprendre, com s'arriba a la manca de rigor en el treball d'una part dels investigadors que es diuen etnògrafs. L'etnografia, explica, ha ultrapassat la frontera del treball de camp fet sobre grups ètnics per a passar a l'estudi de grups en el països industrialitzats, especialment en zones urbanes i de l'antropologia urbana s'ha derivat cap a les ciències socials fins al camp de l'educació i una classe es considera un grup identificable amb les seves pròpies característiques culturals. Aquest fet ha provocat que sovint, els investigadors que han adoptat la recerca etnogràfica en el camp de la l'educació i de la lingüística no hagin tingut una formació antropològica i tampoc cap experiència en treball de camp.

D'aquest procés provenen dos tipus de crítiques sobre la validesa i la fiabilitat de la recerca etnogràfica. Per una banda, el fet de no disposar dels paràmetres clarament definits d'una disciplina científica ja establerta, fa que no tingui el rigor que es requereix en termes de validesa i de fiabilitat i no li permet ser una alternativa vàlida a la recerca quantitativa. Per altra banda, s'acusa els etnògrafs de fer recerca d'una manera irresponsable i de no tenir la formació adequada i els seus treballs són simplement una narrativa anecdòtica d'activitats d'observació subjectiva (Rist, 1980).

Van Lier refusa categòricament que es consideri que l'etnografia no és rigorosa perquè no utilitza els instruments de les ciències exactes i creu que hi dues característiques de l'etnografia pot oferir a la recerca que no té l'enfocament quantitatiu: el punt de vista èmic i el tractament holístic dels fets culturals, és a dir, del context. Tots dos elements representen el refús de l'etnògraf de controlar l'entorn i d'aïllar fets per sotmetre'ls a una anàlisi quantificadora sobre la base de criteris preestablerts. Aquest autor defensa que el fet d'examinar comportaments en el seu context per entendre què signifiquen, per què tenen lloc i quan ocorren té molt més sentit i és més rigorós que no pas "comptar pel fet de comptar", és a dir sotmetre'ls a anàlisis estadístiques.

Ara bé, i en aquest sentit Van Lier comparteix l'opinió de Watson Gegeo (1988) i de Lazaratov (2002) que, com hem mencionat, estan convençudes que la qualitat de la recerca és imprescindible. Entén que hi ha quatre principis que un professor que faci recerca etnogràfica ha de respectar. En primer lloc cal que cada investigador s'adhereixi rigorosament als principis èmics. En segon lloc la noció del context que s'interpreta s'ha d'examinar amb un gran detall i tant si és un microcontext com un macrocontext cal donar indicacions molt precises sobre la rellevància d'utilitzar-ne elements determinats. En tercer lloc la recerca etnogràfica ha de ser

oberta, és a dir que cal que examini i expliqui els seus processos de raonament per poder-los debatre. I finalment, l'anàlisi ha de ser ampla (longitudinal) i profunda (microetnogràfica).

Els que critiquen l'etnografia ataquen el fet que sovint, es fan breus incursions a les classes per obtenir-ne dades per tal d'escriure un article o una tesi. Rist (1980) qualifica aquest fet de "blietzkrieg ethnography". Si bé és cert que s'han produït treballs superficials en el marc de l'aprenentatge i l'ensenyament de llengües, Van Lier evoca el treball llarg i minuciós fet per etnògrafs (Van Lier 1988, Erickson 1981 i Sacks 1972) per analitzar minúsculs exemples de microetnografia o d'anàlisi del discurs fora del terreny de recerca. Per tant únicament la durada del temps passat en el lloc de recerca no en determina sempre la qualitat i cal considerar la durada, certament, però també la profunditat i el rigor de l'anàlisi com a components dels criteris per una recerca ben fonamentada.

Totes les dades dels especialistes de l'etnografia reconeguts en el camp científic demostren la necessitat d'una formació dels investigadors que asseguri la qualitat i el rigor de la recerca, que són les garanties que sigui una disciplina respectada i amb entitat pròpia. Com afirma Watson Gegeo (1988, p. 588):

*"... true ethnographic work is systematic, detailed, and rigorous, rather than anecdotal or impressionistic. The promise of ethnography for ESL research, teacher training, and classroom practices lies in its emphasis on holistic, richly detailed descriptions and analyses of teacher-learner".*

## **4.5 La recerca centrada a la classe de llengua**

El nostre procés de recerca té com a marc de referència la pràctica docent i atès que el nostre treball està totalment centrat en la recerca a la classe de llengua, creiem que és pertinent d'examinar el concepte, la utilitat de focalitzar l'interès de la investigació en aquest context determinat, la relació, sovint conflictiva, entre els professors i la recerca i quin és el camí que ja s'està seguint per reconciliar els docents amb la investigació.

### **4.5.1 El concepte i la utilitat**

El fet de considerar la classe com un context en el qual cal centrar l'atenció per entendre els mecanismes que hi ha per sota l'ensenyament i l'aprenentatge és força recent. Cal partir de

influència de la psicolingüística basada en Vygotsky (1978) que exposa la importància de la interacció en la construcció del coneixement i també el desenvolupament de l'enfocament etnogràfic que ofereix un marc metodològic per entendre els grups humans a partir de l'observació dels seus patrons i particularment de la seva actuació comunicativa. Aquests nous enfocaments educatius, per una banda, deixen de considerar l'ensenyament com una pura transmissió de coneixements per part del professor i posen l'accent en la construcció del coneixement per part dels estudiants, i per l'altra, els professors intenten analitzar la seva pràctica docent i traslladen el seu interès a les aules. (Nussbaum i Tusón, 1996).

Fer recerca centrada en la classe significa fer de la classe no solament el context sinó també l'objecte de la recerca. Tal com afirma Allwright (1983, p. 192) la recerca a la classe es focalitza en els processos que hi tenen lloc i la recerca que es du a terme a l'aula s'entén actualment com un camp d'estudi més ampli que el de les interaccions entre aprenents i professors. Aquest concepte inclou treballs d'investigació que es focalitzen en l'aprenentatge de la llengua a classe, és a dir que els termes sobre els quals es posa l'èmfasi són recerca i recerca en el context de l'aula. Per aquest motiu, per bé que la nostra investigació no es centra en les interaccions del alumnes i els professors, el fet d'estudiar una categoria dels discurs generat pels aprenents en una activitat de classe destinada a l'aprenentatge d'una segona llengua, cau dins de l'àmbit del que s'anomena recerca centrada a la classe de llengua.

La pertinència d'intentar comprendre la complexitat dels processos d'interacció que es produeixen a la classe, és defensada per nombrosos autors. Allwright (1983), en la seva perspectiva històrica de la recerca sobre l'ensenyament i l'aprenentatge de llengua centrada a la classe afirma que

*“Fundamental to the survey is the conception of classroom-centered research as an approach to the study of languages pedagogy that draws its unity from the belief that the classroom is the proper place to look first for insights and understanding”.* Allwright (1983, p. 191),

En la mateixa línia, Nunan (1989) està convençut que no hi ha res que pugui substituir l'observació directa de les classes per entendre l'aprenentatge i l'ensenyament de la llengua i Van Lier (1988) justifica clarament l'interès de la recerca qualitativa a la classe de llengua amb cinc raons que són interdependents:

1. El coneixement que tenim del que passa a les classes de llengua és molt limitat.
2. Es pertinent i enriquidor augmentar aquest coneixement.

3. Això només es pot aconseguir anant a buscar dades a la classe de llengua.
4. Totes les dades han de ser interpretades en el context de la classe, és a dir en el context on tenen lloc.
5. Aquest context no és només de tipus cognitiu o lingüístic, és també, essencialment, un context social. Van Lier (1988, p.37. Traducció de l'autora)

Ens adherim totalment a aquestes raons, tant a les tres primeres que pertanyen a l'àmbit de les nostres conviccions com a docent, com a les dues últimes que consideren que tant els fenòmens d'interacció com de llengua i gestualitat han de ser interpretats "ara i aquí", és a dir, en el context on han tingut lloc, que, a la vegada, s'han d'analitzar tenint en compte l'entorn social i cultural on s'han produït. L'aula és un context infinitament ric per explorar, estudiar i tractar d'entendre, des de múltiples perspectives i àmbits de recerca, la complexitat de les interaccions de tot tipus que hi tenen lloc. I, concretament, fer recerca a la nostra classe llengua ens permetrà de comprendre millor els mecanismes de les interaccions que els estudiants hi desenvolupen i, en definitiva, a contribuir a la millora del seu aprenentatge.

#### **4.5.2 El professor i la recerca-acció**

Sovint, els professors han quedat voluntàriament allunyats de la investigació a causa de la gran separació que senten entre la recerca i les seves necessitats en la pràctica de la docència. Per altra banda, els investigadors acusen els professors d'una manca total de rigor i de perspectiva científica quan intenten resoldre aspectes problemàtics de les seves classes. Sembla que l'arrel d'aquest conflicte seria la diferència entre la teoria, que aspira a descobrir la veritat i a resoldre problemes teòrics, i la pràctica que tendeix a solucionar problemes. La recerca en educació és pràctica i justament aquests problemes pràctics "*cannot be resolved by the discovery of new knowledge, but only by adopting some course of action*". (Carr and Kemmis, 1986, p. 108).

Es precisament l'adopció d'un pla d'acció el que caracteritza la recerca-acció que, a partir de l'observació del que té lloc a les classes, permet a l'investigador de detectar-hi aspectes que poden ser millorats o canviats per a obtenir resultats més satisfactoris. I és el professor, amb els seus col·legues i alumnes els que poden portar a la pràctica una recerca d'aquest tipus més afinada. Actualment, ja no s'espera que el professor es limiti a transmetre coneixements: se li demana que compregui el que fa a classe, per què ho fa i quins resultats obté i és per aquesta raó que no solament pot fer recerca sinó que és molt convenient que en faci perquè, com afirma Soulé-Susbielles (1994 p.11):

*« Tout enseignant doit revendiquer le statut de chercheur: il est le premier sensible aux événements qui se produisent dans sa classe et qu'il vit au quotidien ; et cette classe il doit la considérer comme un véritable laboratoire, non pas un laboratoire aseptisé où les faits seraient manipulés, mais un laboratoire de vie authentique, où se fabrique un savoir »* Soulé-Susbielles (1994).

La recerca centrada en la investigació a la classe com a grup social del qual cal entendre la interacció i el funcionament, pot ajudar al professor a fer el pas entre la teoria i la pràctica. Stenhouse (1985) i el seu deixeble Elliot (1991), van introduir el concepte de “professor investigador” i, de fet, cada vegada té més adeptes perquè l'enfocament etnològic que es practica en aquest tipus de recerca és clar i útil pels professors i els porta a fer una reflexió sobre fenòmens de la seva vida professional de cada dia. Després, troben un terreny per l'aplicació immediata de les seves conclusions, i això els atrau molt més que no pas l'afany de trobar veritats que es puguin generalitzar. Es en aquest sentit que la recerca-acció, empeny els professors a preguntar-se què funciona a l'aula i per què i aquestes dues preguntes, precisament, són les mateixes que es fan, o s'haurien de fer els investigadors professionals, que si haguessin demostrat que realment també els concernien, s'hauria evitat la desconfiança que s'han atret (Alwright i Bailey, 1991, p. xv) tal com hem observat, per part dels professors.

Kemmis i Mc Taggart (1988) consideren que el procediment per portar a terme un procés de recerca-acció es compon de quatre fases: dissenyar un pla d'acció per millorar que que passa a classe, actua per portar a terme el pla, observar els efectes de l'acció en el seu context i reflexionar sobre aquests efectes. Es tracta d'un cercle perquè el fet de fer la reflexió crítica de la darrera fase, és una base per continuar reflexionant i planificant futures accions.

Considerem que la recerca etnogràfica a la classe de llengua observa els esdeveniments tot considerant-la com un microcosmos que té sentit per sí mateix. Dins de l'àmbit de la recerca a la classe, el nostre estudi correspondria a la primera fase de la recerca-acció. Ens quedarem en l'observació detallada i l'anàlisi d'un discurs que té lloc a la classe i que forma part d'una activitat, l'interpretarem, n'extraurem conclusions però no proposarem un pla detallat d'acció a la classe. Creiem que els nostres estudiants poden augmentar l'adequació i l'eficàcia de la seva comunicació en la negociació i ens focalitzem en un aspecte concret que és molt rellevant en aquest tipus d'activitat professional. Hem de saber, primer, quins recursos de llengua i de gestualitat utilitzen i ho reflectirem en la transcripció de la negociació que constitueix el corpus que s'utilitza. Creiem nostres conclusions ens seran d'utilitat per quan es plantejar-nos una millora de les accions que es duen a terme a l'aula per incrementar la competència comunicativa dels futurs professionals i, a la vegada, per introduir activitats pertinents en els

materials didàctics, actualment poc centrats en els discurs de les negociacions i especialment silenciosos sobre els aspectes pragmàtics que comporta.

#### 4.6 Justificació de la metodologia d'aquest treball

Volem demostrar en aquest apartat quins són els trets que fan que la nostra recerca pugui considerar-se com a etnogràfica enllaçant les característiques de la recerca qualitativa amb l'enfocament etnogràfic i els elements corresponents del nostre treball.

En primer lloc, la mateixa naturalesa del tema que volíem estudiar i el marc en el qual es produïa, ens van determinar l'elecció de la metodologia. L'observació d'una activitat de la nostra classe que ens va dur a voler conèixer un aspecte del discurs dels aprenents, ens portava al mètode de recerca etnogràfic dins del paradigma qualitatiu de recerca. Es tractava d'observar un moment determinat del procés d'ensenyament / aprenentatge tal com es produeix en el seu context natural, per poder-lo interpretar-lo després amb l'anàlisi de la interacció dels aprenents en un situació de negociació simulada. D'aquesta manera, la utilització del mètode etnogràfic de recerca, partint de l'observació naturalista d'una situació comunicativa per fer-ne un retrat descriptiu i interpretatiu, era l'opció que es va definir clarament per dur a terme el nostre treball.

Amb l'enfocament qualitatiu s'han tractat macrotemes com per exemple els canvis socials o el que estudia les estructures polítiques que oprimeixen grups de persones, com explica Creswell (2007). Però això no és obstacle perquè es faci recerca a nivell microcontextual. Tal com Van Lier (1988, p. 56) remarca, actualment amb l'aparició i l'ús d'aparells per gravar tant a nivell àudio com a nivell vídeo, l'observació s'estén a l'estudi de les transcripcions, com és el nostre cas. Erickson (1981) l'anomena microetnografia, i segons Van Lier, d'aquesta manera es pot passar de l'estudi de grans temes a unitats del discurs, amb la mateixa filosofia.

Si repassem les característiques del mètode etnogràfic veurem com el nostre treball s'ajusta a la gran majoria. Es un estudi **èmic** perquè hem intentat de reconstruir el significat de cadascuna de les intervencions a partir del propi participant i ens ha quedat reflectit en l'anàlisi interpretativa que acompanya la transcripció (vegi's Annex I).

Té la dimensió **holística** perquè no ens quedem en l'anàlisi del pur discurs verbal i no verbal, sinó que considerem el grup dins del seu context de classe, d'institució, d'educació de cultura i



també del seu futur estatut de professional i totes aquestes informacions ens permeten de situar-lo dins d'un context general, no solament com un grup de classe.

El nostre enfocament és **naturalista** perquè hem portat a terme la nostra observació en l'entorn natural en el qual l'activitat es desenvolupa, l'aula, ja que no es poden comprendre les situacions d'interacció sense tenir informació suficient per poder entendre quin és el context en què es produeixen. I és també **empíric** ja que és fet a partir del treball de camp utilitzat per apropar-se al coneixement dels membres del grup.

Considerem que és una recerca amb **observació participant perquè** no vàrem portar a terme l'observació des d'una posició llunyana sinó des de l'interior de l'aula. Duranti (1977, p. 144) distingeix dues formes d'observació participant que hem descrit més amunt: (vegi's 5.4.5) la participació passiva, i l'observació completa. Tal com recomana Duranti, els etnògrafs han d'intentar no convertir-se en observadors complets per tal de garantir l'objectivitat. L'observador hauria de trobar un lloc que es podria anomenar "l'angle mort" en l'escena, és a dir, el lloc on es passa més desapercebut. La forma de participació que vàrem intentar d'adoptar és la que ens posava en una situació d'intervenció nul·la, en un angle des del qual no ens podien veure mentre negociaven però sabien que la nostra presència hi era.

El caràcter **interpretatiu** de la nostra recerca queda representat amb la l'anàlisi interpretativa de la transcripció verbal, com ja hem remarcat i en la posterior interpretació de les intervencions i les funcions que els estudiants volen donar als recursos d'intensificació que utilitzen i la força il.locutiva que hi desitgen imprimir.

Pel que fa el caràcter **generatiu** de la recerca etnogràfica, pot ser interessant fer referència a la proposta Van Lier (1980, p. ) sobre els dos paràmetres, l'intervencionista i el selectiu que regeixen la recerca en lingüística aplicada i en els quals posicionarem la nostra recerca. Considera la recerca vista des d'un *continuum* que va des d'un experiment fet en un laboratori fins a l'altre extrem on s'hi trobaria un estudi naturalistic. El creuament d'aquests dos paràmetres crea quatre espais semàntics: *measuring, controlling, asking-doing* i *watching*

Tal com Van Lier (1990) puntualitza, l'esquema que hem reproduït a la Figura 1 (vegi's 5.2), és una simplificació del que passa en la realitat de la recerca i és molt corrent que l'investigador parteixi d'un dels quatre espais i, en avançar en la investigació, utilitzi un altre dels quatre espais que proposa.

Si seguim l'anàlisi de van Lier, ens adonem que la nostra recerca no pertany plenament a un de sol dels quatre espais proposats per aquest autor. Clarament en descartem el primer i el segon, perquè el grau de mesura i el de control hi són molt alts, cosa que en cap moment té lloc en el nostre estudi. Al principi del nostre projecte, ens podem situar en l'espai semàntic d'observació – *watching* - que, segons Van Lier implica un baix grau de selecció i un baix grau d'intervenció per tal com s'observa i es documenta el que succeeix en un context sense intervenir-hi ni modificar-lo. Efectivament, la intervenció en el context de l'activitat i en el grup va ser molt feble perquè en les instruccions que es van donar als participants només es definia la situació de negociació, el temps de preparació i la durada total de l'activitat, corresponent amb la que tenia la classe. Per la resta, l'estratègia i rols, els aprenents tenien total llibertat per actuar. Pel que fa al paràmetre selecció dels fenòmens que es volen tractar, el grau d'especificació prèvia va ser baix, perquè no teníem cap idea preconcebuda i només sabíem que el que ens interessava era fer una anàlisi el discurs. Continuem, doncs en l'àrea semàntica d'observació.

Ara bé, en tenir les transcripcions a punt, ens se'ns va plantejar què volíem estudiar i en observar detingudament el discurs emprat pels interlocutors en les negociacions, ens varem adonar que el recurs pragmàtic d'intensificació tenia un paper destacat en l'activitat negociadora i aquesta observació ens va fer prendre la decisió d'analitzar com els nostres estudiants francòfons intensificaven el seu discurs. Per tant, el nostre treball, ens va portar a pujar el grau de selecció perquè, tal com explica Van Lier, la recerca té molts aspectes que es van descobrint a mida que s'avança en la investigació i poques vegades ens quedem en un dels espais semàntics del model. En aquest cas, el nostre focus d'observació es va fer més precís i es va centrar en un aspecte del discurs.

Atès que ens vàrem adonar que els resultats de la recerca es podien projectar directament en una millora de la competència comunicativa dels aprenents i més endavant en dels materials didàctics utilitzats a classe, varem fer el pas cap a la recerca acció, la qual cosa ens portaria cap a l'espai semàntic *asking-doing* de Van Lier. Es a dir, que la recerca actual s'inscriu dins l'observació, l'anàlisi i la interpretació, però amb la perspectiva futura de passar a la recerca acció.

Creiem que la nostra situació correspon per una banda, a l'aspecte que hem remarcat com a intrínsec a la recerca etnogràfica que Nunan (1992, p. 56) anomena **orgànica**, i que també es denomina **generativa**, és a dir a la interacció entre les preguntes de recerca i la recollida i interpretació de dades, que d'alguna manera es van retroalimentant, generant matèria d'una per

l'altra i que orienten la recerca, en molts casos introduint-hi canvis. Van Lier (1990, p. 41) afirma que els dubtes i la introspecció de l'investigador formen part de la recerca i que sovint, l'investigador aprèn més dels dubtes i la inseguretat que no pas de la rutina de la descripció i de la categorització i el que segueix, pot confirmar la justesa d'aquesta observació.

En aquest punt creiem oportú abordar el tema dels instruments que hem fet servir per la recollida de dades. En començar a plantejar-nos de fer recerca aprofundida sobre el tema una variable externa totalment inesperada va fer que el projecte s'hagués de replantejar i aquesta circumstància va afectar una part important dels mètodes de recollida de dades. La institució on es situa el context de la recerca va experimentar canvis profunds que van tenir repercussió en la docència de les llengües estrangeres i els programes de llengües estrangeres es varen veure afectats de manera negativa. Es va reduir el nombre d'hores de classes per semestre i també del format de les classes que van passar a tenir d'una durada de 1h15 en comptes de dues hores. Es va haver de reestructurar el programa i s'hi varen continuar incloent negociacions, però amb menys freqüència i amb menys temps per dur-les a terme. Els enregistraments que vàrem obtenir llavors no ens proporcionaven les mateixes dades que els d'abans perquè el treball dels estudiants no era el mateix. Per aquest motiu es va prendre la decisió d'utilitzar les gravacions fetes en el període d'observació quan els aprenents podien reflexionar bé sobre l'estratègia que volien seguir i tenien el temps adequat per portar a terme la negociació. Les dades que podíem recollir amb les primeres gravacions oferien sense cap mena de dubte una qualitat d'informació netament superior a les que ens podien proporcionar les de la nova etapa.

En canvi, però, quan es varen fer les primeres les gravacions no teníem encara formulat el projecte de recerca i, per tant no disposàvem ni de diaris ni d'entrevistes de triangulació. Es per aquest motiu, que aquesta etapa no va ser estructurada segons les premisses de la recerca etnogràfica i no vàrem poder portar a terme la redacció de cap Diari ni tampoc de cap entrevista de triangulació i el component del Corpus com a instrument de recollida de dades és la transcripció de la gravació de la negociació feta abans de projectar la realització d'aquest treball i també de la que figura a l'Apèndix IV amb la denominació d'estudi pilot, a la qual ens referim quan ens sembla adient. El record de les negociacions dutes a terme durant els dos períodes pels nostres estudiants, també hi intervé de la manera més acurada possible. Malgrat aquest inconvenient, hem intentat seguir tan de prop com hem pogut el paradigma de la recerca qualitativa basada en l'enfocament etnogràfic.

Hem fet menció d'aquest escull important amb què ens vàrem trobar en començar la recerca i que ens va fer dubtar sèriament sobre els enregistraments que havíem d'incloure al corpus i que

ens va obligar a prendre una decisió que comportava l'eliminació d'instruments de treball per la recerca però privilegiava la riquesa de les dades que podíem recollir.

Amb la recerca etnogràfica hem obtingut la descripció un retrat d'un moment donat del procés d'aprenentatge d'un dels nostre grups i les conclusions a què s'arriben pertanyen al grup i no són generalitzables, una de les premisses d'aquest mètode de recerca. Ara bé, en l'estudi pilot, malgrat la manca d'una anàlisi interpretativa, hem pogut veure-hi semblances, i també diferències pel que fa al sistema d'intensificació que fan servir els aprenents i aquest fet confirma la característica del caràcter **transferible**, de les dades recollides en situacions similars, que en el nostre cas és exacte perquè són dos grups de la mateixa escola, seguint el mateix programa que varen dur a terme la mateixa situació de negociació.

En aquest capítol hem volgut reflectir en una primera part la metodologia en què s'inscriu aquest treball de manera molt concreta. Partint de la dicotomia anàlisi qualitatiu *versus* anàlisi quantitatiu, ens hem centrat en el mètode qualitatiu per descriure'n, a continuació, una de les seves branques, l'enfocament etnogràfic. Ens ha semblat important demostrar després com i per què el nostre treball s'inscriu en el mètode de recerca etnogràfic. Per portar-ho a terme hem utilitzat els elements teòrics que el caracteritzen i els hem portat al terreny concret del nostre treball, mostrant de quina manera s'hi insereixen. En una segona part, hem abordat el tema de la recerca centrada en la classe de llengua perquè en hi sentim particularment concernits a causa de la naturalesa del nostre treball i creiem que, tal com ha quedat demostrat per prestigiosos autors, és absolutament desitjable que el professor s'involucri en la recerca del que té lloc a les seves classes.

**CAPÍTOL 5.**  
**EL CORPUS I ELS PROCEDIMENTS DE RECERCA.**



## **Introducció**

En aquest capítol exposarem com s'ha constituït el corpus sobre el qual es basa la nostra recerca i en descriurem els components. Ens ocuparem de les simulacions i la seva utilització en les classes de EUP, descriurem després els procediments que cal tenir en compte per portar a terme la recerca i explicarem en detall la tasca que es va proposar als estudiants. Finalment seguirem el desenvolupament de l'activitat que constitueix el corpus del nostre treball i acabarem amb la descripció del mètode d'obtenció de les dades que ens han servit per la nostra anàlisi.

### **5.1 La constitució i la descripció i dels components del corpus**

El corpus sobre el qual es basa el nostre treball, es compon de sis enregistraments vídeo d'entre 22 i 28 minuts cadascun, de la mateixa negociació com a activitat de classe duta a terme per 12 grups diferents d'estudiants de castellà L2 a l'École Supérieure du Commerce Extérieur de París (ESCE). Es tracta d'una recopilació de material feta amb l'objectiu de dur a terme un treball de recerca sobre l'anàlisi de la intensificació del discurs desenvolupat pels aprenents durant l'activitat de negociació.

#### **5.1.1 Composició del corpus analitzat**

El corpus analitzat per aquest treball es compon d'un enregistrament vídeo d'una negociació feta a les nostres classes de castellà per a ús professional d'una durada de 27 minuts. L'activitat enregistrada és un joc de rols durant el qual cada equip d'aprenents, dividits en dos grups, tres per cada part negociadora, han de desenvolupar una negociació de tipus comercial. La durada de cada negociació depèn de l'estratègia i l'habilitat dels equips negociadors però el límit de temps que tenen per negociar és de 30 minuts. .

#### **5.1.2 Procés de composició del corpus analitzat**

Les dades sobre les quals fonamentarem el nostre treball s'han recollit del corpus descrit i hem utilitzat una de les sis negociacions enregistrades. La recerca es focalitza en la que denominarem N1 i que considerem la millor mostra representativa de les sis negociacions i que es titula "Ventas de Navidad" i que es va realitzar i enregistrar a les nostres classes. Per a

poder fer una selecció adequada de la negociació objecte d'estudi, hem seguit un procés i hem adoptat els criteris que s'exposen a continuació.

Després d'haver visionat els sis enregistraments fets a classe, varem remarcar que no totes les simulacions són adequades per fer una recollida de dades profitosa i, per tant, en una primera tria, en varem descartar tres pels motius següents:

- Problemes d'enregistrament, sobretot de so defectuós.
- L'actuació de grups tan agitats o indisciplinats en les seves intervencions que no es poden distingir els torns de paraula perquè intervenen constantment diversos participants al mateix temps.
- La incapacitat d'un grup per finalitzar la negociació perquè els equips es varen posar a donar voltes sobre els mateixos arguments i no varen arribar a trobar una obertura per poder continuar.
- El nivell massa feble de llengua d'un dels equips per arribar a realitzar una negociació mínimament versemblant a nivell professional.

La selecció de l'enregistrament a partir dels tres que quedaven i que és l'objecte d'aquest estudi, obeeix a quatre criteris que s'apliquen als grups negociadors: el primer és estrictament lingüístic i els tres restants són de comportament i d'habilitat negociadora. Tots, però, contribueixen a fer que la negociació escollida tingui la coherència necessària perquè hi hagi moments de conflicte que quedin ben delimitats i que permetin recollir dades vàlides sobre els recursos d'intensificació que s'utilitzin en el discurs dels participants. Els paràmetres que hem tingut en compte per fer la segona selecció són els següents: el nivell de llengua, la motivació, la solidaritat del grup i la creativitat dels interlocutors.

### **El nivell de llengua**

Teòricament, els grups havien de tenir un nivell de B2 a C1, però en la pràctica sabíem molt bé que en cada grup, hi havia estudiants que amb un nivell més baix, en un nombre que correspon entre el deu i el quinze per cent segons els grups. En la primera etapa d'observació, molt aviat se'ns va fer evident que els grups amb un nivell B1, tenien moltes dificultats per portar a terme la negociació que quedava reduïda a una caricatura esquemàtica poc gratificant per ells i d'una efectivitat pedagògica més que limitada donat que la tasca era desmesurada per les seves competències. Per tant, els participants en les negociacions escollides tenen un nivell que va del B2 al C1. Efectivament, a partir de B2 poden, amb més o menys dificultat, interactuar d'una



manera acceptable en una activitat que exigeix reaccions molt ràpides per una banda i argumentacions més o menys improvisades per l'altra.

No obstant, hi ha algunes excepcions. Uns pocs estudiants d'un nivell més baix que el B2 varen participar en tres de les negociacions perquè, atès que ells mateixos havien format els equips, ens semblava impossible de deixar-los apart. Varen interactuar menys, però varen poder participar en l'activitat com els seus companys. Com veurem seguidament també hi ha el cas contrari, és a dir, un estudiant de nivell C2, gairebé bilingüe en castellà.

### **La motivació**

Un dels elements que fan que una simulació vagi pel bon camí, és el grau de motivació de participants. Si, en el cas de l'aprenentatge de llengües per a ús professional, el tema de la simulació és versemblant i els aprenents el senten proper al que serà la seva vida laboral, el grau d'implicació és alt. En la majoria dels sis grups enregistrats, els estudiants es mostren involucrats en la tasca i intenten fer que la negociació arribi a concretar-se en un resultat satisfactori per a les dues parts. Malgrat tot, s'observa que hi ha simulacions en els quals els interlocutors no actuen "com si fossin" negociadors en la vida real i la seva actuació és més estereotipada, menys entusiasta. Això fa que els resti espontaneïtat i creativitat, elements essencials per a una negociació reeixida. Es per aquest motiu que la tria es va concentrar en les negociacions dutes a terme amb el grau de motivació i d'implicació més elevat.

### **La solidaritat del grup**

Com en tota activitat de grup, hi pot haver diferents maneres d'actuar dels elements que la componen. En una negociació, la solidesa de cada equip depèn en gran part del la solidaritat entre els seus membres. Certament, en tot grup hi ha un líder i en aquest cas, el lideratge ve donat pel càrrec que cadascun s'atribueix. Però si han treballat bé la fase de preparació de la negociació, tots coneixen el paper que els correspon i saben que la solidaritat els donarà força. Tot i això, hi ha negociacions en les quals un element vol destacar-se de la resta del grup i fer propostes o prendre decisions que no li pertocuen. En aquest cas l'equip deixa de ser-ho i la negociació, des de la nostra perspectiva d'anàlisi del discurs, perd en riquesa. La varietat de formes d'expressió de tot tipus minva perquè les intervencions tendeixen a polaritzar-se en molt poques persones.

Aquest tipus de negociacions, si bé poden ser interessants d'estudiar des del punt de vista del funcionament i del mecanisme d'aquest tipus d'activitat, ens redueixen el camp d'estudi dels recursos d'intensificació. Efectivament, en intervenir gairebé sempre els mateixos interlocutors, les mostres que s'obtenen tant de llengua com de comunicació no verbal, són menys nombroses i menys variades que les que podria aportar una negociació en la qual tots els membres saben que hi tenen una tasca determinada i hi col·laboren com a membres d'un equip solidari. Per tant, en la negociació escollida per constituir el corpus, els participants demostrin que actuen com a veritables equips.

### **La creativitat**

En l'àmbit de la negociació, s'entén la creativitat com l'habilitat que tenen els negociadors a oferir noves propostes que permetin de desbloquejar les situacions que es produeixen sovint en el procés negociador quan les dues parts immobilitzen les seves posicions i la sortida es tanca. Per tal de fer avançar la negociació, cal que es faci una proposta que aparti el procés del cercle en el qual s'està tancant. Trobar obertures no sempre és fàcil, atès que no sempre es poden preveure en la preparació de la negociació i s'han de crear durant el desenvolupament de l'activitat. Els equips que tenen la capacitat d'obrir el camí per continuar negociant es considera que són creatius: posseeixen la suficient imaginació i flexibilitat per fer canviar la orientació que conduiria al trencament. Pel que fa als seus discursos, hem observat que la introducció de noves propostes provoca l'ús intensificat del discurs per tal d'intentar fer-les acceptar. Malgrat que és una tasca difícil i que no és essencialment lingüística, es va procurar que l'equip que havia de ser seleccionat demostrés tenir un bon potencial de creativitat perquè creïem que seria una font suplementària de mostres i de dades.

D'aquesta manera, l'aplicació d'aquests paràmetres als tres enregistraments que ens quedaven, ens va conduir a seleccionar-ne un. D'aquests tres n'hi ha un que sobresurt en termes d'interès per a l'anàlisi del discurs perquè il·lustra molt bé la força il·locutiva que tenen els recursos d'intensificació que utilitzen els participants, molt motivats i amb capacitat de reacció ràpida. A més, es veia d'una manera molt clara que la gestualitat hi té un paper més important que en les altres dues negociacions.

#### **5.1.3 L'estudi pilot**

Hem inclòs en el treball com a Apèndix un estudi pilot que es va realitzar un any abans de l'inici de la recerca quan començàvem a pensar que les negociacions com a activitat de classe podien

aportar molta matèria per reflexionar i estudiar. Com que disposàvem d'un enregistrament amb vídeo i ens havia semblat que el discurs presentava característiques interessants, es va realitzar una transcripció del discurs oral amb una anàlisi interpretativa intentant seguir ja la pauta del mètode etnogràfic que havíem conegut feia poc temps. Aquesta primera exploració ens va donar una idea molt més precisa de la importància dels elements del discurs que havíem intuït amb l'observació directa i el visionat de la negociació i ens va servir per familiaritzar-nos amb la metodologia i per focalitzar-nos en els fenomen de la intensificació com a component important del discurs de la negociació.

L'estudi pilot no forma part del corpus però hem cregut convenient incloure'l com a Apèndix perquè, per una banda, es tracta de la mateixa negociació i per altra banda perquè va ser una negociació força reeixida, amb estudiants que tenien força habilitats per negociar. El seu discurs aporta elements interessants per a l'estudi de la intensificació, i hi farem referència amb la denominació d'estudi pilot en certs moments de l'anàlisi. La seva funció és la d'establir similituds, o divergències en l'estudi d'alguns recursos intensificadors que presenten més dificultat que d'altres i tenir d'aquesta manera un referent extern per fer comparacions amb a la Negociació 1<sup>7</sup>.

## **5.2 Les simulacions i la recerca**

El projecte inicial de recerca havia estat fer un estudi sobre l'anàlisi de la llengua que s'utilitza en les negociacions reals dutes a terme per professionals de l'àmbit dels negocis. Malauradament, la poca transparència del món de l'empresa, no va fer possible l'obtenció de mostres recollides en la vida laboral real. Per tant, davant la inaccessibilitat de les dades en context professional, varem haver de recórrer a les dades que, en el nostre cas, atès que volíem treballar sobre les negociacions, havien de provenir de simulacions de negociacions.

Les qüestions que se'ns van plantejar sobre la utilització simulacions per a la realització d'aquest treball van ser bàsicament dues. La primera consistia en saber si és un tipus de tasca didàcticament vàlid i enriquidor pels estudiants. Es a dir, calia tenir la seguretat que la seva utilització a classe beneficiaria els estudiants a la vegada que ens serviria com a font de

---

<sup>7</sup> La transcripció de l'estudi pilot es troba a l'Apèndix després dels Annexos.

recollida de dades. La segona, que és la que més afecta el nostre treball de recerca, ens portava a decidir si les dades aportades per una simulació són tan fiables com les reals, o si més no, poden ser una base vàlida per la recerca. Ens apartats següents intentem de respondre a aquestes dues qüestions.

### **5.2.1 La simulació i la didàctica de llengües per a ús professional**

Tal com hem desenvolupat al capítol 2 (vegi's 2.1.8.), una sèrie d'autors consideren que la pràctica de les simulacions en l'aprenentatge de llengües és altament positiva, i, encara més, en la didàctica de llengües per a ús professional.

Recordem breument que Martín Peris *et alii* (2008) enumeren les avantatges de l'ús de simulacions a la classe de EUP: desenvolupen les relacions interpersonals i els intercanvis transaccionals a través de la llengua, es potencia la creativitat en un context que afavoreix la motivació i l'afectivitat, és molt adequada per ser aplicada a l'ensenyament de llengües per a fins específics perquè simulen un conjunt d'activitats de la vida laboral i preparen al futur professional a saber actuar correctament en la seva comunitat de pràctiques i perquè es treballen conjuntament totes les habilitats, tant en l'àmbit de llengua com en el de gestualitat.

Hem pogut comprovar com tots aquests elements es van donar en les simulacions de negociacions que es van fer a les nostres classe. El llenguatge serveix com a vehicle per desenvolupar les relacions entre els interlocutors que treballen per portar a terme un intercanvi en un context que simula el que es dona en el seu futur àmbit laboral. La creativitat dels participants, tal com ja hem assenyalat, es desenvolupa en l'entorn de la classe i estimula així la motivació i, finalment, hem remarcat que els estudiants han d'utilitzar tots els recursos que exigeix la comunicació oral i hem observat la importància que tenen en el discurs els elements comunicatius no verbals a més dels verbals perquè certament els aprenents utilitzen ensems el canal verbal i el no verbal en la seva interacció.

Tenim, doncs, la convicció que en fomentar l'ús de la llengua de manera eficaç i apropiada en la comunitat de pràctiques en la qual els estudiants desenvoluparan les seves activitats professionals, la simulació és una activitat adequada per a adquirir un real competència comunicativa, i, per tant, es una eina molt útil per a l'aprenentatge de la llengua d'especialitat.

### **5.2.2 Fiabilitat de les dades de les simulacions per la la recerca**

El fet de que l'estudi tingui com a base simulacions d'activitats de la vida professional real, ens va fer plantejar la qüestió òbvia de considerar fins a quin punt les mostres que s'obtidrien ens proporcionarien una base suficientment sòlida per a poder-ne extreure resultats vàlids i fiables per a l'estudi.

En consultar la literatura existent sobre aquesta problemàtica, varem poder comprovar que existeixen opinions realment contrastades entre els investigadors sobre la utilització de simulacions com a instrument de recollida de dades per a la recerca i les posicions es focalitzen sobre l'aspecte de la validesa o, al contrari, de la poca fiabilitat de les dades obtingudes de simulacions.

En el terreny concret de les negociacions, alguns autors, per exemple Firth (1995), consideren que només les negociacions reals proporcionen informació prou fiable per ser tinguda en compte en un treball de recerca. En canvi d'altres autors com Stevens (1985) pensen que les dades extretes de simulacions permeten d'analitzar el sistema de la llengua dels estudiants i d'entendre com els missatges són produïts i compresos i White (1997, p. 222) afirma que, malgrat les limitacions que poden haver-hi en les dades obtingudes mitjançant simulacions, no s'observen diferències substancials entre el comportament, i estil de comunicació en la llengua de la negociació en situacions "reals."

En la mateixa línia, Fant (1992, p. 164), considera que les dades extretes de simulacions "poden ser un excel·lent instrument per extreure'n generalitzacions sobre un tipus d'activitat" i que la no autenticitat que els detractors de les simulacions com a instrument de recerca utilitzen com a argument en contra, només és una de les causes potencials de la falta de naturalitat dels participants en una simulació.

Remarca que s'han fet molt pocs estudis sobre la validesa i la fiabilitat de les simulacions com a font de dades. Cita primerament Griesshaber (1987, p.166) que va fer un estudi comparatiu d'entrevistes per trobar feina en la vida real i com a pràctica de llengua (alemany per a immigrants turcs). Un dels seus objectius era de trobar diferències entre el comportament autèntic i el simulat. Sembla que els entrevistats es varen comportar de manera molt semblant en els dos tipus d'activitat.

En segon lloc, en el terreny concret de les negociacions, Fant menciona el treball de Donahue *et alii* (1984) que considera com l'únic, fins aquell moment, que tenia com a objectiu comparar les dades autèntiques i no autèntiques. Es varen trobar diferències significatives, però el que cal tenir en compte és que no es tractava de negociacions de negocis sinó de negociacions laborals entre empresaris i empleats sobre salaris. Les diferències, en aquest cas, es van atribuir a una manca de simetria pel que fa a les relacions dels participants. En les simulacions reals els empresaris feien ús del poder que els donava el seu estatus; els assalariats participaven en la negociació sense tenir poder, mentre que en les negociacions simulades es partia d'una base molt més igualada pel que fa a les relacions entre ambdues parts.

El que sí afirma Fant (1992, p.169) és que, segons la seva experiència, si els participants en les simulacions són persones molt experimentades en la negociació en la vida real, es podran recollir dades molt vàlides donat que l'activitat els és perfectament familiar. Es per aquest motiu que no dóna validesa a la tesis de Donahue, perquè en el cas del seu estudi, les negociacions simulades van ser realitzades pels seus col·laboradors i no pas per professionals.

Esmenta el cas concret d'un corpus de negociacions simulades sobre el qual, va treballar. Es tractava d'interaccions de negociació a Espanya i Escandinàvia i van ser dutes a terme per persones experimentades en el marc d'una sèrie de seminaris de negociacions d'alt nivell que no tenien la finalitat de ser objecte de recerca sinó que es duien a terme per tal que els participants adquirissin un grau més elevat de l'habilitat negociadora. Fant (1989) i també Grindsted (1990) i Villemoes (1990) varen poder treballar sense cap problema sobre fenòmens del discurs a nivell micro i mitjà, per exemple, sistemes de torns de paraula, estructura argumentativa i estil però no a un nivell més alt com podria ser l'estatut dels negociadors i les seves expectatives o bé la tipologia de gènere de la negociació.

En tot cas, pels autors més escèptics sobre la validesa de les simulacions, semblaria que els factors que podrien provocar una pèrdua de naturalitat en el comportament dels participants en les simulacions i, que per tant, serien una font de desviació de l'autenticitat de les dades, degut sobretot a la presència d'una persona externa o d'una càmera de vídeo durant la simulació per una banda, i a la manca de familiaritat amb la situació per part dels participants. Aquests elements podrien contribuir a crear una impressió de inseguretat i, per tant, de distorsió de la naturalitat amb la qual es donen les activitats en la vida real.

En canvi, Fant (1989), en primer lloc, remarca que cal tenir en compte que els informants han autoritzat la presència d'un observador i d'una càmera i que han acceptat participar en una

situació de simulació i, per tant, es redueix el risc de distorsió de la naturalitat. En segon lloc afirma els elements que reforcen la naturalitat d'una simulació són els següents: la identificació dels participants amb el seu rol que podran enriquir amb aportacions personals, la familiaritat que tinguin amb l'activitat per haver-la duta a terme en la vida real i la seva motivació per participar en la simulació que augmentarà en la mesura que creguin que els pot aportar algun benefici.

### **5.2.3 Les negociacions simulades del nostre treball**

Abans d'escollir l'objecte del nostre treball varem tenir en compte els arguments dels diferents autors sobre la fiabilitat de les dades obtingudes en les simulacions. Atès que les simulacions de negociacions fetes per estudiants majoritàriament francòfons d'una escola de comerç eren les úniques que es trobaven al nostre abast en aquell moment per a poder constituir un corpus i que volíem treballar sobre l'anàlisi del discurs de les negociacions comercials, varem decidir d'utilitzar les negociacions simulades dutes a terme a les nostres classes com a material de recerca.

No obstant, per tal de no distorsionar en absolut la fiabilitat de les dades que s'obtidrien treballant sobre el discurs utilitzat per francòfons en una negociació duta a terme en castellà L2, varem decidir d'investigar un terreny que fos suficient per ell mateix, és a dir, que es tractés d'un àmbit d'estudi que no s'hagués de contrastar en cap aspecte amb la realitat del que passa en les negociacions comercials en castellà en un país castellanoparlant. D'aquesta manera les dades, obtingudes serien fiables perquè la seva realitat i el seu context, serien les de l'aula i la dels interactants en la negociació. El nostre estudi té com a objecte explorar un moment donat de l'adquisició de llengua d'una sèrie d'estudiants abocats a fer la mateixa activitat comunicativa. Les conclusions que en puguem extreure, seran vàlides per aquesta situació extremadament concreta. El fet de saber si s'assemblen a les negociacions reals o no, no té cabuda en el nostre treball. No pretenem en cap cas comparar la producció oral dels estudiants en una simulació a classe amb la que es dóna en la vida laboral perquè no tenim dades per poder comparar, ni és aquest l'objectiu de l'estudi.

El nostre estudi es centra del discurs dialogat generat a classe per part dels alumnes que treballen en grups (Llobera, 1995, p. 20), dividits en dos equips per a poder portar a terme la negociació. A partir dels estudis dels anys setanta, sobre els entorns d'aprenentatge i la seva influència en els processos que hi tenen lloc, l'aula ha adquirit una major importància en la

recerca i es considera un context comunicatiu propi en el qual es produeixen interaccions verbals amb una estructura i normes pròpies. Se'ns presenta com un microcosmos, Tusón, 1991 com una cultura en miniatura (Cazden, 1988) on es recreen els hàbits variats i diversos de comunicació i de relació de la societat de la que forma part l'escola, i on s'hi desenvolupen una sèrie d'esdeveniments que li són propis. (Nussbaum i Tusón, 1996). L'aula, entesa com un escenari comunicatiu ens permet d'estudiar els esdeveniments comunicatius que s'hi produeixen.

L'aula, com a cultura, genera els seus propis discursos, en el nostre cas els discursos que utilitzen a l'aula uns aprenents de segona llengua i són discursos reals perquè corresponen a la cultura de classe. En cap cas hem pretès formar els aprenents a les tècniques de negociació utilitzades en l'entorn professional sinó que l'objectiu de l'activitat de negociació a classe consisteix a potenciar les seves habilitats comunicatives en castellà. El discurs que s'ha produït a les classes ha estat generat a l'aula com a context i ha produït unes mostres de llengua que són les que hem recollit per analitzar i, per tant, aquestes dades són vàlides i fiables.

### **5.3 Procediments de la recerca**

En aquest apartat farem, en primer lloc, una descripció del context en el qual es desenvolupa l'activitat estudiada i en destacarem la importància que té en tot treball inscrit en la recerca etnogràfica. En segon lloc, descriurem amb detall el mecanisme de l'activitat, és a dir, tal com es desenvolupa a l'aula per poder copsar el procés que segueixen els estudiants i també el paper de la professora durant la sessió de classe.

#### **5.3.1 *Descripció del context***

Com hem observat, la recerca etnogràfica dóna al concepte de context una importància primordial. D'acord amb Cambra (2003) considerem que l'objectiu principal de la recerca a la classe de llengua consisteix a explicar el desenvolupament dels esdeveniments, de les accions i interaccions a la classe per tal de comprendre els processos i les experiències d'aprenentatge. Per tant, el coneixement del context tindrà un paper molt important en el moment de procedir a analitzar de dades.



Les interaccions a la classe de llengües són escenaris únics i diferents i només tenen sentit si es consideren i analitzen en el seu context natural, tal com s'han produït (Cambra 2003). I en una classe de llengua, o en una activitat d'una classe de llengua com la negociació que s'analitza, no hi cap element que tingui sentit fora del seu context. Tal com Van Lier (1988, p. 9) afirma

*“What is said and done is influenced by what happened before, and influences what happens next”.*

Per donar una visió del context en el qual es desenvolupa l'activitat, prenem com a referència la llista dels factors contextuals que segons Van Lier (1988, p. 8) ens poden donar la informació necessària sobre la classe de L2 i les persones que hi intervenen i que són l'escenari, el contingut, la interacció, els participants i el mètode. En fem una adaptació al nostre cas partint igualment dels factors més generals per arribar als més específics - el marc institucional, l'enfocament didàctic a les classes de L2, els participants i el mètode - que ens permetran de descriure el context de l'activitat estudiada.

### **5.3.2 El marc institucional**

L'escenari, *setting*, en el sentit més ampli, entès com els lligams entre la L2 i la societat en la qual es desenvolupen les classes, ens situa el castellà a França com una llengua amb un gran prestigi cultural, especialment en literatura. En l'àmbit francòfon és present en totes les Universitats i també està ben representat en l'ensenyament secundari pel que fa al nombre d'estudiants.

Creiem, però, que el marc institucional concret en el qual tenen lloc les classes que van permetre recollir les dades pel aquest treball de recerca és realment l'escenari que ens pot donar molta informació sobre el context.

L' institució en la qual es va desenvolupar l'activitat és l'Ecole Supérieure du Commerce Extérieur de París, Es tracta d'una escola privada, amb el títol reconegut pel Ministeri d'Educació francès, que forma a nois i noies per tal de d'esdevenir experts en l'exportació.

A l'ESCE<sup>8</sup>, es dóna molta importància a les llengües i és una de les poques escoles que atribueix el mateix valor en termes de Mòduls a la « Langue Vivante 1 » (LV 1), que és l'anglès, i a la « Langue Vivante 2 » (LV 2), també obligatòria, que pot ser el castellà entre 5 altres possibilitats. Això fa que ambdues llengües tinguin en el mateix coeficient de notes de l'escola i el mateix nombre d'hores de classe, és a dir 4 per setmana. Pel fet de ser una escola que forma futurs professionals en l'àmbit del Comerç Internacional, les llengües es consideren com a estris de treball i tenen un paper molt determinat en els programes d'estudis. Cal afegir que la institució s'ha internacionalitzat de manera progressiva i els intercanvis d'estudiants entre les diferents Universitats i Escoles de negocis associades a l'ESCE són obligatoris en el *cursus* de l'escola. Tots aquest elements fan que hi hagi un context favorable per a l'aprenentatge de llengües i, concretament del castellà.

No obstant, cal remarcar, que no sempre es fàcil de deixar de banda les idees preconcebudes, arrelades des de fa molts anys, tant dels estudiants, com dels pares dels estudiants, sobre el castellà i el seu paper dins l'ensenyament secundari. Es considera una llengua relativament fàcil, que conviu a l'ombra de l'anglès, per bé que compta amb un nombre elevat d'estudiants. Es per aquesta raó que l'estatut socioprofessional que aquesta llengua té a l'ESCE era molt propici per fer canviar aquesta percepció més aviat negativa que havien tingut els alumnes durant la seva escolaritat, per donar-ne una visió de llengua que pot servir de manera efectiva per a comunicar-se en el món dels afers en un ampli ventall de països.

Els programes, doncs, contenen una sèrie d'activitats pròpies del futur àmbit professional dels alumnes, com és ara la negociació. En tractar-se d'un programa dissenyat per a futurs professionals, cal anticipar les necessitats dels estudiants i és obvi que no sempre es pot garantir que els continguts s'ajustin al que realment necessitaran. Es per aquest motiu que cada any es modifiquen activitats en funció, tant de l'actualitat i dels canvis econòmics que es produeixen en el món, com del *feedback* que s'obté dels estudiants que ja estan treballant en una empresa en el programa d'alternança, i de la resta d'estudiants que han de fer obligatòriament unes pràctiques en empresa que duren sis mesos i que també aporten un bagatge d'experiències viscudes en el món professional.

---

<sup>8</sup> Les dades que donem sobre l'ESCE corresponen al període que va del 2002 al 2005 i en cap cas es poden aplicar a la situació actual de l'escola.

### **5.3.3 L'enfocament didàctic a les classes de castellà L2**

Hem escollit fondre els dos factors contextuals de Van Lier (1988), el contingut i la interacció, en un de sol perquè en el nostre cas, l'enfocament didàctic adoptat en les classes de L2 cobreix ambdós aspectes.

El primer i segon curs a l'ESCE, formen el primer cicle que està totalment dirigit a l'obtenció del Certificat de la Cambra de Comerç Franco-Espanyola. Aquest examen és l'auditoria externa de llengua que han de tenir els estudiants de l'ESCE segons els estatuts de l'escola. Es tracta d'un tipus d'examen tradicional, basat en la traducció i la memorització de vocabulari i de temes d'estudi que poca cosa tenen a veure amb les tasques s'han de portar realment a terme en el món professional. La preparació per a aquest examen no deixa cap marge per a adoptar un enfocament comunicatiu de les classes. Podem donar com a exemple el fet que per a l'obtenció d'aquest certificat no s'ha de fer cap prova oral, amb la qual cosa ja es produeix un desequilibri total en el treball de les quatre habilitats, perquè els estudiants s'han de preparar sobretot per a la comprensió lectora i la producció escrita. Malgrat aquest disfuncionament, es procura no deixar de banda ni la comprensió ni la producció oral que es continuen treballant intentant compaginar-ho amb els continguts de la Cambra de Comerç Franco-Espanyola. Organisme que encara és el que té més prestigi a França pel nostre tipus d'estudiant ja que és interessant poder-lo incloure en el seu CV perquè és l'únic que els empresaris coneixen.

A tercer i quart curs les classes tenen una orientació totalment diferent: es desenvolupa l'expressió oral i escrita en situacions que s'apropen al màxim a les de la vida laboral. Concretament, l'activitat de negociació no es treballa fins el quart essent darrer any tenint en compte la dificultat de llengua i de tècnica que comporta aquesta tasca. El marc didàctic de les classes és molt interactiu per part dels estudiants als quals es proposen activitats de simulació que han de portar a terme després d'una fase de preparació durant la qual el professor els aconsella i els guia, però en la fase d'actuació, la dinàmica de l'activitat i del grup és dirigida pels estudiants. L'objectiu que es vol assolir és que a la sortida de l'escola tinguin una competència comunicativa que els permeti ser operacionals en una empresa de l'àmbit castellanoparlant.

### **5.3.4 Els participants**

Tal com hem dit, es tracta d'estudiants del quart curs de l'ESCE. Amb pràcticament el mateix nombre de nois i de noies entre 21 i 23 anys. Provenen majoritàriament de famílies amb un estatus econòmic mitjà-alt, però en els últims anys, la implantació a l'escola del sistema d'ensenyament "d'alternança" que consisteix a passar tres dies a la setmana treballant en una empresa i tenir dos dies de classe per setmana a l'ESCE, ha permès que un petit percentatge d'estudiants d'un nivell econòmic més baix puguin fer uns estudis a l'ESCE que, altrament no haurien pogut portar a terme a causa de l'elevat import de la matrícula.

Pel que fa al seu bagatge de castellà, acadèmicament, són deixebles que el van començar en els seus estudis secundaris com a segona llengua a la classe « 4<sup>ème</sup> », a l'edat de 13 anys, en general, amb un volum horari de 4 hores per setmana. Atès que els continguts del « Baccalauréat » francès les classes s'orienten sobretot a l'estudi de textos escrits, quan entren a l'ESCE la seva competència lingüística pel que fa a l'expressió oral és relativament baixa perquè venen d'un tipus d'aprenentatge amb un enfocament molt poc comunicatiu. Segons la correspondència dels nivells del DELE de l'Instituto Cervantes amb les de l'ALTE i el Marc comú de europeu de referència, a l'equip de Negociació 1, que una estudiant, M, té el nivell C1 i fins i tot l'ultrapassa ja que és gairebé bilingüe, T posseeix un nivell C1, tres dels estudiants, F, J i A, es situen en un nivell B2.2. i G en un nivell B2.1.

### **5.3.5 El paper de l'alumne i el professor**

Els rols del professor i de l'estudiant són encara tradicionals a l'escola, donat que la reglamentació és rígida i el professor, indubtablement, té un paper central a la classe. Ara bé, a les classes de llengua, pel fet de ser grups de 18 a 24 estudiants, es procuren tenir en compte, sobretot, quines són les estratègies d'aprenentatge dels estudiants que, generalment, es combinen amb els tipus d'activitats que més els motiven i que són les que tenen relació amb la seva vida professional. El treball cooperatiu és constant i sempre s'introdueixen elements que permetin que els estudiants puguin escollir elements dins d'una estructura que els ve donada. Per exemple, la composició dels grups de negociació va ser feta pels estudiants que van formar els equips tal com van voler i es va notar una clara tendència a agrupar-se amb els companys amb qui tenien una bona relació.

L'avaluació de l'aprenentatge té dues vessants. La més important és l'avaluació contínua que es fa durant tot el curs i és un seguiment que es pot fer força acuradament donat que el nombre d'estudiants per grup no és excessivament elevat. Altra vegada, les normes de la institució exigeixen que es facin exàmens al final de cada semestre però com que els continguts depenen del Departament d'espanyol, les proves corresponen exactament als continguts i activitats que s'han fet a classe, els resultats reflecteixen amb força fidelitat el nivell que ha assolit l'estudiant al final de cada període d'ensenyament.

## **5.4 Descripció i desenvolupament de l'activitat estudiada**

### **5.4.1 La tasca**

L'activitat duta a terme pels estudiants és una simulació durant la qual sis estudiants dividits en dos grups de tres han de desenvolupar una negociació de tipus comercial i han de fer el possible per arribar a acords satisfactoris per ambdues parts.

Se'ls dona la informació sobre les empreses que prenen part en la negociació, quins punts concrets han de tractar i quins personatges hi intervenen i com de costum en aquestes activitats, saben que tenen llibertat per canviar o afegir elements, si ho creuen convenient mentre no afecti l'estructura de l'activitat.

### **5.4.2 La situació de la negociació**

S'utilitza la mateixa situació de negociació, que s'anomena "Ventas de Navidad". Es un tipus de situació prototípic d'una negociació comercial en el sentit que es tracta d'una transacció de compra-venda. Un client important vol adquirir una mercaderia a un proveïdor que no té encara la suficient capacitat operativa per produir el nombre important de productes que se li demanen en un espai de temps limitat que és el que exigeix el comprador. Tècnicament s'han de negociar tres dels quatre paràmetres clàssics de tota transacció comercial: la data de lliurament, les condicions de pagament i el possible descompte que pot obtenir el client. Per no allargar excessivament la negociació, que es du a terme en un horari limitat de classe, el nombre de productes, un dels elements bàsics en una transacció, segons el plantejament de la simulació, ja s'havia acordat en un primer contacte telefònic. S'hi afegeix un altre element que cal negociar: el nombre d'estampats diferents dels productes per tal de donar un instrument de

pressió suplementària amb el factor temps que fa més llarg el procés de desenvolupament de la negociació i provoca més situacions de tensió que poden augmentar l'ús de la intensificació.

La durada de la classe és de 2h que es distribueixen de la manera següent: 30 minuts per la preparació, 30 minuts per a la negociació i 30 minuts per al feedback, comptant amb una entrada dels estudiants de 5 a 10 minuts més tard de l'hora fixada perquè tenen canvi de classe i una pausa de 25 minuts durant l'activitat.

### **5.4.3 La preparació de la tasca**

La professora els fa un breu *briefing* explicant-los com es desenvoluparà l'activitat que realitzaran. El indica que tindran 30 minuts de preparació i 30 minuts per portar a terme la negociació. Se'ls fa notar que l'equip del CB, degut a la importància de l'empresa, pot tenir tendència a fer ús de la seva prepotència i se'ls demana que no ho facin perquè la negociació pugui tirar endavant. Durant la preparació de l'activitat han de fer el següent:

- Llegir bé la fitxa que els indica la situació, les dades i l'objecte de la negociació.
- Decidir quins són els càrrecs dels membres dels equips d'ambdues empreses i quins estudiants se'ls atribueixen.
- Introduir les modificacions que creguin necessàries mentre no afectin l'estructura del cas de negociació.
- Posar-se d'acord en l'estratègia que adoptaran com a grup.

### **5.4.4 El document de treball**

A cadascun dels tres membres de cada grup se'ls dóna un full amb l'explicació detallada del cas, els punts que han de negociar, i les instruccions per a poder actuar. També conté una taula indicativa del valor dels diferents punts de negociació, adaptada a cadascun dels equips.

La lectura del document indica el nom de les dues empreses que seuran a negociar i la composició dels dos equips amb els següents membres cadascun:

- Empresa SEDATEX: el Director de Vendes i el seu equip de dues persones.

- Empresa CORTE BRITÁNICO: Cap de Compres i el seu equip de dues persones.

També els dóna context de l'empresa que cada equip adoptarà com a seva i que és un element important de la negociació. Les diferències de tamany i de notorietat entre SEDATEX i el CORTE BRITÁNICO són molt marcades i afectarà els arguments que cadascun del equips haurà de fer servir per negociar.

- SEDATEX és una empresa mitjana de Galícia que dissenya i fabrica mocadors i xals de seda, gestionada per joves empresaris amb molta empena i creativitat, que comença a ser coneguda pels seu estil innovador.
- EL CORTE BRITÁNICO, el nom fictici donat a aquesta empresa, és immediatament reconegut per tots els estudiants que han estat o han viscut a Espanya com una deformació de EL CORTE INGLÉS, la única cadena de grans magatzems de gama mitja alta, que es troba a totes les ciutats importants de la península.

Els documents preparats són les dues fitxes que presentem a continuació<sup>9</sup>.

---

<sup>9</sup> Per tal de simplificar la lectura, tant en els esquemes que indiquen la distribució de l'espai en eles negociacions com en les transcripcions verbals de recollida de dades, hem adoptat el color blau per l'empresa SEDATEX i el vermell pel CORTE BRITÁNICO.

Fitxa 1

<b>NEGOCIACIÓN 1</b>
<b>TÍTULO: <u>VENTAS DE NAVIDAD</u></b>
<b>DIRECTOR DE VENTAS DE SEDATEX S.A. y su equipo</b>
<p><b>SEDATEX</b>, 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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Su objetivo consiste en negociar un pedido satisfactorio para su compañía.</p> <p>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</p>



DECISIONES	PUNTOS	DECISIONES	PUNTOS
<b>Fecha de entrega</b>		<b>Condiciones de pago</b>	
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
<b>Estampados diferentes</b>		<b>Descuento</b>	
20	1	4%	0
15	2	3%	1
10	3	2%	2
		1%	3
		0	5
<b>Colores</b>			
12	1		
10	3		
6	4		

Fitxa 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 encargarnos 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.

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.

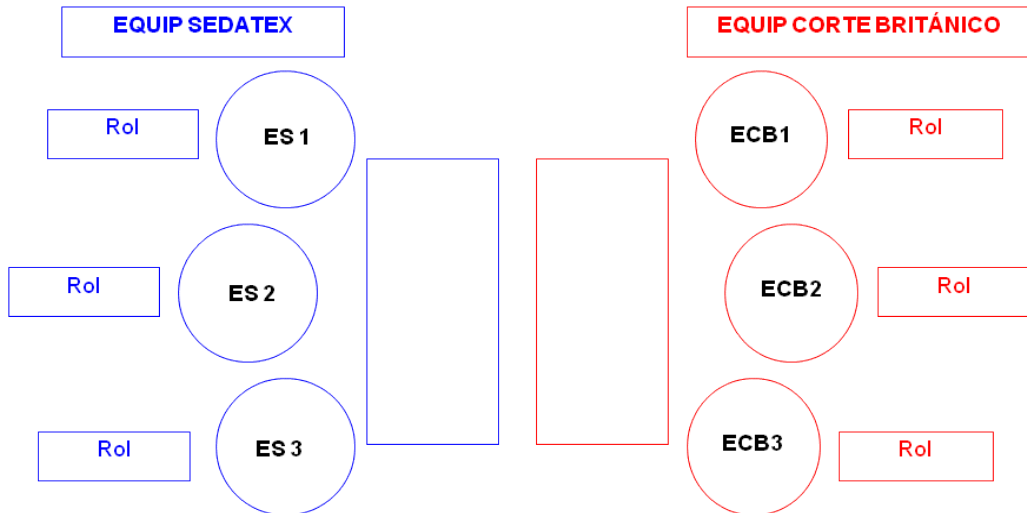
Su objetivo consiste en negociar un acuerdo satisfactorio, haciendo pocas concesiones ya que tienen que afrontar la competencia de otros grandes almacenes extranjeros que se están instalando en España.

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
<b>Fecha de entrega</b>		<b>Condiciones de pago</b>	
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
<b>Estampados diferentes</b>		<b>Descuento</b>	
20	3	4%	5
15	2	3%	3
10	1	2%	2
		1%	1
		0	0
<b>Colores</b>			
12	4		
10	3		
6	1		

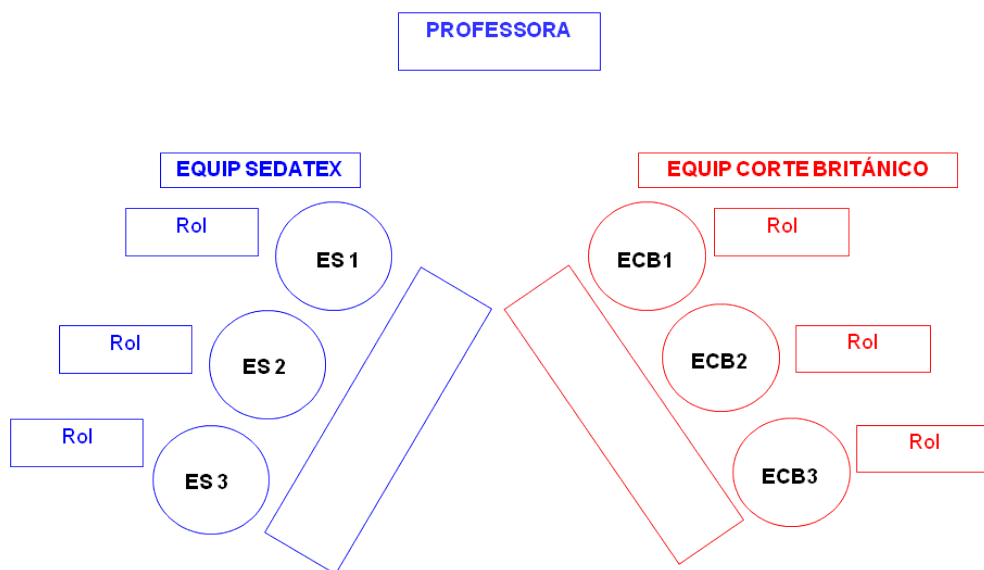
### 5.4.5 La distribució de l'espai

La distribució de l'espai de negociació va ser fet per la professora en funció de l'angle de la càmera. Tal com havia estat pensat, l'espai s'havia de distribuir de la manera que s'indica en l'esquema següent, segons és costum en les negociacions:



Gràfic 1. Distribució de l'espai (a)

En la pràctica, va resultar inviable posar les dues taules paral·leles, perquè l'espectador no podia veure correctament tots els participants en la negociació. La única manera que es podessin visualitzar tots els interlocutors va ser posar les taules en forma de V invertida, tal com apareix a l'esquema 2.



Gràfic 2. Distribució de l'espai (b)

#### **5.4.6 El procés de l'activitat**

Cada equip decideix quin lloc ocupa cadascun dels membres en la taula de negociació. Saben que han de desenvolupar la negociació durant 30 minuts com a màxim però com que hi ha un pre-període no oficial mentre s'asseuen prenen posicions i acaben de posar-se d'acord sobre els últims detalls, passen tres o quatre minuts abans no comencen realment a negociar. El resultat és que s'estan 35 minuts com a mínim a la taula de negociació i sovint, han d'accelerar el final perquè el temps se'ls acaba.

#### **5.4.7 El paper del professor**

La professora, just abans de començar, explica als estudiants que a partir d'aquell moment, la dinàmica de l'activitat la duen ells. Seguint els principis de la recerca etnogràfica es situa en un lloc de la classe que li permet no trobar-se en el camp visual dels interlocutors, és a dir en el *punt cec de l'escena*, “esto es, el lugar donde se pasa más desapercibido” (Duranti, 2000, p. 146).

En aquest cas es va escollir el lloc més allunyat del participants, darrere del punt de convergència de les dues línies que formen la V invertida de la taula de negociació, on els participants no miraven (vegi's Gràfic 2). En aquest punt, la professora adopta l'observació participant passiva, també segons Duranti (2000, p. 144) perquè intenta intervenir el menys possible en l'activitat que s'estudia, Els dóna el punt de sortida i els avisa cinc minuts abans d'acabar-se el temps. Excepcionalment, en la Negociació 1, es va donar el fet que hi havia un error en una de les fitxes dels dos equips i es van trobar amb un preu diferent els uns dels altres. Quan se'n van adonar, al cap d'un minut es van girar cap a la professora per demanar què havien de fer. El problema es va solucionar en mig minut i la negociació va continuar de manera molt fluida.

## **5.5 Mètode d'obtenció de dades**

### **5.5.1 *La transcripció com a eina de recollida de dades***

Si es considera com fa Van Lier (1988) que el procediment més destacat del treball etnogràfic és l'anàlisi detallada de les dades gravades, o, com l'anomena Edelsky (1981, p. 185) "intensive immersion in data", les transcripcions són un element vital per la recerca.

Des d'un punt de vista estrictament pràctic, les anàlisis es realitzen sobre el contingut de les transcripcions, perquè si s'hagués de treballar directament amb les gravacions la feina de focalitzar repetidament els fenòmens que es volen estudiar seria excessivament llarga i difícil (Cambra, 2003, p. 101). En canvi, llegint els textos escrits de les transcripcions que poden reflectir tant el discurs verbal com el no verbal, podem treballar l'anàlisi d'una manera ordenada i acurada.

Seguim, doncs, l'opinió de Van Lier (1988) que la gravació i la transcripció que se'n fa és d'una gran importància perquè en les interaccions a classe hi ha una ràpida successió d'elements. Tal com hem pogut comprovar en el nostre treball de transcripció, es tracta de reflectir interaccions complexes amb diferents participants i són tants i tan ràpids els elements comunicatius de tota mena que s'hi donen, que si no es transcrivissin, després d'observar-los repetidament, correríem el risc d'ignorar informació que pot ser molt útil per a l'anàlisi.

A la vegada, les transcripcions són com un "estrangement device", (Van Lier, 1988, p. 37) és a dir, una manera de distanciar-nos d'un escenari en el qual podem, com a professors, tenir-hi massa implicacions personals. Com diu Cambra (200, p. 102) "Le travail sur un texte écrit (paradoxalement de l'oral figé en une transcription écrite), permet une sorte de détachement fort appréciable, qui sert de contrepoint à l'immersion, et qui conduit à regarder avec étonnement ce qui est familier ».

### **5.5.2 *La recollida de dades pel nostre treball***

La recerca etnogràfica ofereix un ampli ventall de possibilitats per a recollir les dades que es volen extreure del treball de camp. Hem vista al capítol 4 que els instruments de recollida de dades són nombrosos i variats i que cada investigador els adapta a les seves necessitats i

possibilitats i com diu Cambra (2003, p. 97) és lliure de crear-ne de nous. Ara bé, l'observació participant és un mètode fonamental en la recerca etnogràfica. Tal com recomana Duranti (1997, p. 144) hem utilitzat l'observació participant passiva, que feia que la nostra intervenció fos inexistent durant la negociació que s'estava gravant i, com ja hem remarcat, ens vàrem situar en una "angle mort": érem a la classe, però els participants no ens veien a la vegada que sabien que la nostra presència hi era. Aquest fet ens va donar el distanciament propici per a l'observació al qual fan al·lusió Van Lier (1988) i Cambra (2003).

La recollida efectiva de dades per a la realització d'aquest treball s'ha fet a partir de la transcripció escrita d'una negociació prèviament gravada amb vídeo. La transcripció de les sessions gravades és un instrument bàsic per analitzar la interacció que s'ha observat, encara que Van Lier (1988, p. 42) remarca que els problemes de temps fan que no sempre es puguin utilitzar tots els mitjans que ofereix la recerca etnogràfica, especialment la gravació i la transcripció, al·ludint a la laboriositat que suposa fer les transcripcions dels enregistraments.

En el nostre cas, donats els recursos de la institució en la qual es va fer la recollida de dades, es va privilegiar la gravació i la seva posterior transcripció com a mètode d'obtenció de dades per diverses raons. La densitat dels horaris dels estudiants provocava l'escassa o nul·la disponibilitat dels alumnes fora de les hores de classe, amb la qual cosa les entrevistes de triangulació amb els participants eren molt difícils d'obtenir. Per altra banda, el fet que tots els professors de llengua treballassin en diferents institucions, feia que l'observació de les negociacions per part de companys en el moments de les nostres classes fos impossible, amb la qual cosa s'eliminava un altre dels mitjans de recollir informació suplementària. Ara bé, estem convençuts que si bé la transcripció és un dels mètodes que exigeixen més temps per part de l'investigador, es garanteix la fiabilitat de les dades recollides i també és el que més s'adaptava al context en el qual es van desenvolupar el treball de camp. Per altra banda, com veurem seguidament, és un dels eixos de la recerca etnogràfica, raó suficientment sòlida per fer-ne la base de l'obtenció de dades que serviran per a l'anàlisi posterior.

### **5.5.3 Elements de la transcripció**

La transcripció de la negociació que analitzem conté la representació dels dos canals de comunicació: el canal verbal i el canal no verbal. En primer lloc, es va fer la transcripció del missatge verbal extret de l'enregistrament amb vídeo, amb l'anàlisi interpretativa al costat, seguint el model de Cambra (2003, pp.288-289).

Presentem a continuació la fitxa de gravació de la Negociació 1, que conté les informacions següents: el títol de la negociació, les característiques tècniques de l'aparell utilitzat per fer la gravació, la codificació utilitzada per designar la transcripció, l'àmbit social d'on procedeix el document, el nom del recol·lector, el gènere al qual pertany, la durada de l'enregistrament, i la descripció de la situació. En la segona part es fa la descripció de la situació amb dades sobre els participants: nombre, la identitat amb la lletra que se'ls designarà en el document, els rols que es van auto assignar els estudiants abans de començar la negociació, les característiques dels alumnes, el nivell de castellà que posseeixen, la localització exacta del lloc on es va fer la gravació, el tema de l'activitat i els objectius que havien d'assolir.

### Fitxa de gravació de la Negociació 1

- **TÍTOL** : “VENTAS DE NAVIDAD”
- **DATA** : 3/06/05
- **TÈCNICA** : Gravació audiovisual feta amb una càmera COMPACT VHS GR-AX 588 SECAM JVC 12 X
- **CODIFICACIÓ DE LA TRANSCRIPCIÓ** : SABATER- OBS- MLL- 2005- ELE- UNI – Ventas de Navidad
- **ORIGEN DEL DOCUMENT (Àmbit social)** : Ecole Supérieure du Commerce Extérieur.
- **LLOC** : París. La Défense
- **RECOL·LECTOR** : Maria Lluïsa Sabater i Torres
- **GÈNERE** : Joc de rols: negociació.
- **DURADA** : 27 minuts
- **DESCRIPCIÓ DE LA SITUACIÓ** :
  - Participants.
    1. **Nombre** : 6
    2. **Identitat**
      - Equip del l'empresa SEDATEX: Thomas, Annaëlle, Gaëlle (T, A, G)
      - Equip del « Corte Británico » Florian, Meiga, Jessy (F, M, J)
    3. **Papers autoassignats** :
      - SEDATEX
        - T: Director de Finances
        - A: Directora de Producció
        - G: Directora de Vendes
      - CORTE BRITÁNICO
        - J: Cap de Compres



- F: Director de Finances
- M: Cap dels magatzems de Madrid

**4. Característiques :**

- Estudiants del quart curs de l'ESCE
- Tots tenen el francès com a llengua materna.
- Una és bilingüe, M, (mare colombiana)

**5. Nivell de castellà :**

- 2 de nivell C1 (M i T)
- 3 de nivell B2.2. (J, F i A)
- 1 de nivell B2.1 (G)

- **Localització :** Pôle Universitaire Leonardo de Vinci, Aula 9G
- **Tema :** NEGOCIACIÓ COMERCIAL.
- **Finalitat:** Dos equips de negociació, un que representa al possible comprador d'una mercaderia i l'altre que representa el possible venedor, han d'arribar a un acord sobre quatre punts diferents però absolutament lligats els uns als altres :
  1. la data de lliurament
  2. el nombre d'estampats dels productes
  3. les condicions de pagament
  4. possible descompte

*Quadre 1 : Fitxa de gravació de la Negociació 1.*

En una segona fase es va realitzar la codificació del llenguatge no verbal amb l'adaptació del model semiòtic de transcripció de Cerdán i Llobera (1997) basat en la "Triple Estructura Bàsica" de la comunicació (Poyatos 1983): llenguatge, parallenguatge i cinèsica i es va fer una versió de la transcripció que reflecteix el missatge verbal i no verbal de la negociació.

Els elements tinguts en compte per tal de transcriure els components verbals i no verbals del discurs de la negociació analitzada, queden recollits en la fitxa del model de transcripció (Quadre 1). Es tracten en 10 columnes diferents, corresponents als criteris de selecció dels comportaments verbals i no verbals dels participants en les negociacions que hem pogut observar en les gravacions amb càmera vídeo i que queden resumits en llista següent:

## **Components verbals i no verbals del discurs de la Negociació 1**

### **1. Informacions generals**

- Número de la transcripció
- Durada de la negociació mesurada en minuts
- Data de la filmació
- Numeració de les intervencions
- Font de la intervenció

### **2. Missatge verbal**

- Unitats de transcripció verbal: torn de paraules

### **3. Anotacions paraligüístiques**

- El volum
- Diferenciadors (riure)
- Els alternants o “quasiparaules”: els adaptadors reguladors del discurs
- Les pauses
- Els silencis
- L'entonació ascendent o descendent per la interrogació i l'exclamació
- Els allargaments del so, amb tres graus diferents
- Les entonacions en suspens
- L'èmfasi
- Els sons d'assentiment o de dubte
- Les repeticions entretallades d'un so

### **4. Cinèsica**

- Gestos amb el cap
- Gestos amb les mans (dits) i braços
- D'altres gestos

### **5. Proxèmia**

- Contacte corporal : adaptadors
- Moviments del cos en l'espai

*Quadre 2. Components verbals i no verbals del discurs de la Negociació 1.*

En el Quadre 3 presentem una mostra de la representació gràfica de la transcripció completa dels elements verbals i no verbals de la Negociació 1, que és la que constitueix el nostre corpus principal i que conté la transcripció del llenguatge verbal, paraverbal i gestual.

Volem precisar que la descripció detallada dels codis verbal i no verbal utilitzats a realitzar la transcripció de la Negociació 1, es troben al principi de cadascun dels capítols d'aquest treball que es dediquen als dos canals de comunicació: el capítol 7 (vegi's 7.1) per a l'anàlisi de dades del llenguatge verbal i el capítol 8 (vegi's 8.1.) per a l'anàlisi de les dades del llenguatge no verbal. Hem cregut que la immediatesa de la transcripció just abans de l'anàlisi detallada de cadascun dels dos canals de comunicació, en facilitarà la lectura. Es transcriuran totes les mostres analitzades i la transcripció completa es troba als Annexos I i II.

NEGOCIACIÓ Durada: minuts Data:

Transcripció

C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10
Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal						
Nombres	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica					Proxèmia	
			Cap	Mans/braços	Altres	CO	Expressió facial	Adaptadors	Moviments del cos en l'espai
1.	M.								
2.	G.								
3.	M.	\							

Quadre x. Model de transcripció dels elements verbals i no verbals.

**CAPÍTOL 6.**  
ELS INTENSIFICADORS.  
MARC TEÒRIC.



## Introducció

Per tal d'emmarcar correctament l'anàlisi dels recursos intensificadors del discurs utilitzats per aprenents francòfons de castellà L2 en simulacions de negociacions comercials, convé de fer unes consideracions sobre el concepte d'intensificació, que no ha tingut sempre ni la mateixa denominació ni el mateix significat. Farem primerament una revisió del tractament semàntic i retòric que s'ha fet d'aquest fenomen. En segon lloc, veurem com, des d'una perspectiva molt més actual, la intensificació es tracta com un fenomen de tipus pragmàtic, que és tal com l'entendem nosaltres, i establirem quina és la definició de la intensificació segons aquest enfocament. En tercer lloc explicarem quina és la nostra posició i la nostra línia de recerca per continuar amb una relació dels conceptes associats a la intensificació i que apareixeran en l'anàlisi. Passarem a presentar després la relació de les formes lingüístiques que poden expressar valors intensificadors segons la taxonomia revisada per Albelda (2005) i a continuació, exposarem quines són les eines que utilitzarem per estudiar la intensificació des de la perspectiva estrictament pragmàtica: l'anàlisi semàntico-pragmàtica i la funció dialògica de la intensificació, seguint la teoria desenvolupada per Briz.

### 6.1 Els enfocaments tradicionals de la intensificació

El primer problema que existeix en l'estudi de la intensificació en castellà és la confusió conceptual d'una sèrie de termes que s'han considerat com a sinònims d'intensificació quan no sempre ho són. Albelda (2005, p. 26) que ha fet una aportació molt important a l'estudi de la intensificació, fa una excel·lent revisió de les diferents denominacions que, tradicionalment s'han utilitzat per fer-hi referència. S'hi troben *énfasis*, *expresividad*, *expresión afectiva*, *realce lingüístico*, *elativización*, *superlación*, *gradación*, *reforzamiento*, *encarecimiento*, *puesta de relieve* (*'mise en relief'*), *recalcamiento* i *ponderación*<sup>10</sup>.

---

<sup>10</sup> Autors i denominacions de la intensificació segons Albelda 2005, p. 25: *énfasis* (González Calvo 1984-1988, Hernando Cuadrado 1988, Ramiro 1995, Portero 1997, Álvarez Muro 2000), *expresividad* (Seco 1970, Payrató 1990 [1988], Herrero 1991, Vigara Tauste 1992), *expresión afectiva* (Beinhauer 1991[1929]), *realce lingüístico* (Seco 1970, Morillo-Velarde 1992, Vigara Tauste 1992, Ferrer y Sánchez Lanza 1998), *elativización* (González Calvo 1984-1988, García-Page 1990), *superlación* (González Calvo 1984-1988), *gradación* (Bolinger 1972, Ramos Márquez 1993, Portero 1997, Martín 1998), *reforzamiento* (Oster 1951, Penas Ibáñez 1993-1994, Arce 1999), *encarecimiento* (Beinhauer 1991 [1929]: 243, Cascón 1995), *puesta de relieve* (*'mise en relief'*) (Oster 1951, Cisneros 1966, Lamíquiz 1971, Miranda 1998), *recalcamiento* (Oster 1951), *ponderación* (Krüger 1960, Nández 1982, Herrero (1991, Ramos 1993).

Els conceptes que corresponen a aquests termes, o bé coincideixen en alguns aspectes i en d'altres divergeixen o bé uns tenen un abast semàntic més ampli que d'altres i, en realitat, no se'ls dóna una delimitació clara.

Albelda (2005) per a la finalitat del seu treball que consisteix a fer una proposta de caracterització predictiva de la intensificació, ha realitzat un llistat que representa una revisió dels treballs duts a terme per autors diferents sobre els mecanismes de la llengua amb els quals és possible intensificar, i que li servirà com a base per extreure els trets comuns per tal de determinar què s'intensifica i què suposa el fet d'intensificar. En el nostre treball constitueix un bon referent per a poder dur a terme una anàlisi dels elements intensificadors dels discurs estudiat, amb una garantia raonable d'abastar un ventall realment ampli de possibilitats per a intensificar, sense que suposi en cap moment una llista tancada.

Adoptem el terme *intensificació* per denominar el fenomen estudiat en aquest treball perquè certament, els termes utilitzats tradicionalment i que hem anomenat més amunt, formen part de l'acció d'intensificar, però no són suficients per si mateixos per a explicar-la en la seva totalitat. Aquesta denominació és la que trobem en la literatura més recent sobre el tema i sobretot perquè és el que apareix emprat sistemàticament en els treballs dels autors que li atribueixen un caràcter pragmàtic i és amb aquest enfocament que definirem el concepte d'intensificació.

### **6.1.1 La perspectiva semàntica**

S'ha considerat durant força temps que la intensificació és un valor de significat que es manifesta en la llengua amb una sèrie de mecanismes morfològics, lèxics, sintàctics, i fonètics per a obtenir o bé la modificació de la qualitat i/o de la qualitat d'un enunciat proposicional, o bé per ser un reforç de l'assertió en l'àmbit de la modalitat.

Els autors que adopten aquesta perspectiva, fan una classificació i una descripció detallada de l'estructura de les formes que transmeten un valor semàntic d'intensificació. Més endavant, els treballs que estableixen la repercussió estilística de la intensificació, com veurem, ja fan un pas cap a l'enfocament pragmàtic d'aquest fenomen, sense assolir, però, la dimensió real que se li donarà amb la perspectiva pragmàtica.



De tota manera, la recerca des de la perspectiva semàntica sobre l'espanyol col·loquial d'autors com Beinhauer (1991), Seco (1970), Náñez (1982), Hernando Cuadrado (1988), Herrero (1991), Vigara Tauste (1992), Cascón (1995), Miranda (1998), són una base de treball molt valuosa i útil. El fet de descriure un fenomen de la llengua i d'observar com es manifesta és una manera de construir una base sòlida per a obtenir una explicació més completa.

En realitat, en les gramàtiques tradicionals només es fa al·lusió directa a la intensificació a través de la gradació de l'adjectiu i sovint, els conceptes de qualitat i de quantitat s'identifiquen automàticament amb la intensificació. Només Fernández Ramírez (1986) parla d'un desig d'expressivitat en les formes superlatives en considerar que *-ísimo* és una variant expressiva o intensiva de la categoria neutra.

En la descripció semàntica de la intensificació del contingut proposicional, els conceptes que apareixen estudiats per diferents autors són

- la quantificació de la qualitat i de la quantitat (Valdivieso 1975, Suñer i Roca 1997-98, Laquímiz 1991).
- la gradació o quantificació de grau que posa de manifest el seu caràcter escalar (Ramos 1993, Martín 1998, Portero 1997).
- la superlació que expressa la gradació en el seu punt màxim (Nadal 1997-1998, González Calvo 1984-1988).

També s'ha estudiat la intensificació com a element modalitzador i hi ha hagut propostes diferents. La majoria dels treballs s'han centrat en partícules discursives i adverbis de modalitat (Barrenechea 1979). També s'han fet estudis que identifiquen la intensificació

- amb l'evidencialitat (marcadors conversacionals que marquen el caràcter de evident, fora de tot dubte: *por supuesto, claro, sin duda...*), (Martín Zorraquino i Portolés, 1999).
- amb la certesa, la veritat o la credibilitat (*sí, naturalmente, evidentemente...*), (Otaola, 1998)
- amb expressions d'afirmació reafirmatives (*te lo juro ,, palabra de honor...*) i confirmatives (*te lo digo yo, como te lo digo*), (Vigara Tauste, 1992).

Ara bé, si es té en compte aquest enfocament, en realitat, el que es fa és atribuir un caràcter intensificador inherent a una sèrie de formes lingüístiques, la qual cosa no és sempre certa, tal com demostra Meyer-Hermann (1988 p.281) en observar que tant la intensificació com l'atenuació són processos que es realitzen en la interacció concreta dels que parlen, i aquest fet té dues implicacions. Per una banda, en ser definits com a processos interactius, no es poden atribuir a qualitats semàntiques pròpies d'unes formes tal com s'havia considerat en una primera fase dels estudis sobre la intensificació. I per altra banda, tal com afirma Meyer-Hermann en el mateix text (1988, p. 281)

*“El hecho de que la “atenuación” e “intensificación” son procesos interactivos, implica que las formas que funcionan como operadores de atenuación o de intensificación sólo lo hacen en determinados contextos, es decir, con respecto a determinados enunciados de referencia. Una forma que puede funcionar como operador de atenuación en un contexto a veces no lo puede en otro contexto”.*

Cal remarcar que els autors que hem citat, per camins diferents, han fet estudis notables que recullen moltes característiques sobre el concepte que denominem d'intensificació i en aquests treballs s'hi troben moltes coincidències. Certament, constitueixen una aportació remarcable a l'estudi d'aquest fenomen en el seu moment, però no hi podem trobar explicacions sobre la finalitat de la utilització dels recursos que es descriuen i s'analitzen detalladament, perquè no s'empren els instruments que posteriorment ha aportat el camp de la pragmàtica.

### **6.1.2 La perspectiva retòrica**

Els treballs que adopten el punt de vista retòric, incorporen a l'anàlisi elements de la comunicació com la figura del participant i la finalitat del missatge. Els autors que treballen en aquest àmbit consideren que les formes intensificadoras formen part de la funció expressiva i emotiva de la llengua que està molt lligada a l'obtenció d'efectes retòrics per part del que parla.

Pel que fa a la llengua col·loquial s'estudien sobretot els conceptes *d'expressivitat*, *expressió afectiva*,) *èmfasi* i *posada en relleu* (« *mise en relief* »), segons indiquem a continuació.

- Vigara Tauste (1992) considera que la intensificació forma part dels elements expressius de la llengua i Herrero (1991) també la presenta com una manifestació de l'expressivitat.

- L'èmfasi, o intensificació afectiva (Portero (1997) s'acosta a l'anàlisi estilística.
- La "mise en relief", provinent de la lingüística francesa va ser traduïda com a "relevación" per Lázaro Carreter (1977) i la va considerar com un sinònim d'énfasi. Ha estat estudiada per Laquímiz (1991) com una gradació de la intensitat i per Krüger (1960) com un reforç.

Pel que fa el canvi d'actitud que ens interessa en aquesta etapa, constatem que ja Beinhauer (1991, p.195-196) afirma que la persona que parla surt de la seva actitud passiva per adoptar una postura més activa de cara a l'interlocutor i d'aquesta manera el pot influir d'una manera persuasiva. Payrató (1990) i Vigara Tauste (1992) demostren que molts dels procediments d'intensificació es corresponen amb figures retòriques com per exemple metàfores, sinèdoques i repeticions. De fet Payrató (1990), que els anomena *figures de la parla*, considera que el llenguatge col·loquial s'acosta a la modalitat literària i sovint coincideixen en l'ús dels seus recursos expressius i/o estètics i, de fet, l'estudi de la intensificació també ha estat aplicat a l'anàlisi literària<sup>11</sup>.

Aquest enfocament, és diferent de la descripció semàntica perquè ja demostra l'interès per explicar la finalitat de l'ús de la intensificació. Gran part d'aquestes propostes són properes al valor pragmàtic perquè integren en l'anàlisi les figures dels participants, la finalitat del missatge i, en certa manera, l'actitud del parlant en tractar l'expressivitat, l'èmfasi i la "mise en relief". En definitiva, ja integren elements de comunicació i és significatiu que Vigara Tauste (1992, p.131) defineixi el *realce lingüístico* com

*"(...)aquel por el que el hablante, obedeciendo a su personal impulso, destaca cara a su interlocutor una parte de su enunciado (que puede se la acción, una cualidad, un objeto, un sujeto etc.) o su propia actitud de comunicación".*

Des del nostre punt de vista, es pot ja considerar, com ha fet Fernández Loya, 2005, p.187), que aquesta definició integra els elements que caracteritzen la intensificació des del punt de vista pragmàtic: la inclusió de JO<sup>12</sup> i el TU i el que correspon a les distincions de semàntico-pragmàtica i pragmàtica: la modificació de l'enunciat i la modificació de l'actitud, tal com veurem més endavant (6.7.).

---

<sup>11</sup> Vegi's Seco 1970, Nánñez 1982, Hernando Cuadrado 1988, Penas Ibáñez 1993 - 94, Ramiro 1995.

<sup>12</sup> Seguint Briz, escrivim JO en majúscules quan es tracta de denominar, segons l'anàlisi pragmàtica, el paper que l'interlocutor vol que jugui la seva personalitat en una intervenció.

## 6.2 L'enfocament pragmàtic de la intensificació

Passem a continuació a exposar de manera resumida els conceptes de base i algunes de les característiques de l'enfocament pragmàtic de la intensificació.

Les dues perspectives que hem revisat breument no aporten una resposta suficient a la tercera de les tres preguntes, *què? com? i per què?* s'intensifica, que formula Briz (2001, p.116) i que considera que són les que poden explicar la veritable dimensió del fenomen de la intensificació, com veurem en l'apartat següent.

Tal com s'observava a 6.1., les diferents taxonomies fetes per classificar i descriure els intensificadors, revisades i unificades per Albelda (2005) seran d'una gran utilitat per començar el primer pas de la nostra anàlisi. Som de l'opinió que cal estudiar la intensificació seguint tres nivells, que corresponen a tres perspectives d'estudi: és necessari determinar *què s'intensifica com s'intensifica i per què s'intensifica*. Aquest procés implica fer servir conceptes i mètodes d'anàlisi que pertanyen al terreny de la pragmàtica.

En el desenvolupament de la pragmàtica com a disciplina, s'hi troben dues postures diferents. Segons una, la pragmàtica és una disciplina *componencial*, és a dir que s'entén que la competència pragmàtica de la llengua s'afegeix a la competència gramatical i se la considera com un més dels nivells de la llengua. L'altra té la perspectiva *transversal* de la pragmàtica que no s'afegeix a la competència gramatical, sinó que travessa totes les competències oferint explicacions dels usos de la llengua.

Aquesta segona ha estat més seguida (Mey, 1985 i Verschueren, 2002) i és la que emmarca el nostre estudi perquè, des del punt de vista comunicatiu, considerem que no es pot assolir una competència comunicativa de la llengua sense tenir-ne una competència pragmàtica. A més a més, permet d'analitzar l'estudi del fenomen d'intensificació des de punts de vista diferents: la codificació, les funcions comunicatives i també l'àmbit social.

Briz (2001, p.105) estableix les bases del seu esbós de pragmatogramàtica afirmant

*“Así pues, un análisis en este sentido es aquel que integra el esquema de la comunicación y, por tanto, tiene en cuenta, junto a lo dicho o contenido comunicado, que existe un hablante que comunica, que manifiesta una actitud ante lo comunicado, a la vez que un oyente recibe e interpreta lo codificado y mostrado por aquél en unas circunstancias comunicativas determinadas”.*

Ens sembla fonamental de considerar tant l'enunciat com el seu procés de producció i recepció perquè com assenyala Charaudeau (1995)<sup>13</sup> el subjecte de la interacció es va situant en espais diferents, en “l'espai de la locució” quan comença a parlar, “l'espai de la relació” (alteritat) amb l'altre i en “l'espai de la tematització” en parlar d'alguna cosa i a la vegada organitzar-la.

### **6.2.1 La intensificació com a categoria pragmàtica**

La *intensificació* només ha estat considerada, pel que fa al castellà, una categoria que pertany a l'àmbit de la pragmàtica per Meyer-Hermann (1988), Briz (1997, 1998) i Albelda (2005). Les seves propostes es poden agrupar amb les dels autors de referència en l'àmbit de la lingüística general que han estudiat la intensificació com Holmes (1984) Labov (1984), Held (1989), Bazzanella (1991), Caffi (1999) o Sbisà (2001).

Per tal de poder combinar la reflexió sobre l'enunciat i el procés d'enunciació Briz (2001, p.105) estableix les “categories pragmàtiques” i quines són les seves funcions comunicatives. Són enteses com a estratègies vinculades amb l'acte de parla (Tannen 1984, Beaugrande i Dressler 1997) que comprenen la producció, la recepció, la connexió i la interacció:

Briz (2001, p. 106), distingeix tres d'aquestes categories pragmàtiques fonamentals: que queden “delimitadas inicialmente por el realce de algunos de los elementos que intervienen en dicho proceso de comunicación (hablante, oyente, mensaje, contexto). Es tracta de la intensificació, de l'atenuació i de la connexió.

---

<sup>13</sup> Citat a Briz (2001, p.105).

Concretament, en la relació interlocutiva entre l'emissor i el receptor, la intensificació es produeix quan el membre marcat és l'emissor mentre que l'atenuació té lloc quan el membre marcat és el receptor i la connexió apareix quan el realçament afecta la relació entre els enunciats i, per extensió, a l'estructura del discurs.

Aquest autor considera la intensificació com una estratègia comunicativa de producció d'enunciats que comporta necessàriament la codificació i la "mostració" o intencionalitat del que parla que fa entendre al receptor quins són els seus propòsits i també intenta d'exercir la seva influència sobre el que rep el missatge. Amb les estratègies comunicatives es vol obtenir efectivitat en la comunicació i, a més, determinats efectes comunicatius sobre el receptor. Segons la seva perspectiva pragmàtica, la intensificació va més enllà de la semàntica perquè afecta el marc del que s'ha suggerit en l'expressió lingüística i, d'aquesta manera, implica una valoració que, a vegades, té conseqüències conversacionals (Briz, 2001, p. 126).

El mateix autor, (Briz 200, pp. 109 -110) observa que la conversa col·loquial, conté un gran nombre d'intensificadors. Si bé una conversa col·loquial no té un objectiu predeterminat al principi, com passa en la negociació, a mida que es va desenvolupant acaba tenint-lo i per assolir els objectius que es van definint a mida que té lloc la conversa, calen unes tàctiques per aconseguir-los, que són precisament l'ús de la intensificació i també de l'atenuació. Si ens fixem en la negociació, contràriament a la conversa col·loquial, constatem que sí que existeixen uns objectius predeterminats molt concrets, però que en canvi, conté un grau bastant elevat d'imprevisibilitat de cara a les propostes inesperades que obliguen a proposar contrapropostes no totalment preparades prèviament.

Amb això volem indicar que, certament, també una interacció de negociació pot tenir certes afinitats amb la conversa col·loquial, això sí, sense arribar mai al seu grau d'espontaneïtat ni d'informalitat, però sí que és susceptible de contenir un nombre d'intensificadors, unes estratègies per poder arribar a acords. Per tant, el que volem investigar amb l'anàlisi del discurs que durem a terme, és quin és el ventall de tàctiques o estratègies de comunicació que els interlocutors fan servir per assolir els seus objectius en la situació concreta en la qual es troben.

En aquest sentit, Briz (2012, p. 38) afirma que les estratègies, les tàctiques i els objectius són conceptes claus per tal de definir qualsevol categoria pragmatogràmica. Si ho apliquem al fenomen objecte de la nostra anàlisi, la intensificació és una de les estratègies utilitzades

en la negociació i els intensificadors, les tàctiques que es fan servir, tant verbals com no verbals, per arribar a assolir l'objectiu, l'acceptació de propostes per part del contrari per poder arribar a un acord final.

### **6.2.2 Definició de la intensificació**

Les definicions de la intensificació que tenen més validesa des del nostre punt de vista són les que l'enfoquen des d'una perspectiva pragmàtica: les formulades per Briz i per Albelda, respectivament:

*“En suma, los intensificadores son realces pragmáticos, estratégicos, que refuerzan el decir o lo dicho, a la vez que dialógicamente manifiestan de forma intensa el acuerdo, o el desacuerdo, ya sea en el plano local, es decir en algunas de las intervenciones, intercambios, ya sea en el plano global de la conversación”. Briz, (2001, p. 114).*

*“En definitiva, la intensificación pragmática es una estrategia evaluativa del contenido proposicional o de la modalidad. En parte está codificada en la lengua y, a su vez, refuerza la implicación del hablante en la comunicación e imprime un mayor grado de compromiso con lo dicho que, en consecuencia, produce efectos a nivel comunicativo y social”. (Albelda, 2005, p.188).*

Ambdues coincideixen en destacar el caràcter estratègic de la intensificació i la modificació que exerceix ja sigui en el contingut proposicional, “lo dicho”, com en la modalitat, “el decir”, la importància de l'emissor i i també del receptor, així com el fet que el seu abast es pugui estendre a segments més amplis, com els intercanvis i fins i tot a l'àmbit global de la conversa. Fonamentalment és la direcció que tindrà l'enfocament de l'anàlisi en el nostre treball.

### **6.2.3 Diferents aspectes de la intensificació**

Després d'haver fet les consideracions precedents presentarem les definicions del concepte d'intensificació que ens semblen més adients a l'enfocament que seguim i passarem a exposar dues de les característiques de la intensificació que poden tenir més incidència en aquest treball.

### 6.2.3.1. L'escalaritat, tret lingüístic i comunicatiu de la intensificació

Tal com ja hem indicat, en aquest treball no es tracta el fenomen de la intensificació des del punt de vista estrictament lingüístic. Tanmateix, creiem que cal fer referència a un concepte que apareixerà en certes definicions de recursos que poden actuar com a intensificadors. Es tracta de l'*escalaritat*, sobre la qual s'han dut a terme força estudis des de diversos enfocaments. El que ens interessa per la nostra anàlisi és ressaltar el caràcter *escalar* de la intensificació.

El concepte d'*escala* s'ha estudiat des del punt de vista lèxic i s'ha intentat classificar les escales des de diferents perspectives com per exemple Lyons(1980), i Cruse (1995). Segons Lyons (1980, p. 269) l'*escalaritat* es prediu d'elements que pertanyen a un conjunt i que posseeixen una mateixa qualitat però amb grau diferent. També s'ha explicat en els treballs de Grice (1975) i Levinson (1989) i la noció d'*escala* s'ha considerat com un tipus d'implicatura conversacional generalitzada de quantitat (Levinson 1989)<sup>14</sup>. Aquesta definició l'acosta al nivell comunicatiu atès que les implicatures són fenòmens conversacionals que es refereixen a la informació que es transmet amb el que es diu però que no es troba al contingut proposicional.

La intensificació, a nivell de la codificació, presenta un tret bàsic que és l'*escalaritat*, terme que en lingüística s'utilitza per explicar la gradació en algunes formes de la llengua (Albelda 2004). Com ja hem vist anteriorment, les teories semàntiques i retòriques de la intensificació al·ludeixen als fenòmens de quantificació al grau i/o a la gradació. En d'altres casos es relaciona la intensificació amb el concepte d'*escala* i/o gradació però amb relació amb algun aspecte comunicatiu o interaccional. Així, Meyer Hermann (1988, p. 283) considera que “los hablantes manifiestan que quieren asumir y/o establecer con respecto a una proposición un grado de intensidad obligativa” i Held (1989, p. 168) assenyala l'increment de les obligacions a nivell il.locutiü i interaccional en parlar de la *maximització*.

Finalment, Holmes (1984), Labov (1984), Bazzanella *et alii* (1991), Briz (1998, 2003) i Sbisà (2001), es refereixen a l'*escalaritat* com una gradació de la força il.locutiü de l'acte de parla amb la qual es pot expressar l'augment de les obligacions y/o compromisos dels

---

<sup>14</sup> Citats per Albelda (2005, p. 194)



interlocutors. S'arriba ja a la consideració de l'*escalaritat* a un nivell comunicatiu amb la intervenció d'elements com el parlant, l'oient i la força il.locutiva.

La intensificació es un fenomen escalar, un element que s'explica comparativament atès que alguna cosa queda intensificada respecte a una altra que no ho està i que és el *punt de referència*. Ara bé, aquest *punt de referència* no sempre es troba en l'enunciat sinó que moltes vegades s'ha d'anar a buscar en el context, tal com veurem en l'anàlisi.

Així doncs, l'*escalaritat* és un concepte que, inevitablement, en alguns moments utilitzarem en l'anàlisi de la intensificació, degut al seu caràcter inherent a la intensificació i al fet que pertany també a l'enfocament comunicatiu d'aquest fenomen.

### **6.2.3.2. La intensificació com a estratègia comunicativa**

Voldríem destacar breument alguns conceptes sobre la finalitat de la intensificació entesa com una estratègia de comunicació, que ens semblen pertinents i que haurem de tenir en compte en l'anàlisi del discurs de les transcripcions.

La intensificació persegueix diversos objectius comunicatius:

- a. Eficàcia en la comunicació. La intensificació és una estratègia comunicativa que fa que siguem eficaços en la comunicació. Es per aquest motiu que analitzem quines són les tàctiques d'intensificació que utilitzen els interlocutors en la seva comunicació per arribar a assolir determinats objectius i que han d'aparèixer en el discurs que utilitzen en la negociació. Per arribar-hi els cal ser comunicativament eficaços.
- b. Influència en el receptor. La intensificació actua com una estratègia de producció en la conversa destinada a causar determinats impactes sobre el que rep el missatge (Briz, 1998, p. 108) i concretament, en el cas de la negociació, l'ús dels intensificadors és una tàctica que pretén clarament exercir una influència en el receptor i aquest fet queda ben reflectit en Held (1989) que entén la intensificació com un mode d'acció psicològico-afectiu que és utilitzat per manipular la recepció de la intenció del que parla. Si bé a nivell proposicional suposa una manipulació expressiva del contingut i a nivell modal actua sobre la intenció del que emet el missatge, en ambdós casos la finalitat pragmàtica és l'obtenció de l'eficàcia comunicativa.

- c. Eficàcia pragmàtica. Briz (1997) assenyala que la intensificació intenta fer que el que es diu sigui més creïble, o bé imposar el JO o bé buscar l'acord del receptor. El que realment es persegueix en qualsevol dels tres casos és influir sobre l'oient i qualifica la finalitat d'aquests objectius com a eficàcia pragmàtica.

### 6.2.3.3. La intensificació i les màximes de Grice

Atès que enfoquem l'estudi dels intensificadors des de l'angle de la pragmàtica, cal mencionar la seva relació amb les màximes de Grice amb les quals es troben estretament vinculats. Com a categoria pragmàtica relacionada amb l'activitat retòrica d'uns interlocutors, els intensificadors posen de relleu algunes de les màximes de cooperació de Grice (1975), els principis que se suposa que les persones respectem per poder cooperar i comprendre'ns amb relativa facilitat (Calsamiglia et alii 2002, p. 23). Està lligada sobretot les màximes de la qualitat - "intenta que la teva contribució sigui vertadera"- i de pertinència - "sigues rellevant"- i de les contribucions del JO aquest JO que segons Briz (2001 [1998], p.114) utilitza l'intensificador per reforçar la veritat del que s'ha expressat.

Cal tenir molt en compte, però, que no sempre els intensificadors col·laboren en el discurs d'una manera cooperativa i cortesa. Precisament pel fet de ser un reforç, sovint suposen una transgressió de les normes de cooperació i, fins i tot, de les de cortesia. Si algun d'aquests principis conversacionals es trenca, tot seguint el principi de cooperació, el parlant inferirà una informació no explicitada: les màximes generen implicatures que l'oient ha d'interpretar. La ironia, per exemple, transgredeix de manera explícita la màxima de qualitat a fi de comunicar uns efectes expressius concrets i com que un dels operadors d'intensificació pot ser la ironia, en l'anàlisi ens haurem de referir a aquesta violació de la màxima de Grice.

Des de la perspectiva dialògica, l'intensificador pot representar el reforç de l'acord però també del desacord absolut, com es veurà sovint en l'anàlisi del corpus. Així, una intensificació utilitzada com a exageració, pot també infringir la màxima de la qualitat i freqüentment la norma de la cortesia queda vulnerada per la intensificació. La seva funció dependrà totalment del valor que li vulgui donar l'emissor com a estratègia de cara al receptor en un acte de comunicació concret.

### 6.3 Els descriptors dels intensificadors i el corpus

Un dels motius de la insuficiència de les classificacions que s'han fet de les formes d'intensificació és que no s'ha abordat el seu l'estudi considerant que es tracta d'un fenomen comunicatiu que es realitza amb la interacció i, per tant, no s'ha analitzat a partir d'un corpus de llengua en ús.

D'aquesta manera, no es pot obtenir el que ofereix un corpus real i que ens sembla imprescindible per analitzar la categoria pragmàtica dels intensificadors. El fet de treballar amb un corpus de llengua en ús fa que puguem analitzar quins són els interlocutors que hi intervenen, quines són les seves relacions concretes quin és l'objectiu comunicatiu i els propòsits interlocutius dels emissors, quin és el tema i també el valor que adopta una construcció comparant-la en diferents contextos (Albelda 2005, p. 176). Es per aquest motiu que es fa palesa la importància de treballar amb un corpus perquè, només es podrà determinar de manera precisa si els recursos que s'identifiquen en la transcripció realment funcionen com a intensificadors en el context del discurs, en aquest cas, de la negociació, i s'arribarà a establir quina és la intencionalitat de l'interlocutor que l'utilitza.

Tanmateix, cal fer referència al problema que se'ns ha presentat en el moment d'adoptar un model de referència dels intensificadors del discurs. Efectivament, la majoria dels corpus de referència en els quals s'han basat els estudis sobre els intensificadors en castellà són obres escrites, especialment literàries com els de Beinhauer, (1991), Krüger (1960), Seco (1970), Náñez (1982), González Calvo (1984-1988), Hernando Cuadrado (1988), Penas Ibáñez (1993/1994), Cascón (1995), Arce (1999). Alguns autors extreuen les seves referències de la premsa, revistes o programes de la televisió i de la ràdio com Meyer-Hermann (1988), Vigara (1980, 1992) i Herrero (1991).

Pel que fa els corpus orals, existeixen bones referències sobre la conversa col·loquial com els corpus Alcores (Azorín i Jiménez, 1999), el CREA (Corpus de Referencia del Español actual) de la Real Academia i també el corpus de converses col·loquials orals Val. Es. Co. (Briz i Grup Val. Es. Co., 1995).

En canvi, no coneixem cap corpus dedicat específicament a recollir textos orals que reflecteixin el discurs de les negociacions comercials en castellà, ni tampoc tenim coneixement de l'existència d'un corpus del discurs de processos d'aprenentatge, i encara

menys que ens aportí dades sobre el discurs utilitzat en simulacions de negociació com a activitat d'aprenentatge d'una L2, com ho fa el nostre.

Es per aquest motiu, que hem decidit prendre com a un primer element de referència, les descripcions dels intensificadors d'Albelda (2005) i Briz (2001) en les converses col·loquials en castellà, que s'han treballat a partir del corpus ja esmentat. Val. Es. Co. (Briz i Grup Val. Es. Co., 1995).

Som conscients que les característiques de les converses col·loquials i les de les interaccions com a activitat negociadora en un context professional són diferents. La conversa col·loquial es caracteritza per un alt grau d'indefinió, d'imprevisibilitat i d'improvisació (Calsamiglia et alii *et alii* 2002, p. 33) i s'explica a partir de la conjunció de factors contextuals: relació d'igualtat entre els interlocutors, relació vivencial de proximitat, marc d'interacció familiar i /o quotidià i temàtica no especialitzada (Briz y Grupo Val. Es. Co., 1995, p. 30-32). En canvi, una negociació té unes premisses diferents: existeix la definició prèvia del tema i dels objectius, les seqüències que la constitueixen són previsible i la temàtica té un marc específic, que pot afectar temes d'una gran diversitat, però que els interlocutors que hi participen saben exactament quins són.

Però per altra banda, tal com ja hem remarcat abans (6.2.1.), la conversa espontània, si bé no té un objectiu prèviament determinat, es va articulant i construint a mida que avança i arriba a adquirir unes finalitats determinades, sobretot la de convèncer, persuadir i buscar l'acord de l'interlocutor i és per aquest motiu que els intensificadors, i també els atenuadors, hi tenen un paper tan important i s'hi troben d'una manera abundant. Ara bé, no s'ha d'oblidar que també en la negociació comercial els interlocutors intenten arribar a un o a diversos acords, molt més concrets i prèviament definits, en gran mesura, que els de la negociació de l'acord derivada purament de l'activitat conversacional.

Així doncs, malgrat les divergències entre la conversa col·loquial i la interacció en el marc de la negociació professional, els descriptors dels intensificadors de la conversa col·loquial ens poden donar una bona base de treball i d'aquesta manera, procedint d'una manera ordenada i sistemàtica, eliminem el risc de deixar de banda recursos que tradicionalment es consideren com a intensificadors. Amb l'anàlisi de la transcripció, es podrà veure clarament quines són les formes d'intensificació de la conversa col·loquial oral que hi apareixen i quines no s'hi donen perquè serien totalment impròpies en el context determinat d'una situació de negociació que exigeix un registre formal. Però també ens permetrà d'observar

quins són els recursos comuns a ambdós tipus de conversa, que sí que hi haurien pogut aparèixer i que els participants no han utilitzat.

Tant la intensificació com l'atenuació són estratègies del discurs que deriven de l'activitat d'argumentació i de l'activitat conversacional que té com a objectiu arribar a la negociació de l'acord. Seguint Briz (2001, p. 110),

*“En tal proceso de negociación se trata de ser claro, de dar fuerza argumentativa a lo dicho o al acto de decir, de reforzar el estado de cosas que se presenta como real y verdadero y, si la argumentación lo requiere, vehemente”.*

Per bé que aquest autor es refereix sobretot a la negociació de l'acord dins la conversa, creiem que aquesta afirmació es pot aplicar perfectament a la negociació comercial, l'objectiu de la qual és arribar a negociar un acord entre les parts implicades i cal utilitzar l'argumentació amb unes tàctiques determinades per aconseguir-lo entre les quals la intensificació hi té un paper molt important. Cal ser insistent, cal pressionar l'equip contrari per tal que accepti propostes que sap que no sempre acollirà favorablement. Però a la vegada, un negociador no es pot permetre d'arribar a un punt de trencament de la negociació i, per això, al mateix temps ha de ser cortès o “interessadament cortès” com sosté Briz i això fa que tant els intensificadors i els atenuadors siguin dos recursos que, d'una manera o altra cal que apareguin en el discurs de les negociacions a nivell professional.

## **6.4 La nostra línia de treball**

Creiem necessari d'aclarir en aquest nivell del treball, quina és la nostra posició en relació amb els diferents enfocaments de què ha estat objecte el fenomen de la intensificació i, d'aquesta manera, mostrar com es posiciona i com actua la nostra línia d'investigació.

### **6.4.1 Delimitació de l'abast del nostre treball**

En primer lloc voldríem aclarir que no pretenem aportar cap teoria nova al terreny de l'estudi de la intensificació, atès que el nostre treball té com a finalitat, a llarg termini, de ser aplicat a la didàctica de les segones llengües. El nostre objectiu immediat, com hem dit anteriorment, consisteix a comprovar quins procediments d'intensificació s'empren en el corpus estudiat i

entendre en quina mesura afecta la negociació que duen a terme. Per tant, el nostre estudi es situa en el camp de l'anàlisi del discurs per poder-ne extreure unes conclusions que no són del terreny de la lingüística.

En segon lloc, hem pogut comprovar que és un camp que ha estat força estudiat i els enfocaments, òbviament, han canviat diacrònicament: d'una interpretació retòrica de la maximització del discurs s'ha passat a l'estudi de la intensificació des del punt de vista de la pragmàtica. Com hem esmentat, amb els tres els autors més recents, Meyer-Hermann (1988), Briz (1997, 1998) i Albelda (2005), es produeix un canvi significatiu d'orientació en la recerca sobre la intensificació que s'havia basat en la semàntica primer i en la retòrica després. La varietat de denominacions que ha tingut el fenomen de la intensificació, les definicions ambigües i fins i tot intuïtives que se n'han donat i sobretot el fet de no haver-lo considerat com un fenomen conversacional i de no haver-se estudiat dins d'un corpus, són exemples de les limitacions dels camps d'estudi previs. El nou enfocament ha conduït a l'elaboració de treballs molt valuosos amb instruments d'anàlisi diferents i que situen la intensificació en el domini de la pragmàtica.

Considerem aquesta trajectòria i tractament del tema absolutament lògics dins del marc de l'avenç en la recerca però no és el nostre propòsit entrar en un camp que no és el nostre. Per tant, acceptem la recerca feta sobre la intensificació des de la perspectiva semàntica i retòrica, com a un instrument que ens permetrà de fer una anàlisi molt més acurada que la que hauríem pogut realitzar sense tenir-ho i és per aquesta raó que utilitzarem elements d'anàlisi de la semàntica combinant-los sistemàticament amb una anàlisi funcional i pragmàtica.

#### **6.4.2 Línies teòriques bàsiques que sostenen la nostra anàlisi**

En aquest punt, després d'haver fet una síntesis de les diferents línies de treball que s'han aplicat a la intensificació, creiem convenient de resumir els punts principals sobre els quals s'articula la nostra recerca.

1. Estudiem la intensificació des de la perspectiva de la pragmàtica i considerem aquest fenomen com un fet del discurs situat totalment en l'esquema de la comunicació. Per aquest motiu ens cal integrar en la nostra anàlisi un parlant que comunica i té una actitud sobre el que comunica, un oient que rep i interpreta el que l'emissor ha

codificat i ha “mostrat” (demostrat la intencionalitat) i un context de comunicació determinat.

2. Seguim la teoria de Briz (2001, p. 106-107) en el seu esbós de pragmatèria, per tal d'estructurar un marc que permeti posar en relació la gramàtica amb els fenòmens d'enunciació i la interacció, estableix unes categories pragmàtiques que, justament, presenten un vincle de l'enunciat amb el procés de l'enunciació.
3. Tres d'aquestes categories pragmàtiques són els intensificadors, els atenuadors i els connectors. Aquestes categories queden delimitades pel relleu que es dona a alguns dels seus elements. Quan en la relació interlocutiva entre l'emissor i el receptor el membre marcat és el parlant, la categoria corresponent és la dels intensificadors, quan ho és l'oient, és la dels atenuadors i quan es marca relació entre els enunciats, la categoria pragmàtica que li correspon és la connexió.
4. La intensificació és un fenomen comunicatiu que es produeix entre interlocutors. Comunicar vol dir seguir unes estratègies per assolir un objectiu i cal posar en joc l'eficàcia comunicativa o l'eficiència pragmàtica perquè l'interlocutor compregui i accepti el que se li diu. Per tant l'ús que se'n fa no és gratuït sino que obeeix a uns objectius i intencions molt determinats.
5. Considerem la intensificació com un conjunt de tàctiques i d'estratègies utilitzades en el procés d'intercomunicació i amb uns objectius determinats i el nostre treball consisteix a analitzar de quina manera els participants en les negociacions del corpus intenten ser pragmàticament eficaços en l'àmbit de la intensificació com a expressió de l'acord i el desacord com a última finalitat.
6. Som de l'opinió que no es pot atribuir, de manera automàtica, una forma de llengua a un valor intensificador, com s'ha fet en la literatura tradicional, sense fer-ne una anàlisi dins d'un context interactiu concret, Cal estudiar les funcions de la intensificació en un context determinat i no solament descriure les formes que pot adoptar.
7. Situada en un context d'interacció, la negociació, exigeix tenir en compte tots els factors que intervenen en el seu procés d'enunciació per poder jutjar el seu valor i la seva funció.
8. Considerant que la categoria que s'estudia es realitza en l'intercanvi comunicatiu segons el marc situacional en el qual té lloc, es tindrà molt en compte el fet que, a vegades, una forma que es considera com un intensificador pot actuar com a atenuador segons la referència contextual, i també a l'inrevés.

9. La nostra anàlisi també comprovarà si un mateix intensificador, que actua com a tal, té el mateix valor funcional en les transcripcions, o bé n'adopta de diferents segons les intencions dels interlocutors en una situació de comunicació determinada.
10. De la darrera consideració, es desprèn que basem la nostra anàlisi en un corpus de llengua en ús, extret del enregistrament fet amb vídeo de les negociacions portades a terme com a activitat de classe de castellà L2 amb un grup d'estudiants francòfons d'una escola de comerç internacional de París. Per tant, l'anàlisi del discurs del nostre corpus ens permetrà de situar en un context perfectament determinat els recursos d'intensificació que hi apareguin.
11. Emprarem en una primera fase la classificació dels procediments d'intensificació de caràcter semàntic i retòrico-estilístic perquè ens seran molt útils per a poder tenir una bona recensió de les possibilitats de realització en la llengua que se li atorguen i, a la vegada, ens permetran d'explicar el seu funcionament des d'una perspectiva pragmàtica. En una segona etapa ens adreçarem al fenomen d'intensificació des de la perspectiva estrictament pragmàtica.

Aquestes són les bases que sostenen la nostra anàlisi i les directrius teòriques que estructuraran i orientaran aquest treball. Creiem com Portolés (2003, p. 53) que la pedra angular de l'enfocament pragmàtic és l'elecció. És el fet de poder escollir entre diferents opcions lingüístiques que fa que els parlants d'una llengua puguin comunicar d'una manera determinada i és justament el que volem estudiar: quins procediments d'intensificació escullen els nostres interlocutors per poder comunicar eficaçment i, en definitiva, obtenir de l'interlocutor un acord diferent del que buscaria en una conversa col·loquial i que és el fet de ser acceptat per l'altre. En el cas de la negociació, l'acord obtingut, no serà només de l'altre, sinó del que vol arribar a assolir aquest "altre" i tindrà una repercussió sobre fets concrets: dates de lliurament, quantitats de mercaderia, descomptes, formes de pagament. I per obtenir-lo haurà calgut utilitzar la llengua d'una manera determinada per tal de convèncer, advertir, rebutjar i acceptar propostes, recriminar, mostrar insistència i enuig, entre d'altres, amb procediments d'intensificació, i alhora, contrarestar l'efecte negatiu que podria provocar amb recursos d'atenuació per tal de mantenir l'equilibri necessari perquè la negociació continuï.



## 6.5 Procediments d'intensificació segons la semàntica i la retòrica

Com hem mencionat més amunt (vegi's 6.1.), per a obtenir una perspectiva panoràmica dels recursos d'intensificació oral tant en l'àmbit de l'enunciat com de l'enunciació, s'ha pres com a base la taxonomia elaborada per Albelda (2005) tenint en compte les diferents classificacions que ja s'han realitzat d'aquesta categoria pragmàtica<sup>15</sup>

Com ja hem observat, aquesta autora ha establert una classificació de les formes lingüístiques amb les quals es pot expressar la intensificació a partir de la revisió dels treballs que tracten d'aquests diferents conceptes i no solament dels que es refereixen explícitament a la *intensificació*. La seva proposta, a la qual hi integrarem d'altres elements intensificadors, especialment els que afecten l'àmbit dialògic, descrits per Briz (2001), serà la nostra base de treball.

No obstant, com ja s'ha remarcat a 6.1.1., no és tracta d'un llistat de formes que continguin la intensificació *a priori*, no són intensificadoros per sí mateixes, o només en alguns casos: són exemples dels procediments que es poden utilitzar per a intensificar. La intensificació no és un valor lèxic de certs lexemes, sinó que és una categoria pragmàtica i, per tant, per a realitzar-se, requereix unes condicions determinades de situació i, a més, suposa unes determinades funcions comunicatives. Per altra banda, la intensificació té la característica de la heterogeneïtat atès que es pot realitzar amb una gran varietat de recursos: morfològics, sintàctics, lèxics i fonètics i sovint amb la combinació de diversos d'aquests recursos.

Seguim, doncs, la proposta de classificació que recull els treballs precedents sobretot pel que fa als procediments d'intensificació de l'enunciat. En l'àmbit de l'enunciació hi afegim diferents recursos d'intensificació aportats per Briz (2001[1998]) i dediquem un apartat especial dedicat a la funció dialògica de la intensificació seguint la teoria del mateix autor perquè creiem que aquest aspecte té una gran importància en el tipus d'interacció que s'estudia.

---

<sup>15</sup> Vegi's Beinhauer, (1991), Vígara (1992), Nàñez (1982), González Calvo (1984-1988), Hernando Cuadrado (1988), Meyer-Hermann (1988), Ramos Márquez (1993), Cascón (1995), Miranda (1998) Arce (1999), Ferrer i Sánchez (2001).

La classificació que utilitzem per analitzar els procediments d'intensificació s'articula entorn dels quatre apartats següents:

- A. Els procediments que se situen a nivell de l'enunciat i que intensifiquen el contingut proposicional.
- B. Els recursos que apareixen en l'enunciació i que intensifiquen aspectes relacionats amb la modalitat.
- C. Les funcions semàntico-pragmàtiques dels intensificadors.
- D. La manera d'expressar el reforç de l'actitud des de la perspectiva dialògica.

Aquesta taxonomia, doncs, és la que ens servirà de base per a portar a terme l'anàlisi de la intensificació en les transcripcions de les negociacions estudiades.

### **6.5.1 Els conceptes “d'enunciació” i “d'enunciat” en la nostra anàlisi**

Abans d'exposar la classificació de recursos d'intensificació proposada per Albelda (2005) és necessari que fem un aclariment sobre el significat atribuït per aquesta autora als termes *enunciat* i *enunciació* ja que són els dos àmbits que afecten la intensificació segons aquesta autora.

*L'enunciació*, com Albelda (2005, p.37) assenyala, s'ha utilitzat de dues maneres en la bibliografia. Per una banda s'ha entès com el material de producció d'un enunciat, i per una altra com la part estructural de l'enunciat que expressa l'actitud del parlant tant envers el que diu com envers l'interlocutor (Otaola, 1988, p.98). I és en aquest darrer sentit del terme que aquesta autora l'utilitza.

Ens sembla pertinent de destacar que al terme *enunciació* també se li dona un significat completament diferent. Per exemple Payrató (2002, p. 1151) el defineix dins de la teoria de la comunicació:

“Se sol entendre per enunciació el procés pel qual les estructures lingüístiques, enteses i estudiades per la gramàtica com a entitats abstractes que formen part d’un sistema, es concreten o s’actualitzen en la pràctica comunicativa dels sers humans i es converteixen en enunciats, produïts per un emissor o enunciator, adreçats a un receptor o enunciatari, en un context o situació comunicativa concreta”.

Aclarim doncs, que si bé el terme *enunciat* té al mateix significat que el que se li dóna en la definició mencionada així com ho fan autors com Cervoni (1987) i Maingueneau (1994), el terme *enunciació* que utilitza Albelda per fer la seva taxonomia no té res a veure amb el sentit de procés comunicatiu.

En canvi, *l’enunciat*, que, en la classificació que utilitzem representa el contingut proposicional, sí que correspon a la definició de Payrató en el sentit que representa la concretització del procés d’enunciació. En el nostre text, si ens referim al significat que li dóna Payrató, apareixerà com a *procés d’enunciació*, per distingir-lo de *l’enunciació* entesa com a modalitat.

### 6.5.2 Els recursos d’intensificació en l’enunciat

Els procediments que intensifiquen el contingut proposicional, es classifiquen per nivells d’anàlisi lingüístics, seguint l’esquema tradicional de la gramàtica: morfològic, lèxic, sintàctic, semàntic i fonètic.

#### A. Recursos d’intensificació en l’enunciat

##### Recursos morfològics

- Sufixes
- Prefixes

##### Recursos lèxics

- unitats simples
  - substantius
  - adjectius
  - verbs
  - adverbis
- fraseologia

- locucions nominals ,adjectivals, adverbials, verbals , clausals
- enunciats fraseològics: parèmies i fórmules rutinàries

### **Recursos sintàctics**

- modificadors de les categories gramaticals nuclears
  - modificadors simples: adverbis, adjectius, numerals, substantius
  - modificadors complexos: ocucions determinatives , col.locacions
- estructures sintàctiques intensificades en si mateixes
  - alguns esquemes sintàctics intensificadors
  - el superlatiu i les seves variants
  - estructures consecutives i variants
  - estructures amb valor causal i variants
  - estructures comparatives i variants
- repeticions
- enumeracions

### **Recursos semàntics**

- ironia
- trops
  - metàfores
  - metàfores negatives
  - símits y comparacions
  - sinècdoques y metonímies
  - hipérboles

### **Recursos fònics**

- recursos segmentals
  - allargaments
  - fenòmens de relaxació articulatòria
- recursos suprasegmentals
  - to o pronunciació marcats
  - pronunciació sil.labejada
  - onomatopeies
  - intensificació en l'amplitud local
  - formes apel.latives per atreure l'atenció
  - mode oracional exclamatiu
  - interrogació retòrica
  - entonació

Cal tenir en compte que aquesta recensió de procediments que poden intensificar l'enunciat, s'apliquen a la conversa col·loquial, que és l'àmbit que estudia Albelda i que en extrapolar-la a la interacció de negociació, hi trobarem un nombre de recursos que no s'utilitzen perquè no són propis d'un registre més formal de llengua atès el context en el qual es produeix la negociació. Aquest és un dels aspectes que analitzarem i comentarem posteriorment.

### **6.5.3 Procediments d'intensificació en l'enunciació**

Tal com hem explicat més amunt (vegi's 6.5.1.), utilitzem el terme *enunciació* per referir-nos a l'actitud del que parla en relació amb el que s'ha dit. Per determinar quina és l'empremta del parlant en l'expressió (Otaola, 1988, Calsamiglia et alii i Tusón, 2002) existeixen una sèrie de formes lingüístiques, els modalitzadors, que serveixen per a expressar la seva posició envers el que s'ha dit, el grau de certesa o de compromís que atribueixen als continguts de la proposició. Per a Briz (1998 p.139) les formes intensificadores modals es relacionen amb un augment del grau de força il·locutiva, que imprimeix un valor d'intencionalitat a l'enunciat i provoca un efecte sobre el receptor.

La modalitat es pot expressar de moltes maneres diferents i cada llengua en té de determinades. Pel que fa al castellà, s'han dut a terme diferents classificacions i la que sembla que recull més recursos és la realitzada per Otaola (1988) que classifica la manera d'expressar la modalitat en tres nivells: els recursos gramaticals els lèxics i els fonètico-fonològics.

Segons Albelda (2005), no s'han trobat classificacions generals de la intensificació en l'àmbit de la modalitat. Ara bé, existeixen nombrosos estudis sobre fenòmens determinats com el valor del realçament de les oracions exclamatives, de les interjeccions i del valor emfàtic i expressiu de certs marcadors del discurs, els adverbis que expressen seguretat i certesa, entre d'altres.

La mateixa autora ha establert una classificació dels recursos d'intensificació a partir dels diferents tipus de modalitat fent una revisió de nombrosos estudis i és la que adoptem com a base de l'anàlisi. Es basa en la distinció entre la intensificació manifestada en la modalitat oracional, en la modalitat afectiva i en la modalitat lògica com podem veure en el quadre següent. (Quadre 2.)

## B. Recursos d'intensificació en l'enunciació

### Intensificació manifestada en la modalitat oracional

- Modalitat apel.lativa
- Modalitat expressiva

### Intensificació manifestada en la modalitat afectiva (no a cap)

- Interjeccions
- Qualificacions afectives y valoratives del que s'ha dit
  - Exclamatives
  - No exclamatives

### Intensificació manifestada en la modalitat lògica

- Verbs modals auxiliars en sentit ampli y en sentit limitat
- Modes i temps verbals
- Construccions verbals del tipus: *Es/ está* + adjectiu + *que* P/Infinitiu
- D'altres atributs qualificatius de la veritat i de la certesa cap
- Adverbis i partícules modals
  - Adverbis i locucions adverbials modals
  - Partícules epistèmiques
- Verbs d'actitud que regeixen una subordinada cap
- Repetició de pronoms personals cap
- Recursos fonético-fonològics

Quadre 2. Recursos d'intensificació en l'enunciació.

Analitzarem quins d'aquests intensificadors de l'enunciat es troben en les transcripcions i comentarem si hi apareixen tots o bé quins s'hi troben i quins no.

## 6.6 L'anàlisi dels intensificadors segons la perspectiva de la pragmàtica

Briz (2001, p.128-135) dóna un enfocament diferent a l'anàlisi dels intensificadors en mostrar els seus valors pragmàtics, centrant-se en la conversa col·loquial.

### 6.6.1 L'anàlisi de les funcions semàntico-pragmàtiques.

Per contestar la primera de les preguntes, què s'intensifica? que, com ja hem dit, aquest autor es formula, distingeix entre els *modificadors semàntico-pragmàtics* i els *modificadors pragmàtics*, segons s'intensifiqui el contingut proposicional o bé la força il.locutiva i la presència del participant en l'enunciació.

- a. Si s'intensifica, "lo dicho", és a dir el contingut proposicional que se situa, en principi, a nivell de l'enunciat, es tracta d'una *modificació semàntica*. Ara bé, atès que, a vegades, però no sempre, la intensificació, a més, pot tenir un valor pragmàtic, aquest autor distingeix una segona classe de modificacions de l'intensificador, la *semàntico-pragmàtica*. Aquest ús de la intensificació semàntica es pot veure clarament en un dels exemples donats per Briz (2001, p.126) en el qual, a més d'intensificar amb un element lèxic, *cantidad de*, la quantitat serveix de reforç per la justificació del retard.

(42)

A: ¿cómo vienes tan tarde?

B: he pillao cantidad de tráfico.

En aquest cas, considera, com W. Beinhauer (1991) i d'altres autors posteriors, que els *modificadors semàntico-pragmàtics* de l'actitud intensifiquen sobretot la qualitat i la quantitat de l'enunciat, però en una anàlisi purament semàntica no s'inclouen els valors pragmàtics que poden tenir en els processos argumentatius del diàleg, en un nivell dialògic, com acabem de veure en l'exemple precedent (42) de Briz.

- b. Si s'intensifica, "el decir" és a dir, la força il.locutiva d'un acte o la presència dels participants de l'enunciació (JO i TU) situats a nivell extra-proposicional, es tracta d'una *modificació pragmàtica* o d'actitud en sentit estricte. Són procediments que afegixen una major força a l'acte il.locutiú i inclús poden modificar-lo. Per exemple, un acte asseveratiu com el de (46) (Briz, 2001, p. 129) té una força il.locutiva més important amb el verb performatiu *asegurar*.

(46) a. Te aseguro que es así.

Briz (2001 p. 124-126) tracta les funcions semàntico pragmàtiques que queden reflectides en el Quadre 3 i que nosaltres també analitzem, si apareixen en el corpus.

### **Les funcions semántico-pragmàtiques**

#### **La modificació semántica de l'enunciat**

- Intensificadors de quantitat i de la qualitat

#### **El realçament pragmàtic de l'enunciació. Intensificadors de l'actitud**

- Verbs performatius (asegurar, prometer, jurar)
- Que ocupant el lloc del verb dicendi
- Enunciats en suspens
- El vocatiu
- Relleu de les figures del JO i del TU

*Quadre 3. Les funcions semántico-pragmàtiques segons Briz (2001)*

#### **6.6.2 La funció dialògica de l'intensificador**

Meyer Hermann (1988) assenyala que degut a la naturalesa profundament interactiva i no estructural i morfològica dels fenòmens d'intensificació i d'atenuació, és imprescindible estudiar-los en el seu context, és a dir, des de la perspectiva de la pragmàtica. En l'àmbit monològic els intensificadors són mecanismes que reforcen la intenció del que parla, és a dir, la força il.locutiva de l'acte de parla. Però també queda reforçada a nivell dialògic perquè la intensificació de la força il.locutiva influeix en l'altre l'interlocutor.

Es per aquest motiu que ens sembla interessant d'afegir a l'estudi, els mecanismes d'intensificació a nivell dialògic perquè també regulen la intensificació de l'acord o el desacord entre els interlocutors. Briz (2001) es refereix als valors dialògics com als moviments que els participants de la conversa porten a terme per tal d'obtenir l'èxit en els seus intercanvis i la funció dialògica es troba tant a les intervencions i als intercanvis com a nivell global de tota la conversa.

El mateix autor, (2001, p. 135) analitza diversos recursos d'intensificació a nivell dialògic, concretament la interrogació exclamativa, les construccions –eco i les hipèrboles comparatives.



Seguirem aquesta classificació amb un enfocament totalment pragmàtic per tal d'examinar si els interlocutors de les negociacions, intensifiquen a nivell de l'enunciat, o passen a un nivell superior, el de l'intercanvi i, fins i tot, si funcionen també en pla d'una seqüència sencera de la interacció de negociació en la qual actuen.

A més a més, afegirem a la llista de procediments d'intensificació a nivell dialògic, dos recursos d'intensificació que utilitzen els participants de les negociacions i que no hem trobat tractats. Considerem que tant l'encadenament d'intervencions i la combinació d'intensificadors són també recursos per a intensificar el discurs i n'hem trobat mostres suficients per a poder analitzar-los amb deteniment i justificar la seva pertinença a aquesta categoria pragmàtica. Donat que també es tracta de procediments que cauen totalment dins de la dimensió dialògica de l'anàlisi, els inclourem en aquest apartat.

Els procediments d'intensificació a nivell dialògic que tractarem queden reflectits en el Quadre 4.

<b>Procediments d'intensificació a nivell dialògic</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• La interrogació exclamativa</li><li>• Les construccions eco</li><li>• Les hipèrboles comparatives</li><li>• L'encadenament d'intervencions</li><li>• La combinació d'intensificadors</li></ul>

*Quadre 4. Procediments d'intensificació a nivell dialògic.*

## **6.7 Procediment de treball**

Recorrem a les tres preguntes ja esmentades (vegi's 6.2) que planteja Briz (2001, p. 116) per a l'anàlisi dels recursos intensificadors: "què? com? i per què? s'intensifica", i per a respondre-hi adoptem l'enfocament que té en compte la seva funció pragmàtica tant a nivell del discurs com a nivell global de la interacció conversacional.

Es procedirà, doncs, a analitzar les transcripcions des de la perspectiva dels tres nivells mencionats.

- S'observarà en primer lloc, què s'intensifica, és a dir, si els operadors d'intensificació afecten el nivell proposicional, el nivell modal o el nivell dialògic de la conversa.
- Després d'haver observat dins de quin dels tres eixos es troba l'intensificador, determinarem si realment actua com a tal en el context determinat en el qual es dóna. D'aquesta manera, veurem quins dels recursos de la classificació apareixen en les negociacions transcrites i d'aquesta manera tindrem la resposta al com s'intensifica.
- En tercer lloc, determinarem quina és la seva funció pragmàtica dins el context en el qual es produeixen, contestant així a la pregunta amb quina finalitat s'intensifica.

Tindrem llavors, la intensificació situada i analitzada dins del context en el qual es produeix ja que el seu ús només es pot explicar adequadament a partir dels principis de la pragmàtica i només d'aquesta manera í es pot contestar a les preguntes què es fa servir per intensificar o atenuar i amb quina finalitat es fa.

Cal tenir en compte també, que existeix la possibilitat que apareguin d'altres recursos d'intensificació que no estiguin en el repertori i, per tant anirem més enllà de la taxonomia adoptada, si es dóna el cas.

Finalment, ens sembla fora de dubte que cal comprovar en quina mesura el paper de la gestualitat és important, o no, en el discurs de la negociació que pretén acostar-se a la manera d'actuar en el món dels negocis, D'aquesta manera, podrem tenir una visió força completa de tots els recursos utilitzats pels interlocutors per expressar la intensificació. Briz afirma (2001, p. 101)

*“Un análisis de la conversación coloquial, no puede dejar de referirse al paralenguaje, dado el importante papel que juega en ésta. Los códigos no verbales (quinésicos, proxémicos, cronémicos ...) aparecen en estrecha relación con los códigos no verbales (Payrató, 2004, Poyatos, 1994,) se superponen a éstos, incluso llegan a sustituirlos”.*

Una vegada tinguem feta aquesta primera anàlisi, que es projecta sobre el llenguatge verbal i que ocuparà el Capítol 7, comprovarem si la gestualitat transcrita de la mateixa negociació,

es correspon, o no, amb els intensificadors utilitzats en el missatge verbal i aquest aspecte s'analitzarà en el Capítol 8.



**CAPÍTOL 7.**  
**ANÀLISI DE DADES DEL LLENGUATGE VERBAL.**



## Introducció

En aquest capítol analitzem les intensificacions del llenguatge verbal que apareixen en el corpus estudiat i ens basem en la transcripció feta a partir de l'enregistrament vídeo de la Negociació 1, activitat de classe portada a terme en el marc de l'aprenentatge del castellà d'ús professional com a L2. Enfocarem l'anàlisi considerant la intensificació com una tàctica amb una funció precisa i l'explicarem a través de la pragmàtica (Briz, 2001, p. 110).

### 7.1 Descripció de la transcripció de llenguatge verbal

Per a la transcripció de la llengua verbal emprada pels participants, hem adoptat el codi de signes del Grup d'Investigació del Departament de Didàctica de la Llengua y la Literatura de la Universitat de Barcelona al qual s'han afegit els tres darrers elements que necessitàvem per realitzar la nostra anàlisi. El resultat és el codi següent.

- AA                      diversos participants
- **Ct**                      veu provinent d'un aparell àudio, vídeo o informàtic
- **FIEL**                      èmfasi
- YO                      augment del volum de l'enunciació
- ↓                      volum més baix de tot el que segueix
- |                      pausa curta
- ||                      pausa més llarga
- |||                      pausa molt llarga
- /                      entonació ascendent
- \                      entonació descendent
- ¿... ?                      interrogació
- [ ]                      encavalcament
- >                      (començament/continuació del discurs després d'una breu interrupció)
- ¡ ... !                      exclamació
- ...                      entonació en suspens
- **n : :o**                      allargament del so
- **no : :**                      allargament del so
- **no : : :**                      allargament excepcional
- **pe-**                      interrupció, ruptura de paraula

- \*e :: adaptador, per guanyar temps
- mhm : so d'assentiment o de funció fàtica
- mmm : so de dubte
- xxx: paraula, enunciat incompreensible
- (XXX ): incompreensible (un fragment sencer)
- (trabajar) : ítem suposat
- *itàlica* : argot, paraula col.loquial, paraula en anglès
- necesitaria : autoreparació feta lentament
- *de-de-de* repetició ràpida i amb lleugeríssimes pauses
- [parlen a la vegada] explicació de l'observador en situacions confuses
- [*en français*]: paraules en francès

## Observacions

a. Utilitzem colors per a indicar diversos fenòmens:

- El negre per separar les diferents parts de la negociació i per l'anàlisi interpretativa.
- El vermell per indicar quan parla un membre del grup Corte Británico.
- El blau per indicar quan parla un membre de l'equip Sedatex.

b. Des les qualitats primàries assenyalades per Poyatos (1983, 1994b) – el timbre, la ressonància, la intensitat o el volum, el tempo, el to, el camp entonatiu, la duració sil·làbica i el ritme - en aquest treball ens focalitzarem sobre **el volum**. D'aquesta manera tractarem de veure si pot ser considerat com a signe constitutiu o reforçador de la intensificació de la negociació estudiada.

En aquesta categoria s'inclouen els diferenciadors (riure) els alternants, o quasi-paraules, concretament els adaptadors reguladors del discurs, les pauses, els silencis, l'entonació ascendent o descendent per la interrogació i l'exclamació, els allargaments del so, amb tres graus diferents, les entonacions en suspens, l'èmfasi, els sons d'assentiment o de dubte, l'acció d'escandir, les repeticions entretallades d'un so perquè són elements que tenen importància en el discurs dels participants en les negociacions objecte de l'estudi.



- c. Pel que fa a **al volum**, tots els elements de la cadena fònica que estiguin afectats per un canvi de volum normal a un volum més alt, es transcriuran en majúscules.
- d. També queden anotats en el missatge verbal els encavalcaments, els enunciats incomprensibles, el fet de parlar varies persones al mateix temps, els mots que pertanyen a l'argot o bé son paraules d'una altra llengua així com els sorolls externs a la negociació (algú que vol entrar a la classe, un objecte que cau a terra, un telèfon que sona).

En les transcripcions de la negociació (vegi's Annex I i Annex II), es donen les següents dades sobre el missatge verbal:

**Columna 1: Numeració de les intervencions.**

En cada línia de la transcripció escriurem una unitat de transcripció verbal que té elements verbals i també no verbals. El criteri de segmentació de les produccions verbals correspon als torns de paraula dels interlocutors.

**Columna 2. Font de la intervenció.**

Es representa per una lletra majúscula, la inicial de cadascun dels participants que ja ha quedat establerta en la fitxa de la negociació. Els noms dels participants no són els reals. Hem mantingut la lletra inicial del nom de cadascun.

**Columna 3. Transcripció del missatge verbal.**

## **7.2 Procediment d'anàlisi**

Voldríem recordar abans de començar aquest capítol, que la nostra és una anàlisi feta a partir d'un corpus que reflecteix un moment del procés d'aprenentatge d'una L2, en aquest cas el castellà, d'uns estudiants francòfons que intenten reproduir com a activitat de classe una situació de la vida professional, com és la negociació d'una transacció comercial. Per tal d'analitzar els intensificadors que utilitzen els estudiants en la interacció de la negociació es procedirà a analitzar les transcripcions a diferents nivells de la manera següent.

Per determinar de quins operadors d'intensificació es valen els interlocutors en el seu discurs oral, acudim a la classificació que Albelda (2005) n'ha fet segons els elements aportats per diferents autors amb un enfocament semàntic i retòric-estilístic.

Basant-se en els recursos lèxics, sintàctics, semàntics i fonètics i en els procediments emprats per intensificar el discurs en la modalitat oracional i en la modalitat lògica, s'han dut a terme recerques i classificacions d'operadors d'intensificació extremadament profitosos per a treballs posteriors. La utilitat d'aquesta taxonomia per la nostra recerca és molt clara: ens forneix un llistat que ens dona una base sòlida per obtenir el ventall de possibilitats amb els quals es pot realitzar en el discurs el fenomen de la intensificació. D'aquesta manera podrem tenir la seguretat que no deixem de banda cap dels recursos del repertori i, a la vegada, es podrà determinar en quina mesura els participants en les negociacions utilitzen les àmplies possibilitats que els ofereix la llengua.

Ara bé, el nostre objectiu consisteix a analitzar els intensificadors en un context determinat i en un moment donat i és aquest context el que ens permetrà de determinar quina funció aconsegueix l'operador i podrem copsar amb quina finalitat l'interlocutor el fa servir. En la literatura sobre la intensificació, cal arribar a Meyer (1988) i Briz (1998/2001) per trobar el tipus d'anàlisi que volem seguir: l'enfocament pragmàtic de l'anàlisi dels intensificadors a partir del paper determinat que un element d'intensificació té dins d'un context.

Es per aquest raó que, una vegada detectats en les transcripcions quin és el repertori dels recursos intensificadors que utilitzen els interlocutors en les negociacions, en farem una anàlisi interpretativa detallada i passarem immediatament a analitzar quines són les seves funcions pragmàtiques per determinar amb quina finalitat es fan servir en el seu context determinat. D'aquesta manera comprovarem si l'element que apareix en el discurs i al qual la classificació tradicional atribueix automàticament un valor d'intensificació, funciona efectivament com a intensificador en el nostre corpus o bé no ho fa. Així doncs, ens situarem al nivell d'anàlisi de tipus pragmàtic, que és el nostre objectiu.

En un segon apartat, tractarem, també amb un enfocament pragmàtic les mostres extretes de les transcripcions en les quals apareixen d'altres recursos d'intensificació que no trobem en la llista tradicional, i que Briz (1998, p. 124), en canvi, sí que els té en compte en el que anomena "las funciones semántico-pragmáticas" dels intensificadors.

A continuació, hi integrarem els recursos d'intensificació a nivell dialògic que es trobin en les transcripcions perquè, en moltes ocasions, només a través de la funció dialògica de l'intensificador es pot entendre la funció pragmàtica d'un operador d'intensificació. Tindrem llavors, la intensificació explicada realment dins del context en el qual es produeix a nivell de les unitats de contingut en la interacció que, en la transcripció que segueixen, hem separat i hem anomenat "seqüències".

Donarem també mostres de quatre recursos d'intensificació que utilitzen els participants de les negociacions i que no hem trobat en els repertoris dels recursos d'intensificació. El primer es tracta de l'encadenament d'intervencions que és un fenomen que cau totalment dins de la dimensió dialògica de l'anàlisi. El segon consisteix en l'anàlisi de les diferents combinacions d'intensificadors que hem trobat en les transcripcions i que pensem que són un recurs més per intensificar el discurs. El tercer prové de les alteracions en l'ordre de les paraules en l'enunciat que també ens apareixen com un procediment d'intensificació. En canvi, el seu caràcter és estrictament monològic, no pas dialògic, i és per aquesta raó que l'hem afegit als recursos sintàctics de l'enunciat (7.4.1.2.3) i el quart es tracta de l'èmfasi.

Una vegada tinguem feta aquesta anàlisi, que es projecta sobre el llenguatge verbal, comprovarem si als intensificadors utilitzats en l'expressió verbal hi corresponen elements determinats de la gestualitat transcrita de la mateixa negociació i, si és així, n'analitzarem el seu ús. Amb aquesta perspectiva multidisciplinària, podrem tenir una visió força completa del conjunt de recursos utilitzats pels interlocutors per expressar la intensificació. Estarem en condicions d'afirmar si, també en la interacció de negociació, els codis no verbals hi juguen un paper. Payrató (2004), Poyatos (1994) i Briz, (1998), sostenen que el paralenguatge té una estreta relació amb el llenguatge verbal de tal manera que en la conversa col·loquial s'hi superposa i pot arribar a substituir-lo. Per aquesta raó ens ha semblat interessant comprovar en quina mesura el paper de la gestualitat és important en el discurs de les negociacions estudiades, que s'allunya del llenguatge col·loquial i pretén acostar-se a la manera d'actuar en el món dels negocis.

### **7.3 Definició dels moments conflictius**

Per delimitar el camp de recerca s'ha focalitzat l'anàlisi en els moments en els quals es produeix un conflicte d'interessos, i, per tant, provoca tensió entre els interlocutors. Bàsicament aquests moments es donen quan hi ha una proposta incòmoda per a una de la

dues parts de la negociació, és a dir, cada vegada que un dels elements negociadors vol fer actuar a l'altra part d'una manera que li convé però que no és fàcilment acceptable pel contrari.

La Negociació 1, s'ha dividit en 18 seqüències i se n'han escollit 12 per a l'anàlisi, de la 6 a la 17. Després de cinc seqüències d'obertura, la negociació comença immediatament i des del principi els punts de divergència es fan palesos i, per tant, les situacions de conflicte es multipliquen, la qual cosa facilita l'aparició d'intensificadors.

A continuació detallem els nombres de les intervencions de cadascuna de les seqüències així com la descripció de la fase de la negociació. La transcripció completa del missatge verbal de la Negociació 1 es troba a l'Annex I i la versió amb les seqüències conflictives és a l'Annex II.

<b>Negociació 1</b>		
<b>Seqüència</b>	<b>Interv.</b>	<b>Contingut</b>
Seqüència 6.	38-47	Comença la negociació. CB vol saber quants estampats SEDATEX els pot fer.
Seqüència 7.	48-62	Comencen a negociar la data concreta de lliurament.
Seqüència 8.	63-68	Comença la negociació del tipus de pagament.
Seqüència 9.	69-133	Deixen de negociar el pagament, de moment, per tornar al nombre d'unitats i d'estampats.
Seqüència 10.	134-137	La negociació no avança i CB intenta convèncer SEDATEX amb la notorietat de la marca CB.
Seqüència 11.	138-150	SEDATEX contraataca esgrimint l'arma de l'ètica professional de l'empresa.
Seqüència 12.	151-155	Proposta de CB sobre les condicions de pagament.
Seqüència 13.	156-173	Involució de la negociació: manca d'acord en les dates de lliurament.
Seqüència 14.	174-196	Es renegocia el pagament.
Seqüència 15.	197-274	Es negocia el descompte.
Seqüència 16.	275-304	Nova proposta inesperada
Seqüència 17.	305-334	Acceptació de la nova proposta i renegociació del descompte.

Quadre 1. Seqüències i contingut de la Negociació 1.

També hem dividit l'estudi pilot en seqüències corresponents a moments conflictius perquè encara que sigui un treball previ ens hi referirem en diferents ocasions. La transcripció completa del missatge verbal de l'Estudi pilot es troba a l'Apèndix IV i la transcripció de les Seqüències conflictives és a l'Apèndix II.

En l'estudi pilot, el tema major que provoca conflicte és l'intent d'imposició per part del CB, de manera totalment imprevista, d'un contracte d'exclusiva, la qual cosa Sedatex no està disposada acceptar. Per tant, s'han seleccionat els vuit segments de la negociació en els quals es tracta el pretès l'acord d'exclusivitat amb les reaccions que provoca per ambdues parts. La transcripció completa del missatge verbal de l'estudi pilot es troba a l'Apèndix I i la versió amb les seqüències conflictives és a l'Apèndix II.

<b>Estudi pilot</b>		
<b>Seqüència</b>	<b>Interv.</b>	<b>Contingut</b>
Seqüència 2.	7-16	S'intenta començar la negociació però s'introdueix un element imprevist.
Seqüència 3.	17-40	Segon element imprevist: han canviat el nombre de productes de la comanda: passa a 75.000 en comptes de 50.000
Seqüència 4.	41-45	Comencen la primera part de la negociació.
Seqüència 5.	46-106	Després d'haver confirmat el nombre d'unitats continuen amb la data de lliurament.
Seqüència 7.	126-132	Reintroducció del tema de l'exclusiva
Seqüència 10.	175- 204	D torna a introduir el tema de l'exclusiva aprofitant una la debilitat de l'equip amb el que està negociant
Seqüència 11.	205-212	D torna a insistir sobre l'acord d'exclusiva i endureix el to.
Seqüència 13.	217-230	Es torna a introduir el tema del pagament que no havia quedat solucionat.
Seqüència 14.	231-240	D intenta fer avançar la negociació, però no amb una proposta sinó amb un retret.
Seqüència 15.	241-250	C fa avançar la negociació amb un altre punt de vista sobre el mateix problema.

Quadre 2. Seqüències i contingut de l'estudi pilot.

## 7.4 Anàlisi dels recursos d'intensificació

### 7.4.1 Els recursos d'intensificació en l'enunciat

Els mecanismes que es poden utilitzar per intensificar el contingut proposicional, es classifiquen per nivells d'anàlisi lingüístics, seguint l'esquema tradicional de la gramàtica: morfològic, lèxic, sintàctic, semàntic i fonètic que hem presentat al capítol 6 (vegi's Quadre 1). Es presenten, a continuació, els recursos que apareixen en les transcripcions.

#### 7.4.1.1. Recursos lèxics

Els recursos lèxics estan constituïts per formes en les quals el propi lexema conté la intensificació i la gran freqüència d'ús en la llengua col·loquial les ha convertit en formes lexicalitzades (unitats fraseològiques, locucions). Degut al registre més formal de les negociacions, no hi tenen cabuda i, en tot cas, interlocutors no les utilitzen. En canvi, sí que apareixen exemples d'intensificació amb unitats simples.

##### 7.4.1.1.1 Formes simples

Es tracta, concretament, de l'*adjectiu* i de l'*adverbi* utilitzats com a recursos d'intensificació.

### NEGOCIACIÓ 1

A (1) la intensificació es troba en el propi lexema. L'*adjectiu enorme* substitueix al significat de *grande + muy* i en aquest cas la intensificació es reforça amb el to d'èmfasi que li dona el locutor, que vol convèncer l'equip contrari de l'acceptabilitat, gairebé generositat, de la seva proposta.

- (1) 227. G bueno | estamos al primero de noviembre / | y dentro de quince dias | YA / |e :: bueno | tendrei- si- tendran \*e :: TRENTA MIL unidades que :: | a ver| **ENORME** en : quince días

Apareix una mostra d'intensificació d'un substantiu que funciona com un adjectiu. Es el cas de (2). T vol posar de relleu que tenen uns productes que són els que es venen més i

explica que són *productos estrella*. *Estrella* és un substantiu que apareix com un adjectiu qualificant el nom *productos*.

- (2) 46. T porque tenemos como: como diez productos \*e :: ESTRELLAS / | que vendemos mas y que siempre tenemos *en-en en existencias* / ||

T vol convèncer M que estan preparats per proveir-los amb força productes perquè dels més venuts en tenen sempre en existències. Probablement fa un calc del francès que, entre els experts en màrqueting es refereixen als productes amb més èxit comercial com a *produits étoile*.

Pel que fa a l'ús dels *adverbis* com a intensificadors, no ha aparegut cap adjectiu amb la terminació *-mente* que, segons González Calvo (1984, p. 193) fa que esdevinguin adverbis amb valor superlatiu com és ara *magníficamente, estupendamente, excelentemente* etc.

En canvi, volem destacar l'ús d'un adverbi acabat en *-mente, públicamente* (3), que considerem que és un cas d'intensificació en el seu context. T, que no veu gens clares les intencions de l'equip contrari, fa una crida a tots per intentar que l'oposant determini exactament les accions comercials que farà per afavorir SEDATEX que justifiquin un descompte important. No en té prou de repetir el verb, *pregunto*, sinó que ho pregunta a tots amb aquest adverbi totalment inesperat en una transacció comercial, *públicamente*, aplicat al verb. I, a més, utilitza un to molt més fort que el de costum. Com tantes vegades, la intensificació prové de la combinació de diferents recursos, en aquest cas per exigir una resposta clara.

- (3) 266. T PUES | PUES *POR-POR* ESO PREGUNTO PREGUNTO YO PUBLICAMENTE / | [LO QUE VAIS A HACER

Dos casos semblants els trobem amb els adverbis *exactamente* i *concretamente*. L'ús de *exactamente* acompanyat del verb *preguntamos* (4) indica l'exigència del que parla per aconseguir que l'interlocutor defineixi la seva estratègia que fins aquest moment no ha quedat gens clara, cosa que li provoca desconfiança. Es una manera d'exigir una resposta.

- (4) 249. T [CLARO CLARO | pero por eso] preguntamos exactamente que tipo de *merchandaising* es | porque si es poner papeles | un poco- [o poner un cartel]

*Concretamente* (5) modifica *no sabemos* i li confereix un valor de retret per la manca de transparència de les intencions de l'equip contrari.

(5) 270. T *pero no sabemos | concretamente que [vais a hacer]]*

La puntualització que T vol obtenir amb aquests dos adverbis, no té la força il.locutiva de *públicamente* que, com hem dit queda encara augmentada pel context intensificador que l'envolta, però en el context general de desconfiança en què es troba dins de la negociació sí que demostren un reforç de l'exigència d'una resposta.

#### 7.4.1.1.2 Enunciats fraseològics

Aquest tipus de recursos intensificadors, tan freqüents en la conversa col.loquial, no tenen cabuda en una situació de negociació a nivell professional. Tanmateix, n'apareix un a la Negociació 1.

### NEGOCIACIÓ 1

La mostra que s'ha trobat es tracta d'una intensificació per modificació externa amb un quantificador, *un montón*. A (6) s'utilitza un procediment intensificador de tipus lèxic: una locució verbal composta d'un verb+sintagma nominal, *vale un montón*, que el locutor anava a repetir, però que deixa a la meitat.

(6) 201.F *pero tenemos que repartir todo / | y eso vale | vale un monton vale un...*

F, vol demostrar que el cost de les despeses que els caldrà fer és important i que el marge que els quedarà serà petit. En realitat *vale un montón* té un grau d'escalaritat elevat a partir d'un punt de referència, *mucho* i a compleix la funció de posar de relleu amb una exageració una acció comercial per part del CB per justificar que el descompte que demana és just. Es pot dir que té el valor de justificar una proposta que serà difícilment acceptada. Cal remarcar que és l'única vegada que s'utilitza una expressió, *un montón*, que no pertany al registre formal.

Les fórmules rutinàries *por supuesto* i *desde luego* es tractaran a la modalitat, atès que apareixen en un context d'intercanvis i no en enunciats únics com les que es troben en



l'apartat dels recursos d'intensificació en l'enunciat i poden tenir una interpretació pragmàtico-semàntica.

#### 7.4.1.2. Recursos sintàctics

##### 7.4.1.2.1 Modificadors simples de les categories gramaticals nuclears

En aquest cas, el valor d'intensificació el transmeten categories gramaticals que porten en la seva arrel *el tret [+ intens]*. La modificació de substantius s'aconsegueix amb *adjectius* (qualificatius i numerals) i la modificació d'adverbis i d'adjectius s'obté amb d'altres *adverbis*.

### NEGOCIACIÓ 1.

Apareixen ambdues modificacions en la mateixa intervenció (7). S'hi troba en primer lloc la modificació d'un *adjectiu* i en segon lloc la modificació d'un *substantiu*.

- (7) 64. T [pero] | pero los productos si : entregamos \*e :: productos el quince de noviembre una cosa que :: que va a tener que hacerse || es \*e :: pago a la entrega | iporque | porque es un periodo bastante :: bastante : de actividad bastante intensa / || y tenemos muchas | e :: muchas | ↓muchos criterios que :: que que rellenar | y :: bueno esto sería una : una de las [condiciones

L'adverbi *bastante* modifica i intensifica l'adjectiu *intensa* associat al substantiu *actividad*: *actividad bastante intensa*, i *muchas/muchos* intensifica el substantiu *criterios*: *muchos criterios*. Es una justificació de la dura condició que T vol imposar, un pagament al lliurament i que sap que costarà d'acceptar.

A (8) s'hi troba un adjectiu *gran(de)*, que modifica i intensifica el substantiu *esfuerzo*. En aquest cas, la intensificació és molt forta perquè va acompanyada d'un to molt més marcat i d'un gest molt significatiu, com veurem més endavant en l'anàlisi de la gestualitat.

- (8) 138. F [es para vosotros] | vamos a hacer publicidad | vamos a comunicar sobre esta marc- sobre este producto >o sea que | si podeis hacer un GRAN esfuerzo | ponerlos de acuerdo que :: bueno | no : no :: nos proveen [↓antes y...]

F representant del CB vol convèncer l'equip oposat que els lliuri la mercaderia ràpidament, cosa que serà molt difícil a SEDATEX, a canvi d'una suposada i molt valuosa acció de comunicació per part de la seva empresa, i implica que l'esforç que hauran de fer, valdrà la pena. Posant de relleu el *gran esfuerzo* vol fingir empatia envers l'equip contrari.

Estructures sintàctiques intensificades en si mateixes<sup>16</sup>.7.4.1.2.2.

- a. *Incluso i además*
- b. El superlatiu
- c. Estructures consecutives
- d. Estructures comparatives
- e. Repeticions
- f. Enumeracions

Apareixen mostres d'estructures d'intensificació d'aquest tipus amb freqüència i amb un important efecte intensificador. Es tracta dels elements intensificadors *incluso* i *además*, del *superlatiu*, d'*estructures consecutives*, d'*estructures comparatives*, de *repeticions* i d'*enumeracions*.

#### **a. *Incluso i además***

Incluso és una partícula escalar additiva perquè en el seu significat posseeix instruccions per avaluar escalarment un predicat.

### **NEGOCIACIÓ 1**

En l'exemple (9) ens apareix com a *sinó*, que en el context funciona com *incluso*.

- (9) 324.F [pero] tambien tenemos muchos proveedores | y [clientes-]  
325.G [SÍ | PERO...]  
326.F QUE NOS PROPONEN CUATRO POR CIENTO SINÓ MAS

---

<sup>16</sup> En aquest capítol, s'ha optat per especificar en el text, a sota del títol dels apartats que presenten més subdivisions, la llista dels subapartats que seguiran perquè ens ha semblat que aquesta solució era la més adequada per facilitar-ne la lectura.

A (10) el descompte d'un quatre per cent seria el punt de referència de l'escala i *sinó* amb el tret [+intens] l'eleva en grau, i per tant l'intensifica afegint-hi, a més, un intensificador fonètic d'èmfasi. F continua fent pressió per obtenir quelcom, en aquest cas un descompte més alt del quatre per cent que seria el punt de referència neutre de l'escalaritat. I també *además* és una partícula escalar additiva.

- (10) 208. T la primera | \*e : : fecha de de entrega / | para la primera entrega / || *podríamos podemos hacer un esfuerzo en el [descuento | porque habeis-]*  
209.M *[ademas pagamos a] ...*  
210. T. *[ya-ya-ya- lo he...]*  
211. G *si claro*

T anuncia la possibilitat de fer un descompte en la comanda. En el moment que es disposa a justificar la raó d'aquesta concessió, que sembla que respon a una proposta favorable de CB, M l'interromp per recordar en una frase en suspens que pagaran al lliurament, implicant que aquest fet s'afegeix als arguments per obtenir un descompte. En aquest cas, el punt de referència és absent i cal buscar-lo en el context precedent: la bona disposició de CB que ja ha fet concessions a SEDATEX, a les quals s'afegeix, *además*, el pagament immediat de la comanda. *Además* es fa servir com a introducció d'un argument per justificar una petició.

## b. El superlatiu

L'ús del superlatiu és un recurs d'intensificació en el qual es pot apreciar més clarament el fenomen d'escalaritat de la intensificació.

## NEGOCIACIÓ 1

A (11), T argumenta amb vehemència per tal de no concedir un descompte en el preu total, i si ho ha de fer, que no sigui el que l'equip contrari voldria obtenir i es val del superlatiu.

- (11) 226.T *por eso os ofrecemos nuestra mejor propuesta || por eso os ofrecemos nuestras [mejores condiciones]*

El superlatiu *mejor*, aplicat a *propuesta* i a *condiciones* reflecteix la força de l'argumentació: les propostes i les condicions que els ofereixen no són solament bones (el terme neutre) són

les millors que tenen. S'intensifica la qualitat i és una manera de convèncer i a la vegada d'advertir que ja no poden anar més enllà en el punt que estan negociant.

També hi apareix el superlatiu *un máximo (de) estampados* (12) que T utilitza per convèncer l'equip contrari de lliurar els productes més tard del que volen i així podran obtenir el que interessa als grans magatzems: major nombre possible d'estampats diferents per poder oferir als clients.

- (12) 43. T claro despues todo- todo depende de : de lo que tenemos en- en existencias / | \*e : : podemos ver para vosotros lo que esta dispuesto *mas-mas-mas* pronto/| pero para tener sí | un maximo de estampados

Una variant la trobem a (13) amb valor de *superlatiu absolut*. M, malgrat els esforços de T que li assegura que li ofereix les millors condicions, afirma el següent per justificar el percentatge del descompte que demana

- (13) 237. M pero pero este es el PRIMER pedido | somos la PRIMERA cadena en españa | la notoriedad para ustedes va a ser **ENORME** |

M intensifica també la qualitat amb un superlatiu comparatiu d'excel·lència, però no utilitza un adjectiu superlatiu, fa servir l'adjectiu *primera* que modifica *cadena*. El resultat és el mateix: *la primera cadena* significa la més important, i, a més, explicita el segon terme d'aquesta estructura que és *en España*. Es una demostració de prepotència. Vol que SEDATEX s'adoni de les conseqüències que tindrà aquest fet per una estructura petita: una notorietat a escala nacional amb els seus articles venuts i promocionats pel CB, tal com manifesta a continuació de la intensificació

## ESTUDI PILOT

Un cas semblant apareix a l'Estudi pilot per justificar el descompte que es demana (14). No té exactament la forma d'un superlatiu, però, com a la Negociació 1, s'utilitza com a superlatiu d'excel·lència, *primer* que modifica el substantiu *grupo*, a la vegada intensificat *amb gran*.

- (14) 191.S [es que ya] estan trabajando |con solo con pequeños grupos | con pequeñas tiendas independientes y eso | y est- estamos el primer grupo | el primer gran grupo con el cual estan trabajando | por eso lo que podemos e: : contrat- lo que podemos

e: : decidir | es que no vendeis sus productos a otros gran grupos como nosotros | esto- | es decir nuestros competidores- competidores

### c. Les construccions consecutives

Pel que fa a les construccions consecutives només són intensificadores quan es produeixen com a conseqüència d'un primer membre intensiu.

## NEGOCIACIÓ 1

Es el cas de l'enunciat següent (15) que conté la partícula consecutiva *tal* en la primera part serveix argumentar la dificultat d'acomplir una petició.

- (15) 149.T que que os podria decir | os podriamos decir \*e: : Sí tendremos todo para esta fecha | pero si no lo vamos a : : a cumplir | me parece que va a ser un problema para nuestras rela- relaciones futuras /| para vues- vuestro plan de ventas / y todo eso || el caso es que : : una produccion tal para el siete de diciembre | con tantos estampados va a ser complicado | ↓ asi que ...

T vol demostrar que són comerciants que mantenen la paraula donada i que no veu que hi hagi gaire possibilitats de lliurar la comanda la data que el CB els exigeix atès el volum de feina que representa fabricar vint estampats diferents. S'utilitza per subratllar una greu dificultat. Creiem que és un cas interessant en el qual s'hi troba una intensificació seguida immediatament després d'una atenuació. Després d'anunciar que una *producción tal para el siete de diciembre* es podria esperar una negativa rotunda en la segona part. En canvi T, per no tancar les portes en la negociació es limita a dir que *va a ser complicado*. És una mostra del balanceig entre intensificació i atenuació, en aquest cas molt properes en el discurs.

### d. Les estructures comparatives

Respecte a les estructures comparatives com a operadors d'intensificació, només n'hem trobat dues.

## NEGOCIACIÓ 1

T utilitza un quantificador (16), mucho, (*mucho mas prendas* en realitat vol dir *muchas más prendas*), que actua com a intensificador perquè juntament amb *más*, indica una escalaritat i, a la vegada és una comparació sense segon terme explícit. Per trobar aquest punt de referència cal anar més enllà de l'enunciat i situar-nos en el context de les propostes anteriors. En realitat justifica una proposta de lliurament en tres vegades argumentant que tindran moltes més unitats que les que els havien proposat al principi.

- (16) 160.T para nosotros | bueno- *si-si-si* vosotros aceptais en tres partes / | va a ser | yo creo que | bueno- por lo menos ya tendremos mucho mas prendas para el treinta de noviembre | y no habra que esperar hasta el siete diciembre | porque | tres semanas para las veinte mil primeras prendas /| a lo mejor sera un poco : : un poco un poco justo y nos que : :daremos fuera de...

Es una mostra de la necessitat absoluta d'analitzar els recursos d'intensificació en el seu context dialògic, sense el qual no tindrien sentit com seria el cas d'aquesta estructura comparativa que no es podria reconèixer com a tal si no sabéssim que el segon terme s'ha d'inferir del context de la negociació en les seqüències anteriors.

Apareix una estructura comparativa (17), que queda intensificada per la repetició de les partícules comparatives, acompanyada de moviments negatius amb el cap, però no precisament per la comparació. T s'oposa a J demostrant que no es deixa enganyar pel pretès cost que el merchandising suposarà a CB.

- (17) 261.J. *sí* | tiene costes claro | tiene coste de: : (manutencion) | tiene coste de : : de : : salarios mas | tiene coste de : : de : : \*e : : [de : ]  
 262. T. [*sí sí lo entiendo*]  
 263. J de trabajos temporales | [que...]  
 264. T. [*pero*] pero no tanto como | no tanto como | la publicidad

El primer terme de la comparació és implícit i deriva de l'enumeració de costos que ha fet J a 261. T demostra el seu desacord total amb J i implica que els costos enumerats (els que suposaria el *merchandising*) no són tan importants com els implica fer una campanya de publicitat.

### e. La repetició

La repetició és un fenomen que ha quedat establert com un ampli camp d'estudi atès les diferents perspectives des les quals es pot tractar. Com assenyala Jucker (1994) la repetició apareix d'una manera tan sistemàtica i freqüent en l'expressió oral i també escrita, que pot ésser estudiada des d'una munió d'enfocaments.

*"Repetitions have turned out to be not only a very rewarding topic, but also a very large and multifaceted topic which can be approached by phonologists, morphologists, syntacticians, psycholinguists, discourse analysts, and pragmatists". (Jucker, 1994, p. 47).*

Tannen (1987, 1989) i Norrick (1987) vinculen la repetició amb l'anàlisi de la conversa i considerem que aquesta perspectiva ens és particularment útil donat que els estudis de la conversa han posat de manifest la importància de la repetició en la comunicació i les diverses funcions que realitza, entre les quals es dona el fenomen de la intensificació. I també són les dues últimes vessants d'estudi citades per Jucker (1989), la de l'anàlisi del discurs i la de la pragmàtica, les que ens interessen com a objecte d'estudi des del punt de vista de la intensificació.

En el domini dels castellà col.loquial, Bustos (1997, p.37) recull les tesis de Tannen (1989, 46-56) i fa una descripció de la repetició considerada com un mecanisme estratègic d'articulació de la conversa i no solament com un mostra de incompetència o manca d'habilitat lingüística del que parla.

Briz (2001 p. 107), per la seva banda, analitza les repeticions que apareixen en unes mostres de corpus i hi troba les següents funcions: la d'un mecanisme que facilita la reformulació la comprensió i també la que actua com una mostra d'intenció que reforça la justificació de la no acceptació d'un requeriment, per una banda i la de petició o d'ordre per altra:

(3) A: *no te vayas*  
B: *es tarde tarde*  
A: *Sígue, Sígue.*

Es precisament aquesta demostració de l'actitud i la intenció del que parla a través de la intensificació per repetició, sobre la qual ens centrarem en la nostra anàlisi. Les seves

funcions com a element de coherència del discurs com poden ser la recuperació del fil de la comunicació després d'una llarga intervenció o bé el seu valor en la interacció en la presa de torns, no seran l'objecte del nostre estudi.

Seguint una de les dimensions de la repetició donada per Tannen (1987), ens centrarem en les "self-repetitions" i no pas en les "allo-repetitions" a les quals Haverkate (2004, p.57) es refereix com a "dos clases de repetición léxica, la autorrepetición y la alorepetición". En les autorepeticions el mateix interlocutor repeteix les paraules emeses en el seu propi discurs i en les al.lorepeticions es repeteix el que ha dit un altre interlocutor.

Ens interessen les autorepeticions pel fet que poden aportar una força intensificadora i que Haverkate (2004, p- 57) defineix com "una estrategia discursiva enfática que tiene como fin insistir en la importancia de una información o punto de vista emitido (...)". Aquest valor enfàtic i d'insistència és el que ens pot portar a la intensificació. En canvi, les al.lo-repeticions, que segons el mateix Haverkate es considera com una marca d'acord absolut amb el que ha formulat l' interlocutor i que és un fenomen de cortesia positiva, les tractarem específicament a 7.6.3. amb un enfocament dialògic.

Per altra banda, també segons la taxonomia de Tannen (1987), analitzarem tant les repeticions *inmediates*, en què no hi intervé cap material lingüístic entre els elements de la repetició, com les repeticions *ajornades* ("delayed") en què entremig dels dos o més elements de la repetició n'hi apareixen d'altres.

Si el procediment de *repetició* és molt freqüent en la conversa col·loquial, també en trobem força mostres en el corpus i amb formes de repetició molt variades, que van de repeticions simples i apositives d'un sol element fins repeticions molt més complexes.

Considerem oportú puntualitzar que descartem de l'anàlisi les nombroses repeticions que apareixen a la transcripció, però que no tenen res a veure amb el fenomen d'intensificació. Força sovint, es tracta de reguladors de la conversa, però que no expressen l'actitud ni la intenció del que parla. En donem alguns exemples.

Mecanismes de repetició tant de paraules monosil·làbiques (18) (19) com de vàries síl·labes que ajuden al locutor a guanyar temps per ordenar el discurs per poder trobar la paraula següent (20).



- (18) 46. T porque tenemos como: como diez productos \*e :: ESTRELLAS / | que vendemos mas y que siempre tenemos en-en en existencias / ||
- (19) 175. J pero para las condiciones de pago seran un poco diferente / | y necesitamos : trenta dias | despues de la entrega | y para el resto :: / 176. M. o-o-o | que tal si hacemos para los primeros treinta mil | pago a [la entrega-]
- (20) 66. T para esto || despues podemos hablar de :: de posibles descuentos / | pero : pero : el pago a la a la entrega sera : sera : [ indispensable]

En altres ocasions, la manca de competència lingüística obliga als interlocutors a fer una repetició per tal de trobar un acord gramatical correcte (21) o a reduplicar una part de l'enunciat per a autocorregir-se (22).

- (21) 70. M [cuantos- cuantas] unidades serian \
- (22) 205. F (...) o sea que hay que hacer un un esfuerzo si quieren |si quieren | \*e :: ser e :: referenzADOS en nuestra :: referenciados-

Procedim, doncs, a analitzar diferents tipus de repeticions utilitzades pels interlocutors amb intenció d'intensificar el discurs.

## NEGOCIACIÓ 1

En primer lloc, veiem exemples de repeticions *immediates*, tant d'una sola paraula (23), (24), com d'una perífrasi, (25) *podemos tener*, com d'una estructura, *lo que + falta* (26) o bé d'una estructura d'un *verb* + complement directe que es repeteix canviant, però, aquest complement directe (27) com es pot veure a continuació (28).

*Repetició d'un numeral* (23) per puntualitzar un punt conflictiu, la quantitat d'estampats que produiran, i evitar possibles malentesos.

- (23) 75. T [cinco | cinco estampados \]

*Repetició per aposició* amb un to de veu molt intens (24). Es un rebuig total d'una data de lliurament que a G li sembla impossible de respectar. No és propi del registre utilitzat en una negociació professional sobretot amb el to tan marcat que s'utilitza, però respon perfectament a la intenció de G.

- (24) 91. G ¡NO NO | NO!

*Repetició d'un verb +infinitiu (25)* amb la intenció comprometre's a donar una data de lliurament excessivament propera a la de la negociació.

- (25) 88. F [o sea] podemos tener | podemos tener | mas o menos treinta mil unidades | para el quince de noviembre \ | eso se puede \ |

*Repetició d'un complement directe + lo que + verb (25)*. En el segon terme de la repetició, s'hi afegeix el pronom *nos*, per tal d'introduir el JO (l'equip del CB) i fer la intensificació més efectiva. M explica que es pagarà la mercaderia en tres vegades i recalca dues vegades que fins que no hagin rebut tota la comanda no es farà el tercer pagament. Intensifica amb repetició per imposar una condició per acceptar la modalitat de pagament que es negocia.

- (26) 181.M por supuesto \ || pero y luego para el treinta de noviembre | o sea los otros diez mil / || se los pagaríamos | en la primera entrega a sesenta / | y en la otra a treinta \  
 182.G pues por que no xxx  
 183.M o sea despues de haber recibido todo : : todo : : lo que falta | todo lo que nos falta-

Repetició d'un connector, d'un verb i d'un complement ja intensificat amb un superlatiu (27) amb la finalitat de convèncer l'equip contrari de les bones intencions.

- (27) 226. T por eso os ofrecemos nuestra mejor propuesta || por eso os ofrecemos nuestras [mejores condiciones]

En el corpus, hem trobat també mostres de repeticions *ajornades*, com la *repetició de caràcter discursiu*, és a dir, la que es produeix en diferents parts de l'enunciat i no en un únic punt de l'enunciat. A (28) hi trobem una repetició que, en realitat, es tracta d'un cas de triple repetició de tres elements diferents.

- (28) 110. F. los productos se venden por la navidad || o sea durante la period- el periodo de navidad | o sea que | lo necesitamos ante- bueno mucho tiempo antes | o sea dos semanas por lo menos / || y : seria ideal un mes | un mes antes || o sea...

En primer lloc, es repeteix el període de temps durant el qual CB ven més, és a dir, *por la navidad*. D'aquesta manera prepara el terreny pel que vindrà immediatament: necessiten tenir els productes abans de Nadal. En segon lloc, trobem la triple repetició d'un nucli, *antes*, que apareix sol la primera vegada i es va modificant per ser més precís: *mucho tiempo antes, dos semanas* [+ elisió *antes*], *un mes antes*. A la vegada, el darrer dels modificadors de temps, *un mes*, es reduplica per intensificar *antes*: *y sería ideal un mes, un mes antes*. Es genera una repetició dins d'una repetició. I en tercer lloc, el marcador de conseqüència o *sea* apareix tres vegades tant per donar cohesió a l'enunciat i fer-lo més comprensible, com per contribuir a l'acumulació de recursos d'intensificació. L'efecte d'un triple reforç per demostrar la necessitat que tenen de rebre la mercaderia abans de Nadal, i forçar SEDATEX a fer el lliurament molt abans d'aquesta data és força efectiu.

Apareix una repetició complexa, la del *substantiu gama* i de l'*adjectiu amplia* (29) combinats de la manera següent: *gama amplia / clientela amplia / gama variada*/. El CB fa pressió sobre SEDATEX per aconseguir que produeixi molts estampats cosa que crea un problema a la petita empresa. La combinació de la repetició de *gama i amplia*, justament d'una manera asimètrica, fan que la combinació sigui més efectiva: necessiten molts estampats perquè tenen molts clients que volen gran varietat en tot.

- (29) 49. J pues a : nosotros claro que : : que nos interesaria tener un : una gama amplia / | porque tenemos tambien una clientela amplia que : : queria tener una gama variada para : : para poder elegir /

Els exemples són nombrosos i en podríem donar més, però hem procurat fer una selecció de mostres representatives del ventall que ha aparegut en la transcripció.

#### f. Les sèries enumeratives

També **les sèries enumeratives** poden actuar com a intensificadors del discurs. En veiem tres exemples a la Negociació 1.

#### NEGOCIACIÓ 1

A F (30) li cal demostrar que és necessari que es tingui en compte tot el que CB té la intenció de fer per comunicar sobre la marca de SEDATEX que, de fet, s'aprofitarà de la notorietat dels grans magatzems i enumera amb la mateixa perífrasi verbal, *ir +a+* infinitiu, les dues tasques de comunicació que el CB té la intenció de fer per forçar SEDATEX a

produir ràpidament. S'enumeren accions per justificar una petició difícil d'acomplir per part del contrari.

- (30) 138. F [es para vosotros] | vamos a hacer publicidad | vamos a comunicar sobre esta marc- sobre este producto >o sea que | si podeis hacer un GRAN esfuerzo | ponerlos de acuerdo que : : bueno | no : no : : nos proveen [↓antes y...]

A (31), dins l'argumentació de M que vol justificar la importància de la publicitat que faran per SEDATEX, reforça l'argument del poder d'informació que la comunicació tindrà sobre els clients que, ara com ara, desconeixen els productes i la marca i per això té cura d'enumerar-ho en els seu discurs.

- (31) 271.M [justamente] | al ser la primera vez necesitamos tambien | o sea crear esa : : esa CONCIENCIA en los CLIENTES de que existen nuevos productos | que tenemos un nuevo proveedor | y entonces Sí vamos a empezar por un-un poquito de publicidad ||

A (32) T enumera i posa de relleu els coneixements concrets que té de les finances de SEDATEX, i expressa l'oposició a la demanda d'un descompte per part del CB, que considera exagerada, i que no té en compte en absolut la delicada posició financera de la seva empresa.

- (32) 323.T [ pero no veo] | usted no conoce | yo soy el director financiero / | y se exactamente la : la situacion financiera | de nuestra empresa / | y se que hay-hay condiciones de-de venta que no se pueden hacer | porque va a poner en riesgo [el :]

En la mostra següent (33), la sèrie enumerativa de tres elements s'estén a dues intervencions de J que vol contradir T i J acaba el seu enunciat en una segona part. Intenta demostrar que el *merchandising* que el CB farà per vendre millor els productes de SEDATEX té un cost, cosa que T posava en dubte, i per això enumera, sense massa fortuna persuasiva, a què corresponen els costos: *costes de manutención, costes de salarios* i *costes de trabajos temporales*.

- (33) 259. T pero no tiene costes  
260. M SI tiene costes \

261. J. sí | tiene costes claro | tiene coste de: : (manutencion) | tiene coste de : : de : :  
salarios mas | tiene coste de : : de : : \*e : : [de : ]

262. T. [sí sí lo entiendo]

263. J de trabajos temporales | [que...]

Tant a (32) com a (33), la intenció final de la intensificació és induir l' interlocutor a fer alguna cosa que li costarà d'acceptar i, per aquest motiu, cal desplegar estratègies per convèncer-lo.

#### 7.4.1.2.2 Alteracions de l'ordre del les paraules

Hem observat com, en algunes ocasions, els interlocutors alteren l'ordre morfològic o sintàctic dels elements del discurs. Recolza la nostra observació l'afirmació de Briz (2001, p.81) segons la qual no hi ha cap dubte que l'ordre de les paraules es pragmàticament rellevant i coincideix amb Padilla (1997, p.348-349) que l'ordre pragmàtic en el discurs, resulta de l'adaptació de l'estructura gramatical al context situacional. Briz continua la seva teoria dient que l'ordre pragmàtic és més lliure que el morfològic i el sintàctic perquè està regulat pel context i freqüentment per la intenció del que parla.

Aquesta remarca, doncs, ens ha dut a estudiar els casos d'alteració de l'ordre en les paraules que apareixen al corpus si bé no apareixen en el repertori en el qual ens basem, i els analitzem des del punt de vista de la intencionalitat del que parla, és a dir des de la perspectiva pragmàtica, per veure si la modificació de l'ordre dins el discurs actua com un element intensificador.

### NEGOCIACIO 1

A (34) F utilitza dos intensificadors al mateix temps: el to marcat i la forma apel·lativa per expressar el desacord. Observem que l'ordre de les paraules és anormal sobretot pel fet d'incloure la negació al final de *pero mira no*, abans de la pausa en comptes de col·locar el *no* després de la breu interrupció *PERO MIRA // NO porque ...*. Com semblaria més natural. F uneix la negació a l'apel·lació fàtica i en fa un sintagma PERO MIRA NO //. D'aquesta manera, col·locant ll NO al final d'aquesta estructura encara posa més de relleu el desacord total amb el seu interlocutor.

- (34) 108. F PERO MIRA NO || porque :: vendemos | bueno | la :: la mayoría de la : de la : de la : de la :: de lo [que-]

L'ordre pragmàtic imprimeix una major força il.locutiva al discurs que s'afegeix als dos operadors d'intensificació ja existents, el to marcat i la forma apel.lativa, i es post considerar com un intensificador en aquest context per reforçar encara més el desacord.

Recordem que a (35) hi trobem ja la combinació de quatre recursos d'intensificació: to marcat durant tota la intervenció, aparició del JO i reforç amb l'adverbi *públicamente*. No és suficient per T, que està marcant un desacord profund amb l'equip contrari i exigeix una posició clara. Alterant l'ordre del subjecte i del verb, *PREGUNTO YO*, encara fa servir un altre reforç que constitueix sens dubte un cinquè intensificador en aquesta intervenció. L'ordre pragmàtic posa de manifest les intencions clares de T.

- (35) 266.T PUES | PUES *POR-POR* ESO PREGUNTO PREGUNTO YO PUBLICAMENTE /| [LO QUE VAIS A HACER]

A la mostra (36) també *nosotros* com a subjecte explícit, però aquesta vegada, després del verb, amb la qual cosa, F maximitza encara més el paper important de la seva empresa. És un retret per indicar que la petita empresa no reconeix el CB farà coses importants per SEDATEX de manera gratuïta.

- (36) 240.F y tambien somos nosotros *que-que-que-* hacen la [publicidad ]

A (37) T, utilitza el seu propi ordre pragmàtic col·locant a la fi de la intervenció el que més li interessa que quedi clar al seu interlocutor: els cal una setmana més per a poder arribar a fer els estampats que desitgen. T busca l'acord del contrari per obtenir més temps.

- (37) 127.T [con cinco estampados] || y para diez estampados o quince || una semana mas

## ESTUDI PILOT

Voldríem remarcar les alteracions de l'ordre de les paraules apareguts a l'estudi pilot perquè són lleugerament diferents.

A (38) trobem una repetició de l'adjectiu *real* com a element intensificador. Però, a més, observem la posició de l'adjectiu *real* davant del substantiu *oportunidad* i no després, com voldria la norma gramatical. Al mateix temps que la repetició, fa que D l'utilitzi com un element d'intensificació més, per convèncer l'interlocutor i per poder arribar a un acord.

- (38) 21. D [si] | porque tienen que saber / | que somos un grupo muy dinamico : : /| que tenemos una imagen muy positiva en [españa]  
22. L [si]  
23. D y que es una real real oportunidad para ustedes | y tambien para para nosotros de crear un acuerdo [exclusivo]

Un altre exemple, una mica diferent, l'hem trobat a (39) on hi apareix un recurs intensificador clar, el to marcat, i una estructura que hem considerat com la repetició immediata del referent, *las ofertas* | *LAS TENEMOS*.

- (39) 8. L >vale pues e : : el problema es que no pensamos hacer: : e : : acuerdo de e : : exclusividad || es que tenemos varios CONTACTOS | y : : no pensamos e : : tener un unico cliente || en españa | es que tenemos varias posibilidades | tenemos productos intereSANTes || y : : por eso las ofertas | LAS TENEMOS | [asi que : :] –

Aquesta estructura, implica automàticament un ordre especial que considerem com a pragmàtic. L està argumentant de manera pausada però ferma per què no signarà cap acord d'exclusivitat amb el CB i per acabar el seu argument, vol expressar que SEDATEX ja té clients i també ofertes, com a part de l'argument per refusar la proposta del CB. La seva intenció és transmetre el missatge que ja tenen ofertes i per tant no els interessa l'exclusivitat. Per tant, finalitza la seva intervenció amb el primer element clau, *las ofertas*, repetició de *las ofertas* amb la forma de pronom, *LAS*, i *TENEMOS*, el segon element clau, apareix al final. Per acabar, deixa la frase en suspens perquè l'oient infereixi que no necessiten la col·laboració exclusiva amb el CB. Aquesta vegada, l'estructura i l'ordre de paraules van junts, però l'aparent distorsió de l'ordre és un element intensificador eficaç.

La mostra (40) conté la posposició del verb *haber* amb negació. Es una mostra del reforç intensificador de l'ordre pragmàtic que actua amb un altre intensificador. Voldríem remarcar que, en aquest cas, el *no habrá* va acompanyat d'una negació amb el cap. Queda voluntàriament aïllat de la primera part, amb una posposició i amb un signe gestual inequívoc per expressar amb tots els elements comunicatius a l'abast, el refús absolut

- (40) 177.D. tenemos el dinero|| lo que PROPONGO es que | si hay un acuerdo de exclusividad |  
178. L si  
179. D directamente para-  
180. L si pero acuerdo de exclusividad no habra (nega amb fermesa amb el cap)|  
hasta que veamos como trabajamos [juntos]

Les alteracions de l'ordre de morfològic i sintàctic trobades en les transcripcions no apareixen com a formes independents d'intensificació sinó que s'afegeixen a d'altres recursos intensificadors per donar més força il·locutiva al missatge. En el discurs, l'alteració de l'ordre, serveix per reforçar elements intensificadors que l'interlocutor necessita potenciar al màxim i quan aquest fet es produeix es ressalta el que no és al lloc que les normes voldrien que fos.

#### 7.4.1.3. Recursos semàntics

La *ironia* és un fenomen pragmàtic per excel·lència i, lògicament, cal que s'intenti detectar-ne mostres en el corpus de transcripcions que utilitzem atès que és també un recurs que pot intensificar el discurs. Convé fer un breu repàs de les diverses aproximacions teòriques que existeixen per explicar a les manifestacions iròniques en el discurs.

La definició que parteix de la retòrica tradicional considera que la ironia consisteix a dir el contrari del que es vol dir, continuant amb la tradició clàssica que l'ha considerat com un fenomen de substitució. Segons el DRAE la ironia és una "figura retòrica que consisteix en dar a entendre lo contrario de lo que se dice". Aquest plantejament ha estat criticat per molts autors com per exemple Haverkate (1985) que considera que la contradicció no pot explicar tots els casos d'ironia que apareixen en el discurs i més endavant precisa la dificultat de definir la ironia de manera unívoca, però afirma que

*"Limitándonos a la ironía asertiva podemos sostener que es una estrategia conversacional cuya esencia radica en que el hablante manipula el valor veritativo de lo que asevera".*  
Haverkate (1985, p. 58)

Vist des del prisma de la pragmàtica, el fenomen de la ironia ha tingut varies interpretacions.



L'enfocament de Grice (1975), relaciona la ironia amb el principi de cooperació i considera que cada vegada que apareix la ironia es viola la màxima de qualitat perquè el que parla no enuncia el que realment vol dir. En canvi, més tard, Sperber i Wilson (1981, p. 302) afegixen que, a vegades, la màxima violada no és la de qualitat, sinó la de quantitat o la de manera<sup>17</sup>.

Malgrat totes les interpretacions esmentades<sup>18</sup>, sembla que existeix un consens general per a afirmar que la ironia constitueix una violació d'una norma (Barbe, 1995, p. 58) i és en aquest sentit eclèctic que orientarem la nostra anàlisi.

El que ens interessa en el nostre cas és saber que per a interpretar la ironia hem de tenir en compte el context lingüístic, el context situacional i el context sociocultural sense els quals no es pot entendre el fenomen. Dit d'altra manera, ens reafirma en la línia de treball que ens fa considerar tots els fenòmens d'intensificació des d'un enfocament pragmàtic, és a dir d'utilització de la llengua en un context ben determinat, amb unes intencions i objectius ben clars per part dels interlocutors. Pensem, com afirma Alvarado (2006, p. 2)

*"(...) estudiamos la ironía como fenómeno pragmático, puesto que para esta disciplina el hablante tiene una intención clara de comunicar algo cuando utiliza un enunciado irónico, pretende así que oyente infiera lo que no se ha dicho para obtener el enunciado completo de su enunciación".*

El que sí que ens sembla evident és que, com apunta Alvarado, aquest tret inferencial és característic de la ironia i és que la ironia requereix una tasca d'interpretació, a vegades complexa, per part de l'oient.

Briz (2001, p.123) defineix la ironia com un "recurso elativizador" i dóna dos casos com a exemples: el de l'acte afirmatiu que nega o el de la negació que afirma:

---

<sup>17</sup> Aquesta darrera interpretació, es pot veure clarament quan la ironia es basa en l'imitació d'un discurs que no és propi de l'emissor i tal com afirma Coromines (2011, p. 48) "és precisament aquest mena d'ironia, en què el parlant o la veu narrativa es fa ressó d'un discurs que no és el seu, és la que aquests dos autors prenen com a punt de partida per a l'elaboració de la seva teoria de l'"echoic mention", segons la qual les ocurrences d'ironia sempre reflecteixen l'eco d'un punt de vista envers el qual l'emissor mostra una actitud de burla, d'enuig, desaprovació", etc.

<sup>18</sup> Hi ha diversos teòrics com Seto (1998) i Hamamoto (1998) que han suggerit que la noció "d'echoic mention" tampoc no és suficient per identificar i comprendre el fenomen de la ironia.

“(28a) ¡Tienes tú poco dinero!  
(28b) ¡A ti nadie te toma el pelo/si eres muy listo!”

Albelda (205, p. 122) ofereix exemples d'actes irònics en què s'infereix un valor intensificat:

“¡No tienes ganas!; ¡Tienes tú poco dinero!; No había suspensos que digamos/que se diga; No estudia ni poco; No es listo el tío; No sabe ni nada; No te va a costar ni nada la piscina! [AP.80.A.1:380]”

En ambdós autors els exemples es basen en la contradicció i, per tant constituirien una violació del principi de cooperació i de la màxima de qualitat. No hem detectat cap mostra d'aquest tipus de construcció en el corpus. La naturalesa col·loquial de les expressions donades com a exemples per Briz i Albelda que, de fet, són marcadors prototípics d'enunciats irònics, fan que no apareguin en cap de les poques mostres trobades de el corpus.

El que més ens interessa de la teoria de Sperber i Wilson (1994, pp. 290-296) és el fet de considerar els enunciats irònics com l'expressió de refús o desaprovació, i és en aquest sentit que examinarem i analitzarem els enunciats en els quals apareix la ironia en les negociacions estudiades.

## NEGOCIACIÓ 1

En el primer cas observat d'ironia (41), T vol demostrar la seva desaprovació pel descompte que creu excessivament alt que l'equip contrari vol obtenir. Intensifica el final amb un suspensió i amb el començament d'una qualificació personal del que pensa que és la proposta, UN POCO + adjectiu”, quan en realitat es tractaria de probablementment “MUY + adjectiu”, el qual no seria especialment amable i, en tot cas es tractaria del contrari de *poco*.

(41) 247.T si hacemos un descuento de :: de veinte por ciento porque haceis el merchandaising ES UN POCO...!

T està expressant la seva desaprovació per la proposta del CB, exagerant, primerament, el percentatge del descompte que li demanen, que és un quatre per cent i no pas un vint per cent, que ell, en tot cas, considera exagerat. A més, l'oferta de publicitat que segons el CB justificaria l'alt descompte que demana, no el convenç en absolut. Ens trobem amb un potent

recurs intensificador que combina la ironia, amb un recurs fonètic, un to més marcat, i la suspensió de l'enunciat.

En ambdós casos, comprovem que apareixen les dues característiques del fenomen de la ironia a les quals hem al·ludit anteriorment es, és a dir, el fet de manipulació de la veritat, i el tret d'inferència. Comprovem que la manca de sinceritat serveix per a ser comunicada i, per tant, entesa pel receptor i que d'aquesta manera i en aquest context, els interlocutors la utilitzen com un recurs intensificador del discurs en un moment conflictiu de la negociació.

#### 7.4.1.4. Recursos fonètics

El fenomen de fonètica, tant els elements segmentals com els suprasegmentals, a més de tenir un valor cohesiu del discurs, també desenvolupen funcions determinades en la comunicació oral. Tal com assenyala Vilà (2002, p. 59), denoten l'actitud de l'emissor en relació al tema i en relació als destinataris a la vegada que jerarquitzen les idees i faciliten la comprensió dels discurs. Per altra banda, ens semblen molt encertats els treballs sobre l'aspecte pragmàtic del fenomen fonètic del discurs, com els d'Hidalgo (2013, p. 128), que afirma la legitimitat d'un camp d'estudi que s'anomenaria la "fonopragmàtica".

*"Se parte por ello de una visión pragmática del plano fónico o lo que es lo mismo, se postula la existencia y productividad de un ámbito de investigación (o análisis) del componente fónico que tenga en cuenta sus implicaciones pragmáticas, por lo que se defiende el desarrollo de una disciplina que puede llamarse" fonopragmática".*

Com veurem, diversos elements fònics poden ser recursos d'intensificació i és per aquesta raó que es pot afirmar que aconsegueixen una funció pragmlingüística de manera eficaç.

##### 7.4.1.4.1 Recursos segmentals

L'allargament vocàlic pot actuar com a intensificador. Hem trobat força casos d'allargaments vocàlics, però no es tracta d'intensificacions sinó que s'allarguen vocals al final d'una paraula per donar temps a pensar o bé per donar la paraula a un membre del mateix equip, és a dir per causa d'elements externs al propi discurs.

## NEGOCIACIÓ 1

En les transcripcions, els pocs allargaments de vocals que hem considerat com a recursos d'intensificació, apareixen associats a d'altres operadors com en aquestes mostres. (42) (43) combinen l'allargament vocàlic amb el to més marcat per expressar refús total a una proposta de l'equip contrari i a (44), a més, s'hi afegeix un to emfàtic del NO, obtenint així una intensificació amb tres recursos combinats.

- (42) 232. G ¡NOOO !|| ¡es ENORME como esfuerzo !
- (43) 243. G ¡CUATRO NOOO !
- (44) 235. G ¡UN CUATRO NOOO!

Es tracta, com acabem d'esmentar, d'allargaments vocàlics al final d'un mot, en aquest cas sempre la negació *no* i es fan servir per intensificar la negació per tal de demostrar el rebuig absolut d'una proposta de descompte.

## ESTUDI PILOT

A l'Estudi pilot hi trobem un allargament vocàlic com a intensificador amb una funció diferent de la de la Negociació1.

La mostra d'allargament vocàlic amb valor d'intensificació (45) presenta uns trets particulars. L'equip del CB a no vol fer un pagament a 30 dies sinó que el vol allargar a 60 dies i com a argument s'addueix que, de fet, corren un risc perquè no saben si els productes de SEDATEX es vendran o no. Es una argumentació molt poc refinada perquè des del principi s'ha fet evident que el CB té molt interès pel que produeix SEDATEX. L reacciona immediatament i de manera molt breu els indica que si estan negociant és saben que sí que els vendran. Ho formula amb una combinació de dos operadors d'intensificació: el to marcat de ESTAIS i l'allargament deliberat del segon terme de *es queeee*. Podia haver deixat la frase en suspens però fent un allargament i acabant clarament la intervenció, fa més efectiu el seu objectiu de contradir l' interlocutor.

- (45) 229.L si ESTAIS aqui | es queeee hay posibilidades

Un cas particular es troba en l'exemple següent (46). En un enunciat en suspens, en comptes de deixar que la darrera vocal s'esvaeixi, i com succeeix en la majoria de les elisions per suspensió, L, allarga la vocal mantenint el mateix volum fins que l'acaba amb una entonació ascendent. Expressa l'incredulitat que li provoca l'argument de l'equip contrari que els vol fer creure que assumeixen un risc en voler integrar els productes de SEDATEX perquè no saben si es vendran. Volem fer remarcar que els dos recursos d'intensificació assenyalats, enunciat en suspens i allargament de la darrera vocal, es recolzen amb una petita rialla irònica que incrementa la força il.locutiva de l'expressió del desacord.

- (46) 225.L [bueno] SI BUSCAIS un contrato e : de exclusividad es que ya estais de acuerdo que se van a vender | estoo/ (petita rialla irònica)

En tot cas, en cap de les dues negociacions han aparegut mostres d'un allargament vocàlic dins d'una paraula, del tipus *larguissimo*, sinó que sempre les hem trobat, allargant el darrer so d'una paraula que coincideix amb una vocal. Quan es tracta de la partícula negativa *no*, indica rebuig per part de l'emissor, en el segon cas expressa contradicció i en el tercer desacord absolut.

#### 7.4.1.4.2 Recursos suprasegmentals

Els recursos prosòdics també poden intensificar els discurs. Poden fer-ho o bé afegint-se a d'altres procediments o bé aconseguir-ho únicament amb l'entonació. Hem trobat mostres de tres tipus: *el to més marcat*, *l'èmfasi* i *l'enunciat en suspens*.

##### a. El to més marcat

Es fa servir d'una manera molt freqüent, especialment en la Negociació 1. Els objectius de la intensificació són diversos i es pronuncien amb un volum de veu més elevat els elements de l'enunciat que es volen intensificar.

A (47) es posa de relleu l'interès per la quantitat d'estampats que SEDATEX pot oferir,

- (47) 39. M pues a ver para empezar || quisieramos primero ver | CUANTOS estampados distintos nos pueden proponer /| ↓porque esta bien lo de cincuenta mil unidades pero...

I a (48) F vol puntualitzar, per allunyar qualsevol dubte, a quin volum de la transacció s'aplicarà un descompte.

- (48) 231.F *por ejemplo | es un cuatro por ciento con un tres coma y cinco por ciento | sobre el TOTAL de la facturación*

En la mostra següent M (49) utilitza aquest recurs, combinat amb una enumeració com hem vist a 7.4.3.5. per intensificar el seu llarg enunciat emès amb un volum normal de veu, de manera regular, sense dubtes ni repeticions. El to més marcat, intensifica els diferents elements que li interessa destacar, primer per convèncer els seus interlocutors que l'acció de publicitat que poden fer de cara al clients serà molt important per a una marca desconeguda com és SEDATEX, i, en segon lloc, l'objectiu de M és assegurar que per Nadal faran una campanya de publicitat, però no es compromet a continuar-la, *veremos si la continuamos o no*.

- (49) 271.M *[justamente] | al ser la primera vez necesitamos tambien | o sea crear esa : : esa CONCIENCIA en los CLIENTES de que existen nuevos productos | que tenemos un nuevo proveedor | y entonces Sí vamos a empezar por un-un poquito de publicidad || luego VEREMOS si la continuamos o no | pero para la campaña de navidad SÍ ESTÁ PREVISTA \*

A (50) M vol intentar que el contrari accepti unes condicions de pagament determinades, fent ressaltar l'avantatge que suposa el fet que se'ls pagui a la vegada només trenta dies després del lliurament de la mercaderia. El to més elevat dóna relleu a la característica de la proposta, *a la vez*, que M considera que és important perquè sigui tinguda en compte per part de l'equip contrari.

- (50) 187. M *[asi pagamos A LA VEZ] || treinta días despues de la ultima entrega pagamos todo lo que | lo que nos falta | ↓ las veinte mil u- unidades que [nos faltan]*

A (51), M intensifica dos elements de l'enunciat per rebutjar tot lliurament després d'una data determinada.

- (51) 119. M. *para el TRENTA VALE || pero para el siete de diciembre NO ES [POSIBLE]*

I en la mostra següent (52), el to de veu més elevat recau sobre els dos elements clau de la pregunta: *producir* i *diez mil*. F vol saber exactament quant de temps caldrà a SEDATEX per produir deu mil unitats i aquest dos punts bàsics de la informació que es vol obtenir, QUAN i QUANT, queden intensificats per puntualitzar aquests dos elements. L'augment del to de veu és un intensificador que fa la funció de remarcar les dues idees clau del discurs perquè els receptors s'adonin de la rellevància de la informació que es vol obtenir.

- (52) 80. F *cuanto tiempo necesitas para : PRODUCIR | por ejemplo | DIEZ MIL unidades | con quince estampados diferentes \ | yo quiero > cifras | bueno- preci- | bueno- mas o menos*

Quan la seqüència que reflecteix un moment de conflicte arriba a un punt alt de desacord, el to més alt de la veu pot donar-se en un enunciat sencer com a (53), demostrant, en aquest cas, el refús i, per tant, el desacord absolut amb l'interlocutor.

- (53) 243. G *¡CUATRO NOOO!*

A (54) hi trobem dues intervencions senceres emeses amb to marcat. G (int. 325 N1<sup>19</sup>), amb un volum de veu elevat, expressa el rebuig a la intervenció de F (int. 324 N1) que implica que si ja tenen proveïdors i clients que els fan un quatre per cent de descompte, fins i tot més, SEDATEX també els l'ha de concedir. F llavors, (int. 326 N1) utilitza un to marcat per acabar la intervenció que ha començat a (int. 324 N1), combinat amb un element emfàtic al final, *más*. Té l'objectiu de fer pressió per imposar la seva proposta a l'interlocutor. En aquest cas, a més del to marcat utilitzat pels dos interlocutors, s'hi combina una intensificació del tipus exclamativa-interrogativa que tractarem més endavant a 7.6.1.

- (54) 324. F *[pero] tambien tenemos muchos proveedores | y [clientes-]*  
325. G *[SÍ | PERO...]*  
326. F *QUE NOS PROPONEN CUATRO POR CIENTO SINÓ MAS*

Són molt més freqüents les combinacions de l'augment de volum de veu amb d'altres recursos per a obtenir la intensificació. A (55) apareix una mostra que acumula el to de veu més marcat amb una negació al final pronunciada amb èmfasi i acompanyada d'un

---

<sup>19</sup> Quan fem al·lusió al nombre de la intervenció concreta, ho indiquem amb l'abreviatura "int" (intervenció), el nombre i la negociació a la qual pertany (N1 per negociació 1 i EP per Estudi pilot).

allargament vocàlic que contribueix a expressar el refús absolut de G al descompte que proposa l'equip contrari.

- (55) 234.M NOS VALE EL CUATRO | pero sobre la primera entrega | luego : : ya veremos  
235.G ¡UN CUATRO NOOO !/

## b. L'èmfasi

Hem afegit l'èmfasi a la llista de classificació que hem seguit, perquè considerem que pot actuar com a recurs fonètic d'intensificació<sup>20</sup>. Segons el Diccionari de la llengua catalana de l'Institut d'Estudis Catalans, l'èmfasi és la “major força amb què es pronuncien un o més mots o síl·labes que desitgem de fer prominents”. Vilà (2002, p. 59) precisa més i considera que “L'èmfasi expressiu s'entén com l'augment de la intensitat articulatòria d'una paraula o frase” i és des d'aquest punt de vista que hem buscat mostres d'elements emfàtics en les transcripcions.

El fet de realçar amb la pronunciació, és a dir, amb l'expressió i l'entonació, uns determinats elements del discurs, fa que es produeixi una intensificació. Els participants en la negociació el fan servir poques vegades, sempre en moments conflictius. No es tracta només d'adoptar un to més marcat, amb un volum més alt. Com remarca Vilà, es dona una major força d'articulació a l'element, amb una finalitat determinada. Considerem, doncs, que l'èmfasi és una estratègia que utilitza l'emissor per demostrar la seva actitud i obtenir una força il·locutiva important en el seu missatge.

## NEGOCIACIÓ 1

La diferència entre el to més marcat i l'èmfasi, es percep molt clarament a (56). F, en un *crescendo*, passa d'un to normal de veu a (int. 324 N1), a un to més marcat a (int. 326 N1), és a dir, a un volum més alt, i acaba la frase amb una paraula pronunciada amb més força i expressivitat, que és la que anomenem èmfasi. F, amb el **MAS** emfatitzat, intensifica la quantitat per impressionar G i tractar de convèncer-la de fer un descompte exagerat.

---

<sup>20</sup> No tractem l'èmfasi com a procediment d'intensificació retòric, al qual Albelda (2005, p. 47) es refereix com “un concepto comodín” que s'ha utilitzat per explicar fenòmens de la llengua de caràcter molt heterogeni.



- (56) 324. F [pero] tambien tenemos muchos proveedores | y [clientes-]  
 325. G [SÍ | PERO...]  
 326. F QUE NOS PROPONEN CUATRO POR CIENTO SINÓ MAS

A (57), l'element emfatitzat, el trobem precedit d'un to més marcat de la quantitat de TRENTA MIL, a la qual intensifica amb l'èmfasi de l'adjectiu que se li aplica, **ENORME**. Ambdues intensificacions tenen la mateixa finalitat: convèncer l'equip contrari que la proposta que els fan és beneficiosa, fins i tot exagerada.

- (57) 227. G bueno | estamos al primero de noviembre / | y dentro de quince días | YA / ||  
 \*e : : bueno | tendrei- si- tendran \*e : : TRENTA MIL unidades que : : | a ver| **ENORME**  
 en : quince días

L'èmfasi com a intensificador, apareix utilitzat a (58) per demostrar la manca de confiança, el recel de T envers F, que vol demostrar la seva importància com a client i T, li puntualitza que la comanda encara ni s'ha fet.

- (58) 320. F [PERO VAMOS A COMPRAR] SETENTA MIL UNIDADES es es-  
 321. T pero **AUN NO** / || que yo sepa \ | a- aun no tenemos- o sea | nosotros somos una empresa joven tampoco podemos-

En un moment de tensió forta (59), T utilitza l'èmfasi per marcar el seu menyspreu envers per un servei que el CB els presenta com una gran acció comercial a favor de SEDATEX i que a T li sembla que se li dóna una importància que no té en cap cas. Apareix combinat amb la utilització del pronom demostratiu *eso*, i ambdós recursos accentuen l'expressió del poc valor que T atribueix a les declaracions del CB.

- (59) 268. T porque si | les damos un descuento por **ESO** /-

Finalment, una interlocutora fa servir l'èmfasi al final de la negociació (60), quan ja s'ha arribat difícilment a un acord, amb una bona dosi de desconfiança d'un equip envers l'altre. M, del CB, en fa un resum i per aconseguir que no quedi cap dubte, intensifica dos elements clau del primer punt: el lliurament i la data. La intensificació és una manera de confirmar davant de tots els participants el compromís que SEDATEX ha arribat a acceptar després de molta insistència per part del CB.

(60) 346. M bueno || pues entonces para resumir || nos ENTREGARIAN | treinta mil unidades el QUINCE

Acabem de veure que es fa servir l'èmfasi amb diferents objectius: intensificar la quantitat per convèncer, persuadir, per expressar recel i menyspreu i per mostrar davant de tots el participants el compromís que l'equip contrari ha assumit. Creiem que aquestes mostres acrediten la validesa de l'afirmació que l'èmfasi és un recurs d'intensificació que els interlocutors utilitzen amb diferents finalitats, en un context de conflicte i desconfiança.

### c. Els enunciats suspesos

*Els enunciats suspesos* tenen un component fònic molt important que fa que es reconguin en la conversa. En aquest apartat només considerarem el fet que aquest tipus de recursos d'intensificació sempre presenten una inflexió ascendent o suspesa (61) o un allargament de la darrera síl.laba o ambdós (62) com en les mostres següents.

(61) 87. T eso es producción / | [asi que /]

(62) 40. A esto va ya a depender | porque soy el director de la produccion / | y esto va ya a depender de la fecha de entrega \ || porque para nosotros es posible hacer hasta veinte / | pero tenemos que tener tiempo para hacerlos \ ||claro || y : : esto : : dependra \ || para nosotros lo mejor era tener una fecha de entrega del siete de diciembre \ || y [estooo/]

Tanmateix, el fort valor il.locutiu que posseeixen, fa que haguem decidit tractar-los amb les funcions semàntico-pragmàtiques a 7.5.2.2.

#### 7.4.2 Els procediments d'intensificació en l'enunciació

Utilitzem el terme *enunciació* per referir-nos a l'actitud del que parla en relació amb el que ha dit. Per determinar aquesta actitud existeixen una sèrie de formes lingüístiques, els modalitzadors, que serveixen per a expressar la posició i el grau de certesa o de compromís que atribueix als continguts de la proposició.

Segons Albelda (2005, p. 138), no s'han trobat classificacions generals de la intensificació en l'àmbit de la modalitat. Només existeixen estudis sobre fenòmens determinats com el valor del realçament de les oracions exclamatives, de les interjeccions i del valor emfàtic i

expressiu de certs marcadors del discurs, els adverbis que expressen seguretat i certesa, entre d'altres.

Tanmateix, aquesta autora indica que hi ha hagut intents de descriure el conjunt d'aquestes formes, concretament els de Meyer Hermann (1988) i Briz (2001 p. 128). Aquest darrer relaciona les formes intensificadoras modals amb un augment de la força il.locutiva i les anomena *intensificadors d'actitud*. Albelda ha establert una classificació dels recursos d'intensificació a partir dels diferents tipus de modalitat i és la que adoptem per a base de l'anàlisi, incloent-hi les proposades per Briz (2001 p. 124. 135).

#### 7.4.2.1. Intensificació en la modalitat oracional

Quan en la modalitat oracional expressiva o apel.lativa és a la vegada de tipus afectiu, es posa de relleu una de les dues figures de l'enunciació: el JO i el TU (Albelda, 2005, p. 139). Si es posa de relleu la figura de l'oient, s'intensifica amb la modalitat apel.lativa, que és la que hem trobat en la transcripció, i si es realça algun element de la subjectivitat del que parla, s'intensifica amb la modalitat expressiva.

### NEGOCIACIÓ 1

La intensificació es posa de relleu en l'apel.lació a l'oient amb *marcadors fàtics i apel.latius* que, generalment, són imperatius gramaticalitzats. Es una manera d'integrar, realment o suposadament, l'interlocutor en el discurs. En trobem en dues ocasions (63) i (64).

- (63) 107. T *y asi a finales de diciembre | podeis tener la :-*  
108. F *PERO MIRA NO || porque :: vendemos | bueno | la :: la mayoría de la : de la : de la : de la :: de lo [que-]*
- (64) 135. F *IMAGINENSE | somos la primera cadena en españa \ ||en terminos de :: de :: prenda de : [de :]*

A (63), F apel.la directament al seu interlocutor, T, *mira*, mentre que a (64) es dirigeix a tot l'equip contrari. Comença l'enunciat amb un marcador apel.latiu, *imaginense*, que actua com un intensificador amb el qual s'implica tot l'equip contrari amb un moviment falsament apel.latiu, per atreure l'atenció i fer-los prendre consciència, després, de la importància del CB en el mercat de la distribució a Espanya. En el primer cas (63) s'utilitza per reforçar el

refús d'una proposta i en el segon (64) per fer un un retret i en ambdós casos el marcador d'apel.lació es combina amb un to marcat.

#### 7.4.2.2. Intensificació en la modalitat lògica

Els nombrosos estudis sobre la manera d'expressar la modalitat lògica, segons (Albelda, 2005, p. 148) es redueixen al vuit procediments següents:

1. Verbs modals auxiliars en sentit ampli y en sentit limitat
2. Modes i temps verbals
3. Construccions verbals del tipus: Es/ está + adjectiu + que P/Infinitiu
4. D'altres atributs qualificatius de la veritat i de la certesa
5. Adverbis i partícules modals
  - a. Adverbis i locucions adverbials modals
  - b. Partícules epistèmiques
6. Verbs d'actitud que regeixen una subordinada
7. Repetició de pronoms personals
8. Recursos fonético-fonològics

Ens centrem en els medis d'expressió de la modalitat lògica. Hem trobat mostres dels cinc primers, que presentem a continuació: verbs modals auxiliars, modes i temps verbals, construccions verbals del tipus: *Es/ está + adjectiu + que P/Infinitiu* i Adverbis i partícules modals (adverbis i locucions adverbials modals, partícules epistèmiques).

##### 7.4.2.2.1 L'ús d'un verb modal i de verbs d'obligació.

#### NEGOCIACIÓ 1

En el cas de la mostra que presentem (65), el verb modal *querer* té el valor assenyalat per Meyer Hermann (1988) i Briz (2001 [1998]): imprimir un major grau d'intensitat obligativa a l'enunciat per part de l'emissor.

F (65), molt interessat per saber el temps que SEDATEX trigarà a produir la comanda, que voldria que fos el mínim possible, pressiona A de l'equip contrari per fer-li donar una data exacta de lliurament. Recorre al verb *querer* per exigir una data concreta.

- (65) 80. F [cuanto tiempo necesitas para : PRODUCIR | por ejemplo | DIEZ MIL unidades | con | quince estampados diferentes \ | yo quiero > cifras | bueno- preci- | bueno- mas o menos](#)

Els verbs d'obligació segons Meyer-Hermann 1988, p.286), també poden funcionar com a intensificadors. Enumera *deber* + infinitiu, *tener que* + infinitiu, *saber que* + infinitiu.

## NEGOCIACIÓ 1

En la negociació 1 es troben molt poques mostres de *tener que* + infinitiu i l'única (66) en la qual aquesta perfrasi d'obligació té un valor d'intensificació és la següent:

- (66) 155. M [entonces | en principio | decimos que serian las primeras unidades el QUINCE de noviembre / y luego TODO EL SIETE de diciembre \ || TENEIS QUE TENER EN CUENTA que si empezamos el siete de diciembre la rentabilidad no será tan buena | porque empezaremos a vender mas tarde || entonces queriamos volver a las condiciones de pago | que si decimos siete de diciembre el resto | pues el pago no sería a la entrega | el quince de noviembre sinó treinta días mas tarde \ | ↓porque vamos a necesitar tesoreria y : : todas esas cosas para poder lanzar las \[ventas\]](#)

M s'adreça a tots els membres de l'equip contrari. Com que no li convenen les dates de lliurament proposades per SEDATEX, en comptes de rebutjar-les els pressiona d'un altra manera : si el CB accepta les dates proposades, l'empresa es veurà obligada a reconsiderar les condicions de pagament acordades per d'altres menys favorables per la petita empresa. Com a preludi d'aquesta mala notícia intensifica el seu discurs amb *TENÉIS QUE TENER EN CUENTA*, forma d'obligació, intensificada, a més, per un to més marcat. En realitat actua com una advertència del que seguirà.

## ESTUDI PILOT

A l'estudi pilot, apareix la construcció *tener que* + infinitiu, en dues seqüències, la 4 i la 6, en què D del CB pressiona sèriament el grup de SEDATEX per obtenir més mercaderia en un termini molt curt. En ambdues intervencions (67) (68), D utilitza el que no és un argument: acusa SEDATEX de no apreciar la importància del CB que fa que tingui la prioritat absoluta

per davant dels altres clients. Per això utilitza la perífrasi d'obligació dirigida directament a l'interlocutor, *tiene que saber* i *tienen que saber abans* d'anunciar el que haurien de saber i l'utilitza com una advertència.

- (67) 21. D [si] | porque tienen que saber / | que somos un grupo muy dinamico : : /| que tenemos una imagen muy positiva en [españa]
- (68) 75. D > si | pero SEÑORES Y SEÑORITA tenemos | tienen que saber que ustedes estan negociando con el corte britanico
76. L si
77. D y que tenemos | que tener la prioridad || con su produccion || usted me ha dicho que el quince de noviembre tenian: : clientes \

En la segona intervenció de D (int. 77 N1, utilitza *tenemos que tener* com a manifestació d'un dret que els pertoca degut a la seva importància i això augmenta el grau de la força il.locutiva de l'obligació convertint-la en una exigència.

#### 7.4.2.2.2 Els modes i temps verbals

Ocasionalment, els modes i els temps verbals poden intensificar l'enunciat. L'imperatiu, es considera un mode que intensifica el discurs mentre que el subjuntiu l'atenua.

### NEGOCIACIÓ 1

A (69) hem trobat un infinitiu, *darnos*, amb valor d'un *imperatiu*, *dadnos*.

- (69) 245. T y después | a cuanto habeis evaluado el esfuerzo de :: comertz- la comercializacion || darnos cifras concretas / y asi podemos hablar mas | mas concretamente de como repartirestos costes [porque ]

En aquest cas l'ús de l'imperatiu intensifica la petició de T, que passa a ser una exigència - gairebé una ordre, per altra banda atenuada immediatament per un argument que la justifica amb el verb modal *podemos*.

Només hem detectat aquesta mostra amb un imperatiu en tota la Negociació 1. De fet, els interlocutors eviten l'ús del mode imperatiu, perquè tenen consciència de l'agressivitat que suposa i saben que no s'escauria justament en el registre d'una negociació.

En la mostra (70), ja citada a (65) perquè és una combinació de dos procediments d'intensificació en l'enunciació, s'hi troba la utilització d'un *verb modal*, *querer* i la del *mode indicatiu quiero* en lloc de l'imperfet de subjuntiu *quisiera* com s'espera en un registre formal per demanar una informació.

- (70) 80. F [cuanto tiempo necesitas para : PRODUCIR | por ejemplo | DIEZ MIL unidades | con | quince estampados diferentes \ | yo quiero > cifras | bueno- preci- | bueno- mas o menos](#)

F Comença l'intervenció amb una pregunta i en demanar una informació precisa, converteix la petició en una forta exigència, utilitzant *quiero*, en lloc d'una fórmula d'atenuació cortesa i afegint-li el *yo* al davant. Una combinació de recursos intensificadors: l'aparició del JO, l'ús d'un verb modal, *querer*, a més en indicatiu.

#### 7.4.2.2.3 Construccions verbals del tipus **Es/ está + adjectiu/substantiu + que P/Infinitiu**

Les construccions verbals del tipus Es/ está + adjectiu/substantiu + que P/Infinitiu actuen com a intensificadors amb certs substantius i adjectius. S'intensifica el discurs amb aquestes estructures atributives en les quals es qualifica la veritat del que s'ha dit. S'utilitzen substantius i adjectius com *verdad*, *cierto*, *seguro*, *claro*, seguits d'una oració subordinada.

### NEGOCIACIÓ 1

Trobem dues mostres de l'adjectiu *claro* (71) (72) amb l'elisió de *está*: [está] *claro que* J utilitza per reforçar el seu compromís amb el que està dient.

- (71) 49. J [pues a : nosotros claro que : : que nos interesaria tener un : una gama amplia / |](#)
- (72) 156. J [\[si \] empezamos las ventas mas tarde claro que necesitamos \[\\*e : : \]](#)

### ESTUDI PILOT

En l'estudi pilot apareix la mateixa estructura igualment amb la intenció de comprometre's personalment amb el que es diu, però tant de manera positiva (73) (74), com de manera negativa (75).

- (73) 126. D el problema es que | SI hay un acuerdo de exclusividad | CLARO que podemos hacer esfuerzos financieros
- (74) 130. K [si pero : :] podemos ver e : : | es : : una primera etapa | e : : ver con : : con ustedes si : : es posible e : : hacer de esta manera | y claro que si toda- todo pasa bien | e : : entre entre nosotros | podemos ver para para un contrato de exclusividad | no | no decimos que no es posible | pero realmente por el momento | es complicado | si | y : :
- (75) 231. D >> claro que: : si no hay un esfuerzo de de su lado para la exclusi[vidad]  
 232. C [si]  
 233. D no vamos a hacer tan esfuerzos

Volem destacar que sovint aquest recurs d'intensificació va lligat a una condició, com veiem en les tres últimes mostres. La lògica del discurs és: “*si feu això, és clar que nosaltres farem això altre*” o bé “*si no feu això que us demanem, és clar que nosaltres no farem això altre*”. Es una manera d'intensificar el segon terme d'una condició i amb un enunciat negatiu com és el de (75), es converteix en una advertència: *si no accepteu l'exclusivitat, nosaltres no farem cap esforç en res que us pugui ajudar*.

#### 7.4.2.2.4 D'altres atributs qualificatius de la veritat i de la certesa

Es possible d'intensificar el contingut proposicional amb estructures atributives per qualificar la veritat i la certesa d'aquest contingut. Es una manera de reforçar el compromís del parlant amb el que diu. Es fan servir adjectius i substantius com *cierto, seguro, claro* etc. abans d'una oració subordinada a la qual modalitzen.

### NEGOCIACIÓ 1

A (76) i (77) veiem dos casos de la utilització del substantiu *verdad* amb la construcció verbal *es verdad que*

- (76) 198. F bueno | tambien hay que quedar en : : | hay que- tener en cuenta *el-el* descuento porque | es verdad que es la primera vez que : : que tratamos juntos *un-un* / *algo-algo* parecido / ||
- (77) 205. F [y bueno [como es] bueno | somos un : : un cliente interesante para vosotros | primero \ || la primera cadena en españa / | Y es verdad que con todos los clientes tenemos | \*e : : los provee- proveedores tenemos \*e : : condiciones | en lo que concierne los descuentos muy interesantes-



En ambdós casos (76) (77) F reforça la veritat del que afirma, sempre amb l'objectiu final de convèncer l'interlocutor.

#### 7.4.2.2.5 Els adverbis i les partícules modalitzadores

La literatura més abundant sobre la modalització és la que tracta dels adverbis i partícules modalitzadores, organitzats en aquest treball en adverbis i locucions adverbials modals i les partícules epistèmiques, poden intensificar l'actitud del que parla sobre el seu discurs o sobre l'interlocutor.

Els **adverbis modals intensificadors** més freqüents són, *desde luego, claro, por supuesto, en serio, sin duda, naturalmente, seguro (que), en realidad, realmente*. Hem trobat dues mostres amb *claro* (78) (79) i una amb *por supuesto* (79).

### NEGOCIACIÓ 1

Pel que fa a *claro*, se li atribueixen diferents valors. Segons Martín Zorraquino i Portolés (1999), *claro* és un marcador conversacional d'evidència. Fuentes (1993), va més enllà i el considera un adverbi modal amb dos comportaments diferents segons l'àmbit en el qual aparegui: si és monològic, reforça el que s'ha dit i si és dialògic manifesta acord.

A la Negociació 1 hem trobat diferents mostres d'ambdós valors de *claro*. En l'enunciat següent (78), *claro* apareix entremig d'una intervenció adopta el valor de certesa o evidència intensificada i serveix per reforçar l'evidència del que s'està dient.

- (78) 40. A esto va ya a depender | porque soy el director de la produccion / | y esto va ya a depender de la fecha de entrega \ || porque para nosotros es posible hacer hasta veinte / | pero tenemos que tener tiempo para hacerlos \ ||claro || y : : esto : : dependra \ ||

El segon valor de *claro*, el reforç de l'acord, el trobem en força intervencions. A (79) i (80) els interlocutors tenen la voluntat d'arribar a un acord en un punt determinat de la negociació, i ho reflecteixen en el discurs demostrant el seu acord amb *claro*, que fins i tot es repeteix.

- (79) 153. M. ↓↓tenemos una propuesta para- para empezar | que por supuesto la calidad importa y por eso les hemos elegido a ustedes \ |

154. G Claro
- (80) 248. J. no | pero este *merchandaising* va tambien permitir e : : vender mucho mas / | y [poner \*e : : sus productos primero]
249. T CLARO CLARO | pero por eso] preguntamos exactamente que tipo de *merchandaising* es | porque si es poner papeles | un poco- [o poner un cartel]

En les tres intervencions que segueixen (81) apareix *claro* tres vegades. A (int. 41 N1) i a (int. 42 N1), A i T, respectivament, l'utilitzen per reforçar l'acord amb el que s'ha dit immediatament abans: volen demostrar que està d'acord amb el nombre de vint estampats que vol M i T puntualitza que està d'acord amb l'afirmació d'A, del seu equip.

- (81) 41. M [para veinte] estampados | por supuesto \
42. A para veinte estampados \ claro \
43. T claro despues todo- todo depende de : de lo que tenemos en- en existencias / | \*e : : podemos ver para vosotros lo que esta dispuesto *mas-mas-mas* pronto/| pero para tener sí | un maximo de estampados / | el : | el :| plazo de de entrega | va a ser | *mas-mas* | [largo >claro]

En canvi, el *claro* situat al final de l'enunciat (int. 42 N1) té un valor de reforç argumentatiu. Es significatiu el curt silenci del discurs just abans, que encara intensifica més el valor d'evidència que té aquest *claro* i que, de fet, passa a ser una advertència insinuada. Si el CB vol més estampats, SEDATEX necessita més temps i, per tant la data del lliurament serà més tardana per al CB, cal que ho tinguin en compte i que n'acceptin les conseqüències.

A la mostra que segueix hi trobem *claro* reforçat amb *sí* al davant (82), també actuant com una evidència.

- (82) 314. G [*cuatro por ciento es excepcional*]
315. T para el primer pedido | NOSOTROS [*TAMBIEN SOMOS UNA EMPRESA JOVEN*]
316. F [*¿cuatro por ciento es excepcional ?*]
317. A sí | claro

A (83), podem veure *claro* actuant com a intensificador d'evidència que va augmentant el seu valor de reforç a mida que es desenvolupen el intercanvis en el diàleg, en afegir-se-li més elements. Del simple *claro* a 52, es passa a la ratificació amb un *sí* al davant, *sí claro* a 53 fins a arribar a *sí claro sí* a 55 per demostrar un acord absolut.

- (83) 52. T [pero eso] eso que tambien depende : | parece un poco corto | pero depende de que tipo pedido vais a [hacer- /]
53. M [claro]
54. J [si | claro]
55. T *si-si* estamos como he dicho de acuerdos || y creo que el director de la produccion nos puede confirmar eso \ | si nos ponemos de acuerdo | sobre un pedido : : de del tipo de prendas que tenemos en existencias / [pues eso]
56. M [si claro si]

Una variant de *claro* amb elements de reforç es pot veure a (84). *Pero claro que sí*, a més de representar una evidència té un fort valor de contradicció absoluta de F envers la intervenció de G.

- (84) 326. F **QUE NOS PROPONEN CUATRO POR CIENTO SINÓ MAS**
327. G [¡NO UN CUATRO POR CIENTO !]
328. AA XXX (parlen tots a la vegada i el to de veu continua pujant)
329. F [¡PERO CLARO QUE SII!]

Pel que fa a *por supuesto*, Martín Zorraquino i Portolés (1999), el consideren un marcador conversacional epistèmic d'evidència i al Plan Curricular de l'Institut Cervantes (2006, p.191) apareix com una tàctica d'intensificació per reforçar l'argumentació. En la Negociació 1 només n'hem detectat una mostra (85) que cal que es tracti amb un enfocament dialògic.

- (85) 39. M *pues a ver para empezar || quisieramos primero ver | CUANTOS estampados distintos nos pueden proponer / | ↓porque esta bien lo de cincuenta mil unidades pero...*
40. A *esto va ya a depender | porque soy el director de la produccion / | y esto va ya a depender de la fecha de entrega \ || porque para nosotros es posible hacer hasta veinte / | pero tenemos que tener tiempo para hacerlos \ ||claro || y : : esto : : dependra \ || para nosotros lo mejor era tener una fecha de entrega del siete de diciembre \ || y [esto : : /]*
41. M [para veinte] estampados | por supuesto \
42. A *para veinte estampados \ claro \*

A la intervenció (int. 41 N1), *por supuesto* no té exactament el valor de reforç de l'argumentació. Si retrocedim en el diàleg ens adonem que M a (int. 39 N1) es preocupa pel nombre d'estampats que SEDATEX els pot fornir i amb la seva frase en suspens sembla

dubtar que els puguin produir un nombre d'estampats important. La intervenció de A (int. 40 N1), imprecisa i poc convincent, no contribueix a esvair totalment els dubtes de M. Per això, quan A parla d'una data concreta de lliurament, M, immediatament es vol assegurar que obtindrà el màxim nombre d'estampats i precisa la quantitat, vint mil, i afegint-hi *por supuesto* que en aquest cas expressa més que un valor evidencial: M a més d'expressar l'evidència, adverteix A que no pot ser altrament que vint estampats, i que aquest nombre cau fora de tota negociació. A mostra el seu acord immediatament amb la mateixa estratègia discursiva: repeteix el nombre y acaba la frase amb *claro* que té la funció de reafirmar la veritat del *dictum* i, a la vegada, d'allunyar cap dubte o recel que pugui tenir M.

Per tant, veiem com aquest recurs, que segons la classificació tradicional pertany a l'àmbit de la certesa o evidència intensificada, en la realitat depèn totalment del context i en la negociació que analitzem, hem vist que no té aquest valor sinó que l'objectiu final de M consisteix a implicar una advertència: no acceptarà cap nombre de productes més baix.

Pel que fa les **partícules epistèmiques** del tipus *la verdad es que*, s'han reconegut també com a elements intensificadors de la modalitat lògica.

A (86) apareix la única mostra de *la verdad*, en la Negociació 1. Com que es troba en posició inicial s'ha lexicalitzat amb la l'estructura *la verdad es que*. Segons Barrenechea (1979) aquesta estructura és un operador pragmàtic de l'actitud oracional que reforça el discurs asseveratiu. F vol argumentar que la data que T proposa per lliurar quinze estampats es massa tardana i ho vol fer entendre a T començant la seva intervenció amb *la verdad es que* reforçant d'aquesta manera la sinceritat i el seu compromís amb el que vol afirmar. En realitat, no pot acabar el seu argument perquè J, del seu equip, l'interromp per finalitzar-lo ella. L'objectiu continua essent el de convèncer els seus interlocutors amb una estratègia una mica diferent.

- (86) 129. T **porque representan otros cambios || y por eso | necesitabamos dos semanas para hacerlos \ || pues los quince...**  
130. F **la verdad es que es para nosotros-**  
131. J **vamos a empezar las ventas un poco mas tarde-**

També es considera *es que* com una partícula modal perquè el seu valor no afecta el contingut proposicional sinó l'actitud del que parla i en construccions intensificadores comporta un valor de queixa.

A (87) *es que* té el primer d'aquests dos valors mencionats. L'estructura *es que...* dit al final i deixant l'enunciat en suspens, és una queixa davant la manca de coherència total de la nova proposta feta al CB per SEDATEX. Efectivament, F considera que SEDATEX es contradiu: els ha estat dient que necessiten més temps per fabricar, que no tenen capacitat per produir el que els demanen en poc temps i ja han negociat una data. En aquest moment el cap de producció de SEDATEX fa una altra proposta en la qual augmenten el nombre d'unitats. F troba que és poc seriós i utilitza l'estructura *es que...* deixant-la en suspens però tothom s'imagina la dura crítica que podria seguir.

(87) 294. [F o sea para cincuenta mil es imposible | y para setenta mil es posible | es que...](#)

Cal remarcar que la construcció *es que...*, quan introdueix una justificació, es sol utilitzar com a estratègia d'atenuació. El fet de trobar-lo actuant com un intensificador, altra vegada, demostra el valor pragmàtic d'aquestes partícules.

## 7.5 Les funcions semàntico-pragmàtiques de l'intensificador

Seguint el nostre enfocament pragmàtic, una vegada hem fet l'enumeració i la interpretació dels recursos d'intensificació utilitzats passem a seguir el sistema d'anàlisi de Briz (2001) que dedica un apartat important al valor pragmàtic d'una sèrie d'intensificadors.

Aquest autor (p. 124) remarca que molts intensificadors maximitzen la quantitat i la qualitat i que s'han dedicat molts estudis de la intensificació a aquest dos criteris. Beinhauer (1991, pp. 234-235) anomenava aquest tipus d'intensificadors “expresiones enfáticas de la cantidad” i en distingia dos grups, “uno positivo, para expresar GRANDES CANTIDADES o altos grados de intensidad; y otro negativo, para designar pequeñas y mínimas”.

Ara bé, com afirma Briz (2001, p.125) els nombrosos estudis que s'hi han dedicat no expliquen la funció del l'intensificador en el procés interactiu de la conversa i no passen de donar explicacions de tipus semàntic. Com ja remarcàvem al principi d'aquest capítol, tots

els intensificadors, considerats com a estratègies pragmàtiques de producció tenen un valor pragmàtic i és aquest el que ens hem proposat de descobrir.

Tractarem, primer els intensificadors de la quantitat i de la qualitat per passar després a l'anàlisi del realçament pragmàtic del discurs amb els intensificadors de l'actitud i examinarem els recursos d'intensificació expressats amb verbs performatius, *que* ocupant el lloc dicendi, els enunciats en suspens, el vocatiu i la presència del JO.

### **7.5.1 La modificació semántico-pragmàtica de l'enunciat**

La freqüència d'ús i la seva varietat fan que els intensificadors de la quantitat i de la qualitat siguin trets característics de la parla col.loquial. En el nostre cas d'estudi, ni pel registre que implica la situació de la interacció ni pel domini de la llengua que implicaria el seu ús, no podem esperar trobar-hi cap dels elements de la llarguíssima llista d'expressions que manifesten la intensificació de la quantitat i de la qualitat que apareixen en la conversa col.loquial i que demostren l'extraordinària creativitat de la llengua.

De fet, hem anat mostrant els intensificadors de la quantitat i de la qualitat a mida que hem anat seguint la classificació tradicional dels intensificadors. Tal com ja hem avançat a 7.1. quan hem exposat el nostre procediment d'anàlisi, no ens hem limitat a donar exemples d'on apareixen en el corpus els intensificadors repertoriats en la taxonomia que hem seguit, sinó que sempre hem tractat de reflectir la seva funció en el context determinat en què apareix i el valor pragmàtic que aquest funció representa.

Per facilitar la comprensió del text, hem decidit d'agrupar en dos apartats els intensificadors que ja hem trobat i descrit: els intensificadors de la quantitat i els intensificadors de la qualitat. Els presentem segons el procediment d'intensificació que adopten i recordem després quina és la funció que tenen en el context en què apareixen.

### 7.5.1.1. Els intensificadors de quantitat

#### 7.5.1.1.1 El quantificador *mucho*

Hem trobat dos casos en què *mucho* intensifica el verb. A (88) F vol justificar la petició d'un descompte en el preu total i argumenta que les despeses que caldrà fer costaran molts diners i a (89) a més de d'intensificar fent una repetició, A intensifica el verb *tener* per convèncer el CB que sí que poden proveir-los la quantitat de productes que demanen.

(88) 203. F [o sea o sea] vale MUCHO

(89) 45. A tenemos mucho en existencias | tenemos mucho y podemos | provee :: proveerles ya | pero \...

#### 7.5.1.1.2 Els quantificadors *bastante i mucho*

Apareixen ambdues modificacions, la de qualitat i la de quantitat en la mateixa intervenció (90). S'hi troba en primer lloc la modificació d'un adjectiu amb *bastante* i en segon lloc la modificació d'un substantiu amb *muchos*.

(90) 64. T [pero] | pero los productos si : entregamos \*e :: productos el quince de noviembre una cosa que : : que va a tener que hacerse || es \*e :: pago a la entrega | iporque | porque es un periodo bastante :: bastante : de actividad bastante intensa / || y tenemos muchas | e :: muchas | ↓muchos criterios que :: que que rellenar | y :: bueno esto sería una : una de las [condiciones

El quantificador *bastante* modifica i intensifica l'adjectiu *intensa* associat al substantiu *actividad*: *actividad bastante intensa* i, per tant, es tracta d'una intensificació de la qualitat. En canvi, *muchas/muchos* intensifica el substantiu *criterios*: *muchos criterios* i és un intensificador de la quantitat. Ambdues intensificacions són arguments per justificar una condició que T vol imposar i que sap que costarà d'acceptar.

#### 7.5.1.1.3 L'adjectiu com a recurs d'intensificació

A (91) apareix l'adjectiu *enorme* i en aquest cas la intensificació de quantitat que substitueix a *grande + muy* es troba en el propi lexema. La intensificació es reforça amb l'intensificador

fonètic d'èmfasi que li dóna el locutor, que vol convèncer l'equip contrari de l'acceptabilitat, gairebé generositat, de la seva proposta.

- (91) 227. G bueno | estamos al primero de noviembre / | y dentro de quince dias | YA /  
|e : : bueno | tendrei- si- tendran \*e : : TRENTA MIL unidades que : : | a ver| **ENORME**  
en : quince días

#### 7.5.1.1.4 Estructura comparativa com a operador d'intensificació: **mucho + más**

M utilitza un quantificador (92), *mucho*, (*mucho mas prendas* en realitat vol dir *muchas más prendas*), que actua com a intensificador de la quantitat perquè és una comparació sense segon terme explícit. Per trobar el punt de referència cal anar més enllà de l'enunciat i situar-nos en el context de les propostes anteriors: en realitat vol dir que tindran moltes més unitats que les que els havien proposat al principi. Vol convèncer l'equip contrari que la modalitat de lliurament que ha proposat és convenient.

- (92) 160. T para nosotros | bueno- *si-si-si* vosotros aceptais en tres partes / | va a ser |  
yo creo que | bueno- por lo menos ya tendremos mucho mas prendas para el treinta  
de noviembre | y no habra que esperar hasta el siete diciembre | porque | tres  
semanas para las veinte mil primeras prendas /| a lo mejor sera un poco : : un poco un  
poco justo y nos que : :daremos fuera de...

#### 7.5.1.1.5 Intensificació per modificació externa amb un **quantificador**

A (93) s'utilitza un procediment intensificador de la quantitat de tipus lèxic: una locució verbal determinativa composta d'un verb+sintagma nominal quantificador, *vale un montón (de dinero)*. González Calvo (1984-1988, p.187) el considera com un superlatiu com a equivalent de "muchísimo" i cita Beinhauer (1991, p. 201) que l'entén com una de les "designaciones directas, puras, de cantidad".

- (93) 201. F pero tenemos que repartir todo / | y eso vale | vale un monton vale un...

*Vale un montón* té un grau d'escalaritat elevat a partir d'un punt de referència, *mucho* i a compleix la funció de justificar-se amb una exageració per convèncer l'equip contrari.



### 7.5.1.2. Els Intensificadors de la qualitat

#### 7.5.1.2.1 Estructures sintàctiques intensificades en si mateixes: **el superlatiu**

L'ús del **superlatiu** és un recurs d'intensificació en el qual es pot apreciar més clarament el fenomen d'escalaritat de la intensificació. A (94), T argumenta amb vehemència per tal de no concedir un descompte en el preu total, i si ho ha de fer, vol que no sigui el percentatge que l'equip contrari voldria obtenir.

- (94) 226. T por eso os ofrecemos nuestra mejor propuesta || por eso os ofrecemos nuestras [mejores condiciones]

El superlatiu *mejor*, aplicat a *propuesta* i a *condiciones* reflecteix la força de l'argumentació: les propostes i les condicions que els ofereixen no són solament bones (el terme neutre) són les millors que tenen. S'intensifica la qualitat i és una manera de convèncer i a la vegada d'advertir que ja no poden anar més enllà en el punt que estan negociant.

Una variant la trobem a (95) amb valor de *superlatiu absolut*. M, malgrat els esforços de T que li assegurarà que li ofereix les millors condicions, afirma que són la *PRIMERA cadena en España* amb la finalitat de convèncer-lo.

- (95) 237. M pero pero este es el PRIMER pedido | somos la PRIMERA cadena en españa | la notoriedad para ustedes va a ser **ENORME** |

M intensifica també la qualitat amb un superlatiu comparatiu d'excel·lència, però no utilitza un adjectiu superlatiu, fa servir l'adjectiu *primera* que modifica *cadena*. El resultat és el mateix: *la primera cadena* significa la més important, i, a més, explicita el segon terme d'aquesta estructura que és *en España*. Es una demostració de prepotència per convèncer SEDATEX d'acceptar el contracte d'exclusivitat.

## ESTUDI PILOT

Un cas semblant apareix a l'estudi pilot (96). No té exactament la forma d'un superlatiu, però també s'utilitza com a superlatiu d'excel·lència, *primer* que modifica el substantiu *grupo*, a la vegada intensificat amb *gran* amb l'objectiu de convèncer l'equip contrari.

- (96) 191. S [es que ya] estan trabajando |con solo con pequeños grupos | con pequeñas tiendas independientes y eso | y est- estamos el primer grupo | el primer gran grupo con el cual estan trabajando | por eso lo que podemos e: : contrat- lo que podemos e: : decidir | es que no vendeis sus productos a otros gran grupos como nosotros | esto- | es decir nuestros competidores- competidores

### 7.5.1.2.2 El quantificador *muy*

A l'estudi pilot apareix la intensificació de la qualitat amb la modificació de dos *adjectius* associats a dos substantius amb el quantificador *muy* (97): *grupo muy dinámico* i *imagen muy positiva*. La finalitat de l'interlocutor consisteix a convèncer l'equip contrari que la seva imatge d'empresa és altament valorada.

- (97) 21. D [si] | porque tienen que saber / | que somos un grupo muy dinamico : : / que tenemos una imagen muy positiva en [españa]

### 7.5.1.2.3 *Gran*(de) com a intensificador

A (98) l'adjectiu *gran*(de), modifica i intensifica el substantiu *esfuerzo*. En aquest cas, la intensificació de la qualitat va acompanyada d'un to molt més marcat i d'un gest molt significatiu, com veurem més endavant.

- (98) 138. F [es para vosotros] | vamos a hacer publicidad | vamos a comunicar sobre esta marc- sobre este producto >0 sea que | si podeis hacer un GRAN esfuerzo | ponerlos de acuerdo que : : bueno | no : no : : nos proveen [↓antes y...]

F representant del CB vol convèncer l'equip oposat que els lliuri la mercaderia ràpidament, cosa que serà molt difícil a SEDATEX, a canvi d'una suposada i molt valuosa acció de comunicació per part de la seva empresa.

Hem mostrat les diferents maneres d'intensificar la qualitat i la qualitat que apareixen en el corpus i hem vist que, en les mostres recollides, l'interlocutor se'n serveix en l'argumentació per arribar a convèncer l'equip contrari d'alguna cosa: que el que proposa és raonable i convenient i, per tant cal que actüi de la manera que indica.

### 7.5.2 *El realçament pragmàtic del discurs. Intensificadors de l'actitud*

Com ja hem assenyalat al Capítol 6 són procediments que confereixen una major força a l'acte il.locutiü. Briz n'estudia el següents: els performatius<sup>21</sup> (*prometer, jurar, assegurar...*), *que* ocupant el lloc del verb *dicendi*, els enunciats en suspens, el vocatiu i el relleu del JO i del TU.

#### 7.5.2.1. *Que ocupant el lloc del verb dicendi*

La forma *que*, que sembla que ocupa el lloc del verb *dicendi* apareix només una vegada. No té una força il.locutiva com la dels exemples de la conversa col.loquial que presenta Briz (2001, p. 129) i que fan que pugui assegurar que no només reforça la pregunta o petició sinó que no deixa alternativa de resposta a l'interlocutor<sup>22</sup>. Tampoc el registre de la negociació ho permetria, però sí que n'hem trobat dues mostres que passem a analitzar.

## NEGOCIACIÓ 1

En la Negociació 1 apareix la forma *que* ocupant el lloc del verb *dicendi*, "*ya he dicho*" (99).

Expressa la insistència sobre quelcom que ja s'ha dit i repetit, amb un toc de recriminació envers el contrari.

(99) 310. M [dos]

311. T [ya hemos] ya hemos cumplido | que este cuatro por ciento [es excepcional]

---

<sup>21</sup> No hem trobat mostres de *verbs performatius* en cap de les dues negociacions dels tipus *le aseguro que* que és un dels pocs que hauria pogut ser utilitzat en el context formal d'una negociació.

<sup>22</sup> Entre els exemple donats per Briz hi trobem: *qué sí, que no, que tengo prisa, que no lo hagas, que te vas a caer*.

T, cansat del regateig pel descompte en cadascun dels lliuraments, insisteix una vegada més, amb un toc d'enuig, que el descompte del quatre per cent és excepcional, implicant que han d'entendre que ja n'hi ha prou d'intentar obtenir més descomptes.

## ESTUDI PILOT

A l'estudi pilot també hem trobat una mostra (100) d'aquest recurs d'intensificació amb el mateix valor de insistència sobre un punt que ja s'ha repetit varies vegades: la negativa contundent que L acaba de formular de SEDATEX a la imposició d'exclusiva per part del CB.

(100) 188. L por el momento no es posible | que por el momento que- queremos tener el control sobre nuestros productos | es algo normal | e: : funcionan muy bien tienen ya mucha fama en España | y: : de golpe hacer un: : así un contrato de exclusividad es : :

En ambdues mostres s'emfatitza el desacord del parlant envers l'altre interlocutor, amb el qual es manté una oposició.

### 7.5.2.2. Enunciats en suspens

És una estratègia que consisteix a deixar una frase en suspens que provoca la intensificació per elisió. Briz (2001 p.86) afirma que els enunciats es consideren *en suspens* quan tenen un valor il.locutiú complet, és a dir, quan queden completats en el context per l'oient. No es tracta d'interrupcions, d'abandons de construccions per començar-ne d'altres o de reinicialitzacions. Aquests enunciats no són percebuts com a incomplets per l'oient al contrari, aquests tipus d'enunciats inacabats s'han de veure com a complets precisament per la suspensió al final. Segons Narbona (1989, p. 66)

*"(...) muchas de las denominadas construcciones suspendidas, no son meros acortamientos ocasionados por la economía lingüística o la falta de destreza idiomática, sino que la estrecha vinculación del diálogo a la situación y los continuos juegos elusivos y alusivos permiten explicar la mayor parte de estas construcciones, sólo aparentemente inacabadas".*

No els entenem com a economia de la llengua sinó com a estratègies per a donar un relleu especial a una part del missatge, de l'enunciat o de l'enunciació amb un propòsit determinat.

El “dir sense dir” al qual al·ludeix Briz (2001, p.87), el deixar entendre, fan que l’oient hagi d’interpretar la intencionalitat de l’emissor, la qual cosa és una tàctica molt eficaç per activar o bé la maximització o la minimització del discurs de l’emissor, atès que les suspensions d’enunciats poden actuar com a intensificadors o com a atenuadors. Analitzarem aquí els que actuen com a intensificadors i deixem de banda els enunciats en suspens per interrupció o per truncació, és a dir els que no tenen una funció intensificadora.

Cal remarcar que des del punt de vista fònic, els enunciats suspesos es caracteritzen perquè presenten una inflexió ascendent o suspesa y, a vegades, un allargament de la darrera síl·laba (Herrero, 1997, pp.123-26).

## NEGOCIACIÓ 1

A la Negociació1, el que queda implícit en l’enunciat en suspens a (101) demostra la reserva, fins i tot la desconfiança de M envers els que els pot oferir SEDATEX. M implica que si bé l’oferta de produir cinquanta mil unitats els convé, el que és important pel CB és tenir una varietat d’estampats i sembla que dubti del ventall de possibilitats que els poden oferir.

- (101) 39. M [pues a ver para empezar || quisieramos primero ver | CUANTOS estampados distintos nos pueden proponer /| ↓porque esta bien lo de cincuenta mil unidades pero: :/](#)

Poc després, M (102) escolta la llarga intervenció de T, que s’expressa amb una manca de precisió total pel que fa la data de lliurament, i que acaba parlant del set de desembre o de *cuando sea*. Amb el seu enunciat en suspens. M manifesta el seu desacord amb T perquè implica que el CB necessita la mercaderia per vendre-la abans de Nadal, per tant ni el set de desembre ni “*cuando sea*” no li convenen en absolut.

- (102) 59. T [mas variados que tenemos que producir / | y despues /| \\*e :: podemos estimar el: : el tiempo | la duracion de : : de produccion / | que que vamos a tardar para otras prendas / | y hacer otros contra- e : : otros contratos / | asi en duracion \\*e : : con diferentes | con diferentes fechas / | y que asi ya : : \ | a digamos a finales de : : de diciembre | o para cuando : : para cuando : sea |](#)
60. M [si | pero si es para navidad /...](#)

A (103) hi trobem la segona part d'una estructura consecutiva en suspens que expressa una advertència. T explica que els estan demanant una cosa que cau fora de l'abast de SEDATEX, que no es vol prometre el que sap que no pot complir. L'inacabament de la consecutiva implica que cal que CB cedeixi un mica en el nombre d'estampats que exigeix o s'enfronten a un problema real que, en definitiva, no els permetrà de fer la transacció que estan negociant. Es tracta d'una advertència i fins i tot d'una amenaça velada.

- (103) 149. T que que os podria decir | os podriamos decir \*e: : Sí tendremos todo para esta fecha | pero si no lo vamos a : : a cumplir | me parece que va a ser un problema para nuestras rela- relaciones futuras /| para vues- vuestro plan de ventas / y todo eso || el caso es que : : una produccion tal para el siete de diciembre | con tantos estampados va a ser complicado | ↓asi quee /

## ESTUDI PILOT

Són interessants els exemples en què apareixen tres mostres d'enunciats en suspens, amb diferents objectius. A (104) L exhorta i amenaça al mateix temps. Demostra el profund desacord i enfrontament amb l'altra banda. Deixant l'enunciat en suspens: implica que si ningú no hi posa bona voluntat, no arribaran enlloc, és a dir que es trencarà la negociació.

- (104) 10. L a ver si quedamos en algo mas : : |\*e : : que | que que las dos partidas den ALGO \ | porque [si nooo / ]

En el següent cas (105), la suspensió té implicacions greus perquè intensifica el profund escepticisme de L sobre l'afirmació de S a (int. 182 N1).

- (105) 182. S pues conoce al grupo el corte ingles | sabe como trabajamos-  
183. K si peroo  
184. F [XXX]  
185. L [sabemos : : tambien comoo /]

L reacciona a l'afirmació de prepotència de S amb una suspensió que implica que tenen informacions que semblen posar en dubte l'ètica professional de la gran empresa. Les implicacions poden ser greus: "sabem com treballen, i també sabem...". En aquest cas la suspensió és massa oberta per imaginar què saben, però és precisament aquesta imprecisió que dóna més força a la finalitat de projectar el dubte sobre els mètodes de treball de CB amb els seus proveïdors.

A la mostra següent (106) L manifesta el seu enuig envers l'exigència de F.

- (106) 224. F (sesenta) dias no es posible | porque nosotros tomamos el riesgo de no vender sus productos | y por lo tanto necesitamos tiempo para :: | para :: para :: [pagarles-]  
225. L [bueno] SI BUSCAIS un contrato e: : de exclusividad es que ya estais de acuerdo que se van a vender | estoo/ (petita rialla irònica)

En aquest cas la petita rialla irònica del final és reveladora i molt important per a reforçar encara més la intensificació de la frase en suspens: demostra que L es comença a enfadar. La inferència és clara: « ens esteu posant dificultats, ens voleu fer creure que preneu riscos financers comprant els nostres productes, mentre que esteu segurs que la mercaderia es vendrà perquè si no ni ens hauríeu cridat ni rebut».

Considerem la intensificació per elisió com una estratègia que permet als interlocutors d'assolir objectius variats dins del discurs interactiu, en el context de cadascuna de les negociacions, i des de la perspectiva pragmàtica constitueixen un reforç del desacord.

### 7.5.2.3. El vocatiu

#### NEGOCIACIÓ 1

No hem trobat mostres de signes externs al performatiu, com *pues*, o de reforçadors de l'afirmació o de la negació amb el vocatiu *señora*, o *hombre* que destaca Briz (2001 p.130) en cap de les seqüències analitzades en la Negociació 1.

#### ESTUDI PILOT

Apareixen dues mostres de vocatius, (107) (108), en moments diferents de la negociació.

En la primera, D vol demostrar als membres de SEDATEX la importància de l'empresa que representa i quan li comencen a plantejar dificultats els recorda que estan negociant amb el CB. Per fer-ho, utilitza el vocatiu per demostrar la posició de força que té el CB i, a més, augmenta el volum de la veu.

- (107) 72. C [si | si] | si el unico problema es que | eso | YO LO PIENSO | con la plantilla que tenemos hoy |necesiti- necesitaria-

73. L mas gastos | mhm

74. C mas gastos y: : pues contratar un poco mas personas | esto es el problema |

75. D > si | pero SEÑORES Y SEÑORITA tenemos | tienen que saber que ustedes estan negociando con el corte britanico

De fet, l'interlocutor utilitza un calc del francès que consisteix a adreçar-se a l'interlocutor per mitjà de la seva denominació segons el sexe i l'estat civil, *señores y señorita*.

En l'exemple següent (108), quan les dues parts están arribant a un acord, S utilitza el vocatiu *hombre*, al final del seu enunciat adreçat a L, per convèncer-lo d'una manera amistosa.

(108) 95. D [¿quince o veinte mil?]

96. S [ ¿quince o veinte mil?]

97. L quince mil | y despues treinta el treinta

98. S treinta | vale | no | quince veinte y treinta | o treinta y veinte | ¡hombre!

No deixa de ser un fet sorprenent que en una negociació en la que sembla que hi ha una entesa implícita d'utilitzar un codi de registre bastant formal, un dels interlocutors faci servir una expressió de registre col.loquial, *hombre*. Es l'estudiant que menys nivell de llengua té, per tant, o bé no és realment conscient del que aquest vocatiu implica com a desviació en el registre, o bé necessita aquest recurs intensificador que coneix perquè no en té d'altres que pugui fer servir amb la mateixa força.

#### 7.5.2.4. La presència del JO

La persona que parla pot intensificar el discurs fent-s'hi aparèixer de manera explícita realçant-ne així la importància, és a dir que maximitza el seu paper segons els seu objectius. Es realitza amb la introducció del pronom personal JO i manifesta en la conversa col.loquial, de caràcter *egocèntric* (Briz, 2001, p. 133) d'una manera constant, explícita o latent i és una de les veus principals del diàleg.

Aquesta constant aparició del JO, no arriba mai a tenir un grau tan important en una negociació en l'àmbit empresarial, donat el registre diferent de llengua de les dues



interaccions. Ara bé, no s'ha d'oblidar que és una estratègia pragmàtica d'intensificació i és per aquesta raó que també apareix en el corpus en diferents ocasions.

## NEGOCIACIÓ 1

Hem trobat una mostra de la presència explícita del JO en el discurs a (109).

- (109) 323. T [ pero no veo] | usted no conoce |yo soy el director financiero / | y se exactamente la : la situacion financiera | de nuestra empresa / | y se que hay-hay condiciones de-de venta que no se pueden hacer | porque va a poner en riesgo [el :]

L'aparició forçada i expressa del JO en la intervenció, maximitza el paper del que parla i confereix una major força il.locutiva al seu discurs per oposar-se a la proposta del grup contrari que s'està convertint en una imposició. T està exasperat: s'està produint un regateig del descompte que el CB vol que li facin, un quatre per cent, i T fa estona que intenta fer-los acceptar que aquest percentatge no es fa ni als millors clients perquè posaria SEDATEX en greus dificultats, però l'equip contrari ha continuat insistint. En aquest punt, T fa valdre la seva posició de Director Financer: ELL (JO) sí que coneix la situació financera de l'empresa i, explícitament afirma que qui no la coneix és F, el seu oponent. Es pot afirmar que en aquest cas l'oposició entre els dos participants és forta i el JO queda augmentat en detriment del TU.

També a (110), que ja hem comentat a més amunt (7.4.1.2.) per la intensificació amb el verb modal *querer*, s'afegeix la presència del pronom *yo* subjecte davant el verb modal, amb la qual cosa F reforça encara més la petició gairebé en forma d'exigència, d'una informació que considera molt important.

- (110) 80. F cuanto tiempo necesitas para : PRODUCIR | por ejemplo | DIEZ MIL unidades | con |quince estampados diferentes \ | yo quiero > cifras | bueno- preci- | bueno- mas o menos

En el cas següent (111), el JO es trasllada a NOSALTRES, la primera persona del plural, en el mateix moment de tensió, també per reforçar l'oposició.

- (111) 321. T pero AUN NO / || que yo sepa \ | a- aun no tenemos- o sea | nosotros somos una empresa joven tampoco podemos-

T té un domini de la llengua suficient per no utilitzar pronoms personals subjecte davant del verb per influència del francès, com fan molts aprenents francòfons i només l'utilitza en situacions excepcionals. T empra *nosotros* davant de *somos una empresa pequeña* implicant que, el CB és una empresa gran i que té un marge de maniobra en les seves finances que no posseix ni de bon tros SEDATEX, que és una estructura petita. La presència de *nosotros* marca la contraposició, el contrast entre les dues empreses.

La mostra següent (112), també és una exemple de la presència del JO com a element intensificador. T, en un moment de tensió perquè no veu clares les intencions del CB, fa aparèixer el pronom personal, i, a més, el col.loca darrere el verb amb la qual cosa dona més relleu al seu discurs, que ja està intensificat amb una repetició del verb, *pregunto*, amb un adverbi modal, *públicamente* i amb un to més marcat. Contribueix a exigir que se li doni una explicació de les intencions del CB.

(112) 266. T PUES | PUES POR-POR ESO PREGUNTO PREGUNTO YO  
PUBLICAMENTE /| [LO QUE VAIS A HACER]

## ESTUDI PILOT

Es també es un recurs que s'utilitza en l'Estudi pilot, però en les mostres trobades no té un valor de d'oposició o d'imposició com passa en la Negociació 1, com veurem seguidament.

Amb la presència explícita del JO (113) es posa de relleu el paper de l'emissor en la intervenció. S vol manifestar la seva importància dins el grup del CB, parla en nom de tots els directors d'Espanya perquè ELL és el director del CB a Madrid. Es tractaria del que Briz (2001 [1998]) descriu com un recurs de maximització per posar de relleu el paper de l'interlocutor i elevar la seva imatge per tal de donar més força a la demanda que farà.

(113) 46. D ¿empezamos por | \*e:: la fecha de entrega | | ? | fecha de entrega / ?

47. L si

48. S pues:: | \*e: : yo como soy el director de: : de : : del corte inglés de de madrid| \*e: : estoy hablando para todos los directores | e: : y nos gustir- nos gustaríamos que : : nos entrega | \*e: : en el 15 con \*e: : veinticinco mil: : \*e: : unidades

Volem ressaltar com a paral·lelisme entre les dues negociacions (114), el fet que el JO s'utilitza també en la Negociació 1, tal com hem vist a (109) exactament en les mateixes circumstàncies.

- (114) 323. T [ pero no veo] | usted no conoce | yo soy el director financiero / | y se exactamente la : la situacion financiera | de nuestra empresa /

De la mateixa manera, serveix per ressaltar l'important paper de l'interlocutor dins l'empresa que li dóna representativitat (113) o bé coneixement (114).

La mostra següent (115) és un exemple interessant d'intensificació dins d'una atenuació. El *yo* introdueix un fragment en el qual C intenta atenuar la petició difícil que es disposa a fer, yo se que QUIZAS es pedir mucho. C prova de donar validesa a les paraules que segueixen, volent justificar la dificultat del que demana i, a la vegada, es responsabilitza del seu contingut introduint-les amb *yo*.

- (115) 246. C puesto que quieren | una- un contrato de exclusividad | asi que | yo se que QUIZAS es pedir mucho | pero | SI nos ayudais AHORA | haciendo esos esfuerzos para: : nosotros financieros | despues | claro que para vosotros: : sera muy bien | porque despues podremos darlos todos los productos que | que quisieran y | y: : tener más dinero nos permitirá fabricar MAS | producir mas-

La presència explícita del JO apareix en ambdues negociacions per donar-se relleu tant per manifestar oposició i contraposició com per donar més força il·locutiva a l'enunciat o per responsabilitzar-se del que es diu en una petició difícil d'acceptar per l'equip contrari. **Procediments d'intensificació a nivell dialògic**

Hem presentat mostres de recursos d'intensificació a nivell monològic, però la majoria dels exemples donats ho són a nivell dialògic, és a dir a nivell d'intercanvis de dos, tres o fins i tot quatre intervencions. La raó és que fent l'anàlisi de les transcripcions, es fa evident que els procediments que s'utilitzen per intensificar no sempre es poden entendre a nivell monològic: molt sovint cal un context més ampli, que s'ha de buscar en una unitat superior de la conversa que ens permeti de comprendre quin és el seu valor pragmàtic.

Entre d'altres exemples ja citats, recordem el (116), en el qual, el valor pragmàtic exacte de *por supuesto* (int. 41. N1) cal anar-lo a cercar en dues intervencions anteriors (int. 39. N1) i (int. 40. N1).

- (116) 39. M pues a ver para empezar || quisieramos primero ver | CUANTOS estampados distintos nos pueden proponer / | ↓porque esta bien lo de cincuenta mil unidades pero...
40. A esto va ya a depender | porque soy el director de la produccion / | y esto va ya a depender de la fecha de entrega \ || porque para nosotros es posible hacer hasta veinte / | pero tenemos que tener tiempo para hacerlos \ ||claro || y : : esto : : dependra \ || para nosotros lo mejor era tener una fecha de entrega del siete de diciembre \ || y [esto : : /]
41. M [para veinte] estampados | por supuesto \
42. A para veinte estampados \ claro \

A la intervenció 41., *por supuesto* no té exactament el valor de reforç de l'argumentació. Si retrocedim en el diàleg ens adonem que M, a (int. 39. N1), sembla dubtar que SEDATEX puguin produir un nombre d'estampats important. La intervenció de A a (int. 40. N1), no contribueix a esvaïr totalment els seus dubtes. Per això, quan A parla d'una data concreta de lliurament, M, immediatament es vol assegurar que obtindrà el màxim nombre d'estampats i precisa la quantitat, vint. Afegint-hi *por supuesto* M a més d'expressar l'evidència, adverteix A que no pot ser altrament que vint estampats, i que aquest nombre cau fora de tota negociació.

Tal com afirma Briz (2001, p. 135) el reforç de l'actitud i la implicació del TU, de l'altre interlocutor, com en tota activitat interaccional, presenten un valor conversacional i el que aquest autor anomena la intensificació dialògica de l'acord o del desacord.

En aquest apartat ens ocuparem de dos procediments d'intensificació que només es poden produir a nivell estrictament dialògic i que els participants en la negociació utilitzen perquè els permeten d'intensificar el desacord: la interrogació exclamativa i les construccions eco.

### 7.6.1 La interrogació exclamativa

Quan s'intensifica un acte reactiu d'oposició es manifesta el desacord envers el que ha manifestat l'interlocutor (rebuig, sorpresa, incredulitat). La interrogació exclamativa concretament, com a expressió de rebuig al que s'ha dit, intensifica el desacord.

## NEGOCIACIÓ 1

N'hem trobat una mostra a (117) que es combina amb una construcció eco i que tractarem a 7.6.2. Malgrat que hi hagi una intervenció de T a (int. 315 N1) entremig de l'afirmació de G a (int. 314 N1) i de la pregunta exclamativa a (int. 316 N1), F reacciona directament al que G ha dit.

- (117) 314. G [cuatro por ciento es excepcional]  
315. T para el primer pedido | NOSOTROS [TAMBIEN SOMOS UNA EMPRESA JOVEN]  
316. F [¿cuatro por ciento es excepcional ?]  
317. A sí | claro

F Intensifica el contingut proposicional fingint sorpresa a la vegada que repeteix l'afirmació de G. En realitat el que fa F és negar la validesa de l'assertió de G, que assegura que un descompte d'un quatre per cent és quelcom d'excepcional, fent una pregunta exclamativa, que rebutja l'afirmació de G amb la qual està en desacord total. Tenim, doncs, l'expressió del desacord amb falsa sorpresa.

### 7.6.2 Les construccions eco

A nivell formal, Herrero (1995, p. 126) dóna la següent definició de les construccions eco:

*“Las secuencias –eco son construcciones que repiten de forma exacta o con ligerísimos cambios que reflejan las nuevas condiciones de la enunciación, (...) enunciados previos o parte de los mismos, producidos en el turno de habla inmediatamente anterior al turno en que ellas se realizan”.*

Briz (2001 p. 136) tracta les construccions eco com una expressió de la intensificació del desacord quan són dins d'una construcció interrogativa exclamativa, com la que hem analitzat a 7.6.1.

Herrero (1995, p.127) remarca que sempre es produeixen en situacions dialogades i estudia més concretament les construccions exclamatives eco, que són molt corrents en el llenguatge col.loquial i precisa que són significats “intrínsecament col.loquials” i que en situacions formals, fins i tot podrien amenaçar la continuïtat de la conversa” (1995, p. 145).

Efectivament, és difícil d'imaginar en una reunió d'empresaris un intercanvi com el següent que dona Herrera (1995, p. 141-142), el context del qual és una reunió de veïns d'una escala.

- “(33) A. (...) en dos palabras, el resultado de la última reunión no ha sido muy bueno, porque no se ha podido llegar a ningún acuerdo, y habrá que seguir en ello  
B: ¡En dos palabras! Deja ya de meternos en rollos que aburres a un santo.”

Apareixen construccions eco, en la negociació 1 i també en l'Estudi pilot amb valor de recurs d'intensificació. Es donen entre dos interlocutors de cadascun dels equips i expressen des d'oposició fins a desacord.

## NEGOCIACIÓ 1

A la Negociació 1 només hem trobat una mostra d'una construcció eco (118), que ja hem tractat a 7.6.1. com a interrogativa exclamativa amb el valor de desacord total.

- (118) 314. G [cuatro por ciento es excepcional]  
315. T para el primer pedido | NOSOTROS [TAMBIEN SOMOS UNA EMPRESA JOVEN]  
316. F [¿cuatro por ciento es excepcional ?]  
317. A sí | claro

Tanmateix, segons la teoria d'Herrero (1995) aquesta construcció (117) no seria eco perquè no es dona immediatament després del primer enunciat. De fet, en la negociació F, que pronuncia l'exclamativa interrogativa, no es dirigeix a T, que continua argumentant, sinó que, no l'escolta i reprèn directament el que G ha afirmat a 314. Creiem que aquest es pot considerar com una construcció eco funciona com una expressió de la intensificació del desacord.

A (119), T intenta explicar que no poden prometre el que no compliran perquè tenen uns principis d'ètica i M, l'interromp, li agafa el torn de paraula, reprèn el pronom subjecte i el verb *tenemos* de T i l'acaba amb un altre complement directe: el CB té una proposta.

- (119) 141. T nosotros tenemos | tenemos una cierta- una cierta etica | de : : de [produccion] /|

142. M [\[nosotros | tenemos una propuesta\]](#)

Des d'un punt de vista pragmàtic, la funció d'aquesta construcció eco expressa el desacord puntual de M envers el que diu l'interlocutor, a la vegada que interromp l'argumentació de T que en realitat no li interessa massa, i encarrila la negociació cap a una altra direcció que considera més pràctica. T té principis d'ètica comercial però M té una proposta. Tots dos fan que la presència del YO (NOSOTROS) sigui ben notòria en l'enunciació.

En la mostra (120), T estipula el nombre d'estampats que poden produir, és a dir cinc, i ho repeteix. M S'apropia del nombre cinc per començar el seu enunciat que s'acaba amb la demostració del seu desacord, *¿cinc nada más?*, ja que considera que són pocs estampats per les necessitats que té el CB. En aquest cas, la construcció eco serveix per a introduir i reforçar l'expressió de desacord amb l'interlocutor, que hauria pogut no repetir *cinc* i quedar-se amb *¿nada más?*.

(120) 74. M [¿veinte mil unidades? \[¿cuantos estampados?\]](#)

75. T [\[cinc | cinco estampados \\]](#)

76. M [¿cinc nada mas ?](#)

L'intercanvi següent (121), aporta una variant important: la construcció eco, fins aquí utilitzada per intensificar el desacord, té un valor d'intensificació de l'acord.

(121) 41. M [\[para veinte\] estampados | por supuesto \](#)

42. A [para veinte estampados \ claro \](#)

M puntualitza el nombre d'estampats que SEDATEX li proporcionarà, qüestió sobre la qual té dubtes, A, reprenent l'expressió de M, amb un element diferent al final, *claro*, li assegura que serà aquest nombre. Es la intensificació de l'acord utilitzant el mateix que ha dit l'interlocutor, afegint-hi el reforç de l'intensificador *claro*.

## ESTUDI PILOT

Els interlocutors de l'estudi pilot fan servir més vegades aquesta estratègia intensificadora que els de la Negociació 1, però mai sota la forma d'una interrogativa exclamativa.

A (122) L deixa un enunciat sense acabar mentre busca la paraula adequada, cosa que és aprofitada per S per acabar-la com li interessa: concedeix que signar un contracte d'exclusiva és massa ràpid i s'afanya a treure-hi importància amb el *pero*.

(122) 188. L *por el momento no es posible | que por el momento que- queremos tener el control sobre nuestros productos | es algo normal | e: : funcionan muy bien tienen ya mucha fama en españa | y: : de golpe hacer un: : asi un contrato de exclusividad es : :*

189. S *un poco rapido[ pero-]*

190. L *[un poco rapido] [por eso]*

L reprèn el que S li ha volgut fer dir i ho modifica, a favor seu, amb un connector consecutiu: la simetria i l'oposició de les dues intervencions és perfecta. Hi ha una intensificació d'un fals acord perquè queda immediatament modificat amb el connector contrari al que utilitza l'interlocutor amb la mateixa estructura, i en realitat expressa el desacord de L a la imposició de S.

A (123) D intenta pressionar l'equip de Sedatex per tal que consideri el CB com a client prioritari. L expressa el rebuig a l'exigència del contrari i l'intensifica amb una repetició eco únicament d'un element, *la prioridad*, de l'enunciat de D (77).

(123) 77. D *y que tenemos | que tener la prioridad || con su produccion | usted me ha dicho que el quince de noviembre tenían: : clientes*

78. C *si hasta el siete de diciembre tenemos : :-*

79. L *usted tendrá la prioridad | pero sola en en las ordenes que que no tenemos: : aun | ya tenemos pedidos de: : de hace mucho tiempo | es- estos pedidos no podemos | aplazarlos [es muy importante]*

L reprèn l'element "*la prioridad*" del grup "*tenemos que tener la prioridad*" de l'enunciat de D (int. 77. N1) per contestar-li fermament (l'enunciat truncat de C (int. 78. N1) entremig no serà tingut en compte pels altres interlocutors). La represa, reforçada amb l'explicitació del subjecte "*Usted*" i amb el futur "*tendrá*" que justament posa en dubte els drets de prioritat del CB, dóna molta força a l'enunciat. Es concedeix la prioritat al CB però totalment condicionada per la concessiva que segueix: unes hipotètiques comandes que encara no tenen. L, amb aquesta construcció manifesta el rebuig total a l'afirmació de D.



A (124) L repeteix paraules de l'interlocutor que li interessin, en aquest cas, intensificant-les, per donar-li el significat que ell vol, és a dir per demostrar el desacord parcial amb la precedent afirmació.

- (124) 248. F [en la gran distribucion | se paga de manera general | a noventa dias](#)  
249. L DE MANERA GENERAL

L, d'aquesta manera, vol remarcar que “de manera general” no vol dir “sempre” i que el CB no està obligat a seguir una pràctica de pagament que perjudicaria molt la seva empresa. Aquesta vegada, a l'acte de repetició d'un element precedent s'hi afegeix la intensitat del to per remarcar que no és una veritat absoluta i que existeix també la possibilitat de que no s'apliqui la norma.

En l'exemple (125) hi trobem tres interlocutors que están interactuant, però el primer i el tercer, D i L d'equips diferents, ignoren la intervenció truncada de K entremig i realitzen un encadenament amb el mateix verb, que intensifica el profund desacord entre tots dos. S vol fer valdre la importància del CB com a garantia per tal que SEDATEX els doni l'exclusiva il final de la seva intervenció implica que ambdues parts tenen un coneixement compartit sobre les actuacions comercials del CB que no poden ser altra cosa que impecables. K, de l'equip contrari, comença una objecció, que no acaba i L, del mateix equip la reprèn després d'una interrupció, amb el mateix verb del final de la intervenció de S, *sabemos también como* : .

- (125) 182. S [pues conoce al grupo el corte ingles | sabe como trabajamos-](#)  
183. K [si pero : : :](#)  
184. AA [XXX]  
185. L [\[sabemos : : tambien como:\]](#)

Aquesta construcció, amb repetició de la paraula *sabe* del primer interlocutor, personalitzat pel segon interlocutor com a *sabemos*, reforçat per un acabament en suspens, és una intensificació del desacord, que té implicacions greus sobre l'ètica comercial del CB.

La mostra (126) és un exemple interessant perquè L fa servir la mateixa estratègia que acabem de veure, però amb una variant i amb un objectiu diferents. L reprèn en aquest cas les dues darreres paraules de F per començar el seu enunciat però canvia la segona.

- (126) 155. F (XXX) necesitamos una gran diversidad de: : productos  
156. L de estampados | por eso

Sembla que L vulgui expressar el seu acord repetint el que ha dit l'interlocutor al final de la seva intervenció. Però, en canviar la paraula, *estampados* en lloc de *productos*, modifica hàbilment el significat cap al seu bàndol: la varietat de productes queda transformada en varietat d'estampats. L'objectiu, doncs, és diferent : l'estratègia li serveix per confondre el contrari, fent veure que hi està d'acord, però en realitat es tracta d'un fals acord que expressa el desacord, perquè l'interlocutor intensifica el que interessa, oferir una varietat d'estampats amb poc colors, mentre a el CB vol una gran diversitat de tot.

En la mostra següent (127), L contesta a una amenaça agafant la darrera paraula del seu interlocutor que ha fet aparèixer dues vegades el substantiu *esfuerzos*.

- (127) 231. D >> claro que: : si no hay un esfuerzo de de su lado para la exclusi[vidad]  
232. C [si]  
233. D no vamos a hacer tan esfuerzos  
234. L el esfuerzo ya esta en fecha de entrega | con las condiciones actuales de produccion-

La rapidesa i la contundència de L en la reactivitat són del mateix grau que l'amenaça de D. El fet de començar amb la mateixa paraula amb que D acaba dona una rèplica tallant. La intensificació posa de relleu l'actitud del profund desacord d'un interlocutor envers l'altre.

Per concluir, en l'àmbit estrictament dialògic les construccions eco aparegudes com un recurs d'intensificació demostren l'oposició o el desacord entre dos interlocutors. S'intensifica amb la repetició d'un enunciat, o part d'un enunciat, per part d'un interlocutor del que acaba de dir un altre participant en la interacció.

### 7.6.3 Els encadenaments intensificadors

A nivell dialògic hem observat que es produeixen encadenaments d'intervencions que, si bé no hem trobat repeteriats, creiem que sí que tenen un valor intensificador de l'argumentació.

Els encadenaments que hem observat es produeixen a nivell del diàleg i poden tenir diverses formes i diverses funcions d'intensificació-

Apareixen encadenaments de diversos tipus. Les característiques que ens ajudaran a analitzar-los i que influiran en la funció que pragmàtica que tindran en el discurs són les següents:

- Els encadenaments produeixen entre membres d'un mateix equip.
- La mecànica dels encadenaments trobats pot tenir dues formes:
  - Un interlocutor pot començar una intervenció i un altre pot acabar-la sense que hagi repetit cap paraula de l'anterior.
  - Es pot reprendre el final d'una intervenció anterior i continuar-la.
- Pel que fa al nombre de participants en un encadenament que hem trobat en el corpus, sempre són dos interlocutors els que el construeixen.

En presentem alguns exemples en els quals analitzem com es constitueix l'encadenament i el valor que hi té la intensificació que s'hi produeix.

## NEGOCIACIÓ 1

En el primer cas (128) G canvia el predicat de la darrera construcció que ha fet el seu colega T, *será indispensable*, dient gairebé al mateix temps (*será*) *muy importante*, per reforçar una afirmació d'un colega, el que diu T, que continua la seva intervenció.

- (128) 66. T para esto || despues podemos hablar de :: de posibles descuentos / | pero :  
pero : el pago a la a la entrega sera : sera : [ indispensable]
67. G [muy importante]
68. T pa- para nosotros que somos una | pequeña empresa / | y creo que [es-]

A (129) T comença una proposta amb la quantitat de productes i immediatament G, del seu equip, com si acabés la intervenció, precisa el nombre d'estampats que forniran. T encadena el que ha dit G, *con cinco estampados más*, i ho repeteix, amb la qual cosa aconsegueix dos objectius: puntualitzar la quantitat d'estampats que no poden sobrepassar, per evitar malentesos i, a la vegada, demostrar la cohesió del seu equip.

- (129) 125. T EL QUE SI ES POSIBLE | [es el resto de los veinte mil mas / ]  
 126. G [CON CINCO ESTAMPADOS MAS]  
 127. T [con cinco estampados] || y para diez estampados o quince || una semana mas

En la mostra següent (130), el funcionament és lleugerament diferent perquè no hi ha una repetició de cap element. T comença una intervenció i, aprofitant el curt moment d'allargament vocàlic de T en el *que* final (int. 100. N1), la continua A del mateix equip (int. 101. N1) i, immediatament és represa i acabada per T altra vegada (int. 102. N1). Es a dir que entre dos interlocutors han fet una intervenció sencera començada per un verb d'obligació atenuat en tercera persona, *hay que entender*, amb els dos complements repartits en dues intervencions més.

- (130) 100. T [no | pero] pero despues para veinte mil mas / || hay que entender que : :  
 101. A [tenemos que cambiar todo]  
 102. T que necesitamos] dos semanas mas /

Pels que escolten, apart de la cohesió que demostra tenir l'equip contrari, la pressió es fa més forta amb la intervenció de dos interlocutors perfectament sincronitzats per expressar la dificultat d'acomplir la proposta de l'equip contrari.

En la mostra següent (131) l'encadenament es dóna entre dos interlocutors de l'equip del CB No es tracta de la repetició d'elements de la intervenció anterior, sinó de tot el que l'interlocutor ha dit, canviant una paraula i serveix per reforçar la oposició al que T ha dit immediatament abans.

- (131) 259. T pero no tiene costes  
 260. M Si tiene costes \  
 261. J. sí | tiene costes claro | tiene coste de : : (manutencion) | tiene coste de : : de : : salarios mas | tiene coste de : : de : : \*e : : [de : ]

T remarca que el *merchandaising* que el CB diu que farà per promocionar els productes de SEDATEX no té costos, enunciació que és represa immediatament per M canviant la partícula negativa *no* pel *Sí* reforçat amb un to més marcat. L'efecte intensificador del desacord és molt efectiu i encara es veu augmentat per la intervenció següent de J, del

mateix equip de M, que repeteix la intervenció de M, *Sí tiene costes*, i intenta enumerar a continuació quin tipus de despeses comporta.

Es a dir que en aquest cas és un encadenament fet per tres interlocutors diferents, en el qual els dos últims participants utilitzen aquest recurs dialògic per contradir l'equip contrari, és a dir, mostrar el seu desacord a la vegada que M i J demostren la seva solidaritat com a equip.

## ESTUDI PILOT

Volem observar que també a l'estudi pilot apareixen encadenaments entre membres del *mateix equip*.

L utilitza l'estratègia de començar la seva intervenció (132) amb el darrer element de la frase que ha formulat l'interlocutor C del seu mateix equip. Per una banda, ajuda C a acabar el que vol dir exactament en la seva línia d'argumentació i reforça el punt clau del discurs: potser acceptaran l'exclusiva que els demana el CB, però, ara, i en aquestes circumstàncies no. Reforça el refús a una condició que se'ls vol imposar.

- (132) 187. C *si | la idea es que acabos de cumplir nuestros requisitos con nuestros clientes actuales / | firmamos o vamos a ver si este contrato funcione bien / | y si funcione bien | pues no | no: : tendremos que cumplir otros requisitos como estos y \*e : : puesto que | los contratos seran acabados /| y despues quizas podremos ver | si: : todo se habra pasado muy bien | un contrato de exclusividad | pero por el momento no : : :*
188. L *por el momento no es posible | que por el momento que- queremos tener el control sobre nuestros productos | es algo normal | \*e: : funcionan muy bien tienen ya mucha fama en españa | y: : de golpe hacer un: : asi un contrato de exclusividad es : :*

La mostra (133) S demostra la intenció d'acabar una intervenció d'un company, immediatament anterior, sense repetició de cap element. Però la imperícia lingüística de S, fa que no quedi totalment reeixida. F intenta fer pressió sobre SEDATEX per què el CB sigui el seu únic client, però no arriba a comunicar bé. S, que ha entès el que vol F, es proposa d'acabar la intervenció de F. Però ell encara ho fa pitjor perquè no troba l'expressió adequada en castellà, que seria *su principal cliente*, i utilitza *su mayoridad i su prioridad sobre el cliente*. La intenció consistia a reforçar el discurs i, a la vegada, demostrar la cohesió de l'equip.

- (133) 202. F [\[por el momento\] | lo que nos gustaria | es que el corte britanico | sera su : : :](#)  
su: :
203. S [su mayorida | su prioridad sobre el cliente y : : :](#)

Creiem que aquests encadenaments són estratègies dialògiques per reforçar el discurs, en les quals els participants no actuen individualment, sinó que es recolzen amb els altres i demostren cohesió i solidaritat amb els membres del mateix equip.

#### 7.6.4 Les combinacions d'intensificadors

Voldríem destacar un fenomen que sen's ha fet evident des del principi de l'anàlisi. Sovint, es dona el fet que en un mateix enunciat apareixen dos o més recursos d'intensificació diferents.

L'emissor, especialment en els moments de tensió, necessita expressar el reforç de manera variada per que el seu acte de parla tingui més força il.locutiva. Sembla que no sigui suficient per l'interlocutor utilitzar un únic recurs intensificador, sinó que li cal fer-ne servir dos o tres al mateix temps o bé estratègicament col.locats en diversos punts d'una intervenció. Els exemples són abundants en la Negociació 1 i en donarem algunes mostres com a exemple de la nostra afirmació.

##### 7.6.4.1. Intensificadors concentrats en un mateix punt de l'enunciat

Apareixen *combinacions agrupades en un mateix element* d'una intervenció. L'interlocutor pot fer servir dos recursos al mateix temps. S'utilitzen tant per marcar el desacord, com per ressaltar l'acord.

#### NEGOCIACIÓ 1

A (134) La negació **NO** està intensificada a la vegada pel to més marcat i per l'èmfasi. G necessita demostrar el refús absolut d'un descompte que proposa l'equip contrari i fa servir dos intensificadors fònics per ressaltar el desacord.

- (134) 235. G ¡UN CUATRO NOOOO/!

A (135) F utilitza el to marcat i la forma apel.lativa *MIRA* al mateix temps per ressaltar el desacord amb l'interlocutor.

- (135) 108. F PERO MIRA NO || porque :: vendemos | bueno | la :: la mayoría de la : de la : de la : de la :: de lo [que-]

En el següent cas (136) G necessita reforçar el llarg argument del T del seu mateix equip i intervé amb una intensificació que es compon de dos recursos, la repetició del sí al principi i al final i la utilització de *claro* per demostrar l'acord amb el seu company d'equip.

- (136) 46. T porque tenemos como: como diez productos \*e :: ESTRELLAS / | que vendemos mas y que siempre tenemos en-en en existencias / || despues tenemos a di- diferentes prendas que habéis visto en nuestro catalogo | que tambien estan dispuestas claro | pero : que necesitan un : un plazo de produccion si | pues eso | un poco mas | un poco mas exten-extenso / | y :: que tambien va a depender de :: de cuantas unidades de cada :: de cada estampado \  
47. G sí claro | [sí]

A (137) M no solament demostra l'oposició a l'afirmació de M amb la construcció *eco* que reprèn el que ha dit T però en negatiu, sinó que que dóna un to més marcat a l'element de contrast **SÍ** per expressar el desacord.

- (137) 259. T pero no tiene costes  
260. M SI tiene costes \

Però, si la situació ho requereix, l'emissor pot agrupar quatre operadors d'intensificació en tota la durada d'una intervenció, com és el cas a (138).

- (138) 266. T PUES | PUES POR-POR ESO PREGUNTO PREGUNTO YO PUBLICAMENTE /| [LO QUE VAIS A HACER]

T, exigeix que li donin una explicació clara i ho fa mantenint un to alt en tota la intervenció i a la vegada fent aparèixer el JO, repetint el verb i reforçant la intensificació amb l'adverbi *públicamente*.

## ESTUDI PILOT

Hem trobat poques mostres de combinacions de recursos d'intensificació agrupats en un mateix punt de la intervenció.

La mostra (139), és una combinació de dos intensificadors, la construcció eco i el to més marcat. L repeteix paraules de l'interlocutor que li interessin, en aquest cas, intensificant-les per demostrar el desacord parcial amb la precedent afirmació.

- (139) 248. F [en la gran distribucion | se paga de manera general | a noventa dias](#)  
249. L **DE MANERA GENERAL**

En el segon exemple (140) D fa una enumeració de les qualitats del CB, *somos un grupo muy dinámico, tenemos una imagen MUY POSITIVA*, i a més a més, la segona intensificació de la qualitat es fa amb un to més marcat.

- (140) 21. D [\[si\] | porque tienen que saber / | que somos un grupo muy dinamico : : / | que tenemos una imagen MUY POSITIVA en \[España \ \]](#)

L'acumulació d'intensificadors en un mateix segment d'una intervenció és efectiva i té una força il.locutiva intensa. Es troba en moments conflictius i la utilitzen els interlocutors quan fan servir argumentacions que no requereixen intervencions d'una llargada considerable.

### 7.6.4.2. Intensificadors repartits en l'enunciació

També apareixen combinacions d'elements d'intensificació que, en comptes de concentrar-se en un element de l'enunciat, es fan servir en diferents moments de la intervenció, especialment quan aquesta és llarga. L'interlocutor, per tal d'arribar al seu objectiu, utilitza diferents recursos, però en comptes d'agrupar-los, els col.loca al llarg de la seva intervenció. L'efecte no és tan impactant com en l'acumulació d'intensificadors en un element, però el que s'aconsegueix d'aquesta manera és que l'argumentació quedi més reforçada. En donem tres mostres.

A (141) F vol aconseguir que l'equip contrari els lliuri els productes ràpidament, cosa que sap que és difícil per l'altra empresa i en un esforç final per tractar de convèncer els seus



interlocutors, fa servir primer l'enumeració d'accions positives que el CB farà si els arriba la mercaderia quan desitgen, i després el quantificador *GRAN* amb un to més marcat i finalment l'elisió per suspensió. S'utilitzen tres recursos d'intensificació per obtenir l'acord de l'interlocutor.

- (141) 138. F [es para vosotros] | vamos a hacer publicidad | vamos a comunicar sobre esta marc- sobre este producto >o sea que | si podeis hacer un GRAN esfuerzo | poneros de acuerdo que : : bueno | no : no : : nos proveen [↓antes y...]

Presència del JO + *exactamente* + repetició. També a (142) en un moment de tensió, T utilitza tres recursos d'intensificació. Primer, posa de relleu el seu càrrec, director financer, per demostrar que ell sí que coneix de manera precisa, *exactamente*, la situació financera de la seva empresa i destaca així la manca de coneixements del seu interlocutor. Després comença una repetició de *sé*, que no es finalitzarà fins la segona part de la intervenció: sé exactamente la situación financiera de nuestra empresa y sé que hay condiciones de venta que no se pueden hacer. Demuestra tenir un bon domini de la construcció del seu enunciat i també de l'eficàcia pragmàtica del que diu per expressar el rebuig d'una proposta que no pot acomplir.

- (142) 323. T [ pero no veo] | usted no conoce | yo soy el director financiero / | y se exactamente la : la situacion financiera | de nuestra empresa / | y se que hay-hay condiciones de-de venta que no se pueden hacer | porque va a poner en riesgo [el

## ESTUDI PILOT

En l'estudi pilot, el fet de repartir els intensificadors en llocs diferents de la intervenció és un recurs utilitzat sovint, potser perquè els dos líders de l'equip de SEDATEX, L i C, que intervenen en força ocasions, volen convèncer amb argumentacions elaborades més que amb intervencions curtes que, a vegades, porten una càrrega agressiva, com s'observa sovint a la Negociació 1. El seu estil de negociar recorre a l'argumentació i dins d'aquesta argumentació intensifiquen els elements que els interessa destacar.

L (143) fa servir el to marcat, una enumeració no ben simètrica amb tres termes, *posibilidades*, *productos* i *ofertas*, i una el·lisió per suspensió mentre presenta una argumentació força elaborada per rebutjar una imposició que li vol fer acceptar l'equip contrari.

- (143) 8. L >vale pues e :: el problema es que no pensamos hacer: : e :: acuerdo de e :: exclusividad || es que tenemos varios CONTACTOS | y :: no pensamos e :: tener un unico cliente || en españa | es que tenemos varias posibilidades | tenemos productos intereSANTes || y :: por eso las ofertas | LAS TENEMOS | [asi que : :] –

C (144) ho fa utilitzant el to marcat d'elements que vol posar de relleu, *QUIZÁS*, *AHORA* i finalment *MÁS* també amb el to marcat i combinat amb la repetició triple per intensificar *dinero*, *fabricar* i *producir*. El seu objectiu consisteix a intentar obtenir bones condicions de pagament i fer veure els avantatges que representarà per ambdues parts. Per això fa tots els esforços que pot per convèncer l'equip contrari, argumentant i intensificant la part positiva del seu argument.

- (144) 246. C puesto que quieren | una- un contrato de exclusividad | asi que | yo se que QUIZAS es pedir mucho | pero | SI nos ayudais AHORA | haciendo esos esfuerzos para: : nosotros financieros | despues | claro que para vosotros: : sera muy bien | porque despues podremos darlos todos los productos que | que quisieran y | y: : tener MÁS dinero nos permitirá fabricar MAS | producir MAS

Hem volgut presentar les combinacions o acumulacions dels intensificadors en el discurs per demostrar per una banda, la diversitat de recursos que utilitzen els interlocutors de les negociacions i per altra, com combinar-los per aconseguir una bona eficàcia pragmàtica que els permeti d'aconseguir els objectius que s'han proposat d'assolir.

## 7.7 Resultats de l'anàlisi de la comunicació verbal

En aquest apartat presentarem el resum dels recursos d'intensificació que els nostres estudiants han fet servir en negociacions analitzades. Per tal facilitar-ne la lectura, mostrarem els resultats d'una manera sintetitzada.

### 7.7.1 Resum de l'anàlisi

Després d'haver fet l'anàlisi dels recursos verbals d'intensificació apareguts en les negociacions, voldríem fer l'inventari de quins són exactament els procediments que s'hi fan servir i també dels que no s'hi utilitzen perquè ens poden donar una bona orientació de la interllengua que posseeixen els estudiants en el moment de realitzar la negociació.

Per tal de tenir una visió de conjunt dels procediments d'intensificació utilitzats pels estudiants partim d'una representació visual. Prenem com a base de treball, en primer lloc, la llista completa dels recursos que es poden utilitzar per intensificar i que hem presentat al capítol 6 seguint la classificació feta per Albelda (2005). En una segona i tercera part, fem una recensió dels intensificadors que Briz (2001) classifica segons un enfocament pragmàtic del fenomen.

Representem amb el color negre els recursos que els participants en la negociació estudiada fan servir i amb el color vermell els que no utilitzen. Hi afegim i marquem amb el color blau els procediments d'intensificació que hem observat i que no hem trobat mencionats en la literatura que hem consultat.

- **Els recursos d'intensificació en l'enunciat**
  - **Recursos morfològics**
  - **Recursos lèxics**
    - Formes simples
      - **Substantius**
      - Adjectius
      - **Verbs**
      - Adverbis
    - Locucions
      - **Locucions nominals**
      - **Locucions adjectivals**
      - **Locucions adverbials**
      - Locucions verbals Verb+sintagma nominal
      - **Locucions clausals**
    - Enunciats fraseològics
      - **Parèmies**
      - Fórmules rutinàries
  - **Recursos sintàctics**
    - Modificadors simples de les categories gramaticals nuclears.
      - **Substantius**
      - Adverbis

- Adjectius
- Numerals i creació léxica
- Modificadors complexes de les categories gramaticals nuclears.
  - Locucions determinatives
- Estructures sintàctiques intensificades en si mateixes.
  - *Incluso, además*
  - Superlatiu.
  - Estructures consecutives.
  - Estructures comparatives.
  - Repeticions.
  - Enumeracions.
  - Alteració de l'ordre de les paraules.
- Recursos semàntics
  - La ironia.
  - Els trops
    - metàfores
    - metàfores negatives
    - símils i comparacions
    - sinèdoques i metonímies
    - hipèrboles
- Recursos fonètics
  - Recursos segmentals
    - Allargaments fonètics vocàlics o consonàntics
    - Fenòmens de relaxació articulatòria
  - Recursos suprasegmentals
    - To o pronunciació marcats
    - Pronunciació sil·labejada
    - Onomatopeies
    - Intensificació en l'amplitud vocal
    - Formes apel·latives per atreure l'atenció
    - Mode oracional exclamatiu
    - Interrogació retòrica
    - Emfasi
    - Entonació

- **Els procediments d'intensificació en l'enunciació**
  - **Intensificació en la modalitat oracional**
    - Modalitat apel·lativa
    - **Interjeccions**
    - **Qualificacions afectives i valoratives del que s'ha dit**
  - **Intensificació en la modalitat lògica**
    - Verbs modals auxiliars en sentit ampli y en sentit limitat
    - Formes d'obligació
    - Modes i temps verbals
    - Construccions verbals del tipus: *Es/ está + adjectiu + que P/Infinitiu*
    - D'altres atributs qualificatius de la veritat i de la certesa
    - Adverbis i partícules modals
    - Adverbis i locucions adverbials modals
    - Partícules epistèmiques
    - **Verbs d'actitud que regeixen una subordinada**
    - **Repetició de pronoms personals**
- **Les funcions semántico-pragmàtiques de l'intensificador**
  - **La modificació semántico-pragmàtica de l'enunciat**
    - Intensificadors de la quantitat
    - Intensificadors de la qualitat
  - **El realçament pragmàtic del discurs: intensificadors de l'actitud**
    - **Verbs performatius (*jurar, assegurar, prometer, decir, suponer*)**
    - *Que* ocupant el lloc del verb *dicendi*.
    - Enunciats en suspens.
    - El vocatiu.
    - Realçament del JO.
- **Procediments d'intensificació a nivell dialògic**
  - La interrogació exclamativa
  - Les construccions eco
  - **Els encadenaments intensificadors**

- Les combinacions d'intensificadors
  - Intensificadors concentrats en un mateix punt de l'enunciat
  - Intensificadors repartits en l'enunciació

Quadre 3. Recursos en l'enunciat que poden actuar com a intensificadors.

Per tant, sintetitzarem els resultats obtinguts en l'anàlisi de la comunicació verbal segons l'ordre que apareix en el quadre, comentant els aspectes que ens semblen que poden explicar les causes que han conduït els aprenents a utilitzar, o no, una sèrie de recursos d'intensificació o bé la freqüència amb què ho fan. Sempre que veiem que el treball pilot fet prèviament a la recerca actual pot aportar elements que s'afegeixin a l'anàlisi, hi farem referència amb la denominació « estudi pilot ».

### Recursos morfològics

Pel que fa als **recursos morfològics** que abordarem a 7.7.4., cal remarcar que no n'utilitzen cap dels repertoriats.

### Recursos lèxics

A l'anàlisi dels recursos lèxics, en les formes simples, hi apareix un adjectiu, (int. 227 N1), diversos adverbis i un substantiu (46.N1), *estrella* que actua com un adjectiu qualificant el nom *productos*. a l'expressió *productos estrella*. A les **locucions** només es troba una mostra d'una locució verbal composta d'un **verb+sintagma nominal**, *vale un montón* (int. 201 N1) que demostra que l'estudiant coneix aquesta locució tan corrent en la conversa col.loquial, però que no sap que no correspon al registre formal que està intentant adoptar.

## Estructures sintàctiques

Les estructures sintàctiques són tan nombroses justifiquen que els dediquem un comentari detallat.

- Pel que fa referència als modificadors simples de les categories gramaticals, per intensificar els estudiants fan servir dos dels quatre recursos repertoriats, els adverbis (*bastante, mucho/muchos, muy*) i l'adjectiu *gran/de*.
- En la negociació apareixen totes les estructures sintàctiques intensificades en si mateixes, que están repertoriades.
- Els recursos *incluso* i *además* apareixen utilitzats una vegada cadascun. El superlatiu, el recurs d'intensificació que més demostra que la intensificació és un fenomen escalar, es fa servir a ambdues negociacions i també les estructures consecutives comparatives, aquestes últimes tant amb el segon terme explícit com implícit.
- La repetició és un recurs d'intensificació amb una freqüència d'ús important. N'apareixen tant d'immediates com d'ajornades i de caràcter discursiu. Ja hem pogut remarcar (vegi's 7.4.1.2.2. d.) una gran varietat d'elements repetits: d'un sol element per aposició, d'un sintagma, d'una perífrasi *podemos tener*, d'una estructura, *lo que falta* o bé d'una estructura d'un verb + complement directe que es repeteix i fins i tot d'una triple repetició complexa de tres elements diferents entre d'altres. Els exemples són molt nombrosos i reflecteixen el fet que la repetició és un dels recursos d'intensificació preferits pels estudiants en les negociacions.

La quantitat i la varietat de les repeticions en el corpus estudiat, fan que tinguem en compte dues possibles explicacions. En primer lloc Freixa (1998), citada per Cuenca (2007, p. 192), en el seu estudi sobre les repeticions en el discurs oral, arriba a la conclusió, entre d'altres, que la freqüència de les repeticions es vincula al registre, és dir que n'hi ha més quan el text és interactiu, informal i espontani i en segon lloc Briz (2001, p. 107) afirma que "lo que en la escritura podría ser considerado en algunos casos redundante, en la transmisión y recepción orales es necesario".

En el cas de la negociació que estudiem, l'espontaneïtat no és una de les característiques del text estudiat, però creiem que, malgrat la preparació de l'estratègia que comporta una negociació i el fet que el tema sigui totalment conegut pels interlocutors, s'hi troben elements d'imprevisió, més que d'espontaneïtat.

Propostes inesperades, reaccions de l'equip contrari que no s'esperen i que sorprenen però a les quals s'ha de donar resposta, fan que la negociació s'acosti, en un cert grau, a l'espontaneïtat de la conversa col·loquial. Aquest tret i el fet que es tracti d'una activitat oral interactiva poden justificar l'ús freqüent de les repeticions per part dels estudiants.

Ara bé, creiem que hi ha un factor clau que cal considerar i és que el fet que la repetició sigui un procediment intensificador que no exigeix una competència lingüística elevada atès que no implica coneixements morfosintàctics de la llengua. Tots els estudiants la utilitzen, desde els que tenen menys domini de la llengua fins els d'un nivell avançat i és precisament aquest ús del mateix recurs per part dels aprenents de tots els nivells de llengua el que ens fa creure que la simplicitat i, alhora, l'efectivitat de la repetició com a recurs intensificador, fan que siguin una raó molt poderosa per explicar-ne també l'ús, encara no excloem en absolut les tesis sostingudes per Freixa (1998) i Briz (2001).

- De la mateixa manera, però amb una freqüència molt més reduïda, **l'enumeració** és un recurs d'intensificació força emprat pels participants en les negociacions que hi troben un bon mitjà per expressar diferents funcions amb força eficàcia i amb poca complexitat des del punt de vista de la llengua.
- L'anàlisi **de l'alteració de l'ordre de les paraules** ens ha portat a remarcar que també es fa servir com un procediment per intensificar. Els estudiants alteren l'ordre sintàctic dels elements dins d'una frase i utilitzen el seu propi ordre pragmàtic per expressar la intenció comunicativa, en aquest cas d'intensificació, del seu discurs. Es a dir que es confirma l'afirmació de Briz (2001, p. 81) que ja hem esmentat (7.4.1.2.3.), segons la qual l'ordre de les paraules és pragmàticament rellevant i que l'ordre normatiu dels elements de l'estructura gramatical o sintàctica s'adapta al context de la situació.

### Recursos semàntics

- La ironia. Tal com ja hem exposat a 7.4.1.3., la ironia pot ser un recurs d'intensificació i les dues mostres que n'hem trobat reforcen l'expressió de refús o desaprobació. Els dos enunciats irònics apareixen a la Negociació 1.

Volem destacar que el context situacional del discurs de les negociacions, no ens sembla massa idoni per a la utilització d'aquest fenomen que si s'empra amb massa



freqüència o bé de manera massa aspra, pot arribar a trencar el procés de negociació, ja que pot amenaçar seriosament les relacions entre els interlocutors. Comprovem amb l'anàlisi que els interlocutors de la Negociació 1, de tarannà molt directe, només l'empren dues vegades (vegi's 7.4.1.3.) i fem remarcar que no se n'ha trobat cap a l'Estudi pilot.

### Recursos fonètics

Pel que fa els procediments d'intensificació fonètics, se n'han trobat mostres de segmentals (allargaments fonètics vocàlics) i suprasegmentals (el to marcat i l'èmfasi).

- Només dos allargaments de vocals s'han considerat com a recursos d'intensificació. Hi apareixen associats a d'altres operadors i es tracta sempre de l'allargament de la vocal de l'adverbi de negació *no* (vegi's 7.1.4.1.)
- El to marcat és un recurs d'intensificació molt utilitzat pels estudiants, però amb molta més freqüència a la Negociació 1 que a l'Estudi pilot, d'un estil més tranquil i més asserenat que el de la Negociació 1 (vegi's 7.1.4.1.). Apareix tant en intervencions senceres com en paraules o grups de paraules d'una intervenció. Els exemples son nombrosíssims i en moltes ocasions es combina amb d'altres recursos intensificadors.

Com ja hem remarcat més amunt, el to de veu més marcat amb la repetició un dels dos procediments d'intensificació més emprats pels estudiants. Són procediments efectius per augmentar la força il.locutiva de l'enunciat i, a la vegada, no exigeixen una habilitat d'ús de la llengua gens elevada.

- Hem considerat que l'èmfasi també pot actuar com un element intensificador (vegi's 7.4.1.4.2). Els estudiants no el fan servir massa, però sí que l'utilitzen en moments clau de les seqüències conflictives quan volen intensificar un element precís del seu discurs.

## Els procediments d'intensificació en l'enunciació

### Intensificació en la modalitat oracional

- En la modalitat oracional els estudiants només empen la modalitat apel.lativa, una estratègia per integrar l'interlocutor en el discurs. L'utilitzen per intensificar en dues ocasions vegi's 7.4.2.1.) i cap en l'Estudi pilot.

### Intensificació en la modalitat lògica

Tal com assenyalàvem a 7.4.2.2., dels vuit procediments per expressar la modalitat lògica, els estudiants n'utilitzen cinc: verbs modals auxiliars en sentit ampli y en sentit limitat, formes d'obligació, modes i temps verbals, construccions verbals del tipus: *Es/ está + adjectiu + que* P/Infinitiu, d'altres atributs qualificatius de la veritat i de la certesa, adverbis i partícules modals, adverbis i locucions adverbials modals i partícules epistèmiques.

- S'han trobat poques mostres de verbs modals, *querer* i de **verbs d'obligació** *tener que*. De fet, només té un valor clar d'obligació en l'Estudi pilot, *tenemos que tener la prioridad*", mentres que en ambdues negociacions també s'utilitza com una advertència "*tienen que saber que somos un grupo muy dinámico*" (vegi's 7.4.2.2.1). En tots dos casos s'empra *tener que* però amb una funció diferent.
- També fan servir molt poc els **modes i temps verbals** com a recursos intensificadors. Es limiten a utilitzar l'imperatiu una vegada amb la forma de l'infinitiu *darnos* (91 N1) i a fer servir també en una ocasió la combinació d'un verb modal, *querer* i la del mode indicatiu *quiero* en lloc de l'imperfet de subjuntiu *quisiera* com s'escauria en el context per demanar una informació (92) "*yo quiero > cifras | bueno- preci- | bueno- mas o menos*". Es interessant de destacar que el mateix interlocutor s'adona de l'agressivitat que suposa una demanda d'informació amb *querer* i amb indicatiu i, immediatament, atenua el seu discurs per rebaixar la tensió que hagi pogut provocar.

El procediment d'intensificació amb modes i temps verbals no s'utilitza amb més freqüència perquè també requereix un bon domini del sistema modal i temporal dels verbs i sobretot el coneixement de l'ús que se'n pot fer en la intensificació.

- Fan servir construccions verbals i **estructures atributives** del tipus ***Es/ está + adjectiu/substantiu + que*** per qualificar la veritat i la certesa d'aquest contingut.

Utilitzen l'adjectiu *claro* i el substantiu *verdad*: (*es/està*) *claro que* i *es verdad que* amb molta facilitat.

En el cas de “*está claro que*” demostra que els aprenents tenen ben fixada la utilització d'una estructura equivalent en francès, però que és ben diferent en la forma, “**bien sûr que**”.

- S'utilitzen **partícules modalitzadores**, freqüentment *claro*, sol o reforçat i poc *por supuesto*, així com també **partícules epistèmiques** del tipus *la verdad es que* o *es que* amb valor de queixa.

### Les funcions semántico-pragmàtiques de l'intensificador

D'acord amb l'enfocament pragmàtic que volem seguir, fem ara un resum dels intensificadors que fan servir els estudiants per intensificar la qualitat i la quantitat. De fet, ja els hem trobat en el repertori que acabem de fer, però els agrupem ara en dues categories pragmàtiques, segons serveixin per intensificar la qualitat o bé la quantitat. En segon lloc, passarem a fer un repàs dels intensificadors de l'actitud que els estudiants utilitzen des d'un punt de vista pragmàtic.

### La modificació semántico-pragmàtica de l'enunciat: intensificadors de la quantitat i de la qualitat

- Per **intensificar la quantitat** els estudiants fan servir els operadors *mucho*, *muchos/as*, *bastante*, l'adjectiu *enorme*, l'estructura comparativa *muchas más* i el procediment d'intensificació per modificació externa amb un **quantificador**, en aquest cas *un montón a vale un montón* que ja hem comentat prèviament (vegi's 7.7.2.) com una de les poques desviacions de registre que hem observat.

Per **posar de relleu la qualitat** hi trobem l'ús el superlatiu absolut *mejor*, (int. 120 N1) i del superlatiu d'excel·lència *el primer gran grupo* únicament a l'Estudi pilot (122.). També apareixen *muy* i *gran(de)* (vegi's 7.5.1.2.2. i 7.5.1.2.3.)

### El realçament pragmàtic del discurs: intensificadors de l'actitud

Hem trobat mostres de tots els intensificadors d'actitud identificats per Briz (Briz 2001, p. 128-135), és a dir els que imprimeixen més força a l'acte il·locutiu, excepte els verbs performatius que indiquen l'actitud com assegurar, prometer, dir, jurar. Ens hi referirem amb més detall a 7.7.3.2.1.

- La forma **que ocupant el lloc del verb *dicendi*** apareix només dues vegades, una a cada negociació i té una força il.locutiva menys intensa que la dels exemples de la conversa col.loquial que presenta Briz (2001, p. 129) però posseeix la mateixa funció d'insistència negativa. Així la trobem a “*ya hemos ya hemos cumplido | que este cuatro por ciento es excepcional*”. Podem suposar que el verb *dicendi* seria “*ya he dicho*”. La mostra es troba en un moment de tensió quan T s'enfada i insisteix que ja no poden anar més enllà en el descompte.
- Els **enunciats en suspens** són força utilitzats pels estudiants per intensificar una part del discurs per elisió. No els entenem com a economia de la llengua sinó com a estratègies per a donar un relleu especial a una part del missatge, de l'enunciat o de l'enunciació amb un propòsit determinat. L'implicatura fa que l'oient hagi d'interpretar la intencionalitat de l'emissor, la qual cosa és una tàctica molt eficaç per activar la intensificació, i també l'atenuació.

Al primer cop d'ull, la supressió d'una part de l'enunciat pot semblar que sigui un recurs molt utilitzat pels estudiants febles en llengua que l'utilitzen perquè els representa una economia de llengua. Ara bé, en les mostres que hem trobat, tant a la Negociació 1 com a l'estudi pilot, els estudiants que més utilitzen aquest recurs són els més competents en llengua, M i T per la negociació 1 i L per l'estudi pilot (vegi's 7.5.2.2.). Per tant, seguim Narbona (1989, p. 66) ja citat a 7.5.2.2. quan afirma que les construccions suspeses no es poden atribuir simplement a la falta d'habilitat de llengua sinó que s'han de vincular als constants jocs elusius i al.lusius que formen part de l'estreta vinculació del diàleg a la interacció.

En ambdues negociacions només les utilitzen els estudiants que tenen un domini còmode de la llengua que els permet de generar implicatures d'un elevat valor intensificador amb estructures només aparentment inacabades.

- **El vocatiu.** Només apareix a l'estudi pilot. D el fa servir com a advertència per recordar l'equip de SEDATEX que están negociant amb un superior: “*sí pero, señores y señorita, tenemos, tiene que saber que...*” Aquest vocatiu, *señores y señorita*, sembla un calc del francès que fa servir “*Mesdames et Messieurs*” en el marc de la interacció i s'utilitza en una reunió o debat en un moment en què realment es vol atreure l'atenció dels interlocutors. En francès és una manera d'intensificar fortament, de marcar la distància, tot guardant “les formes” i que no deixa cap dubte sobre a l'interlocutor sobre la duresa del to que s'està utilitzant, però que no correspon al castellà. Els vocatius, *señores y señorita* en castellà semblen forçats i

fins i tot una mica còmics per a un nadiu. Els interlocutors, però, en aquest cas, pel fet de ser francòfons ho interpreten perfectament.

El segon vocatiu apareix a l'estudi pilot i l'utilitza S, l'interlocutor que té menys competència lingüística de tot el grup i es desvia totalment del llenguatge formal que s'espera en una negociació utilitzant, ¡*hombre!* com a vocatiu al final de la intervenció: “*treinta vale, no, quince veinte y treinta, o treinta y veinte, ¡hombre!*”.

Martín Zorraquino (2001, p. 70-72) sosté que l'ús de *hombre* pragmàticament contribueix a reforçar la imatge positiva del que parla. *Hombre* dona un to amistós a la conversa, tenyeix les relacions entre els interlocutors d'una certa familiaritat o complicitat i serveix per buscar l'acord. I, efectivament, la intenció de S és de convèncer l'equip contrari i, després d'haver-ho fet amb duresa, prova de guanyar-se L amb un to de proximitat professional. Es produeix, però, una altra desviació del registre, que en una situació de negociació entre professionals que no es coneixen sembla massa familiar.

En tot cas, no utilitzen fàcilment aquest procediment d'intensificació perquè no el tenen ben fixat pragmàticament i quan el fan servir, o bé es remeten a un gal·liciame o bé s'equivoquen de registre perquè no el coneixen.

- Els interlocutors de les negociacions fan **aparèixer el JO** de manera explícita per intensificar el discurs realçant-ne la importància, encara que no abusen d'aquest recurs que s'utilitza freqüentment en la conversa col·loquial. El trobem en moments de tensió i també es fa servir en la primera persona del plural, NOSALTRES (vegi's 7.5.2.4.)

La utilització mesurada i correcta del JO per intensificar, demostra que els aprenents tenen ben adquirit l'ús del “jo” pronom personal subjecte no solament com a intensificador sinó també a nivell morfològic, ja que no fan un calc del francès. En aquesta llengua, per fer que el JO aparegui de manera explícita, cal emprar “**moi, je...**”. En castellà, els estudiants saben que cal fer aparèixer el pronom *yo* quan volen fer-lo servir com un d'intensificador perquè tenen ben fixat el fet que el pronom personal subjecte només s'utilitza en casos determinats.

### Procediments d'intensificació a nivell dialògic.

Els estudiants també fan servir els següents procediments d'intensificació que només es poden produir a nivell dialògic.

- **La interrogació exclamativa** només es fa servir una vegada (vegi's 7.6.1.). Es un recurs que manifesta el desacord amb falsa sorpresa i fa que sigui una expressió força contundent, que no s'espera en una negociació formal. No és estrany que aparegui una sola vegada i encara feta servir per l'equip de la Negociació 1 que té un estil més directe que els de l'estudi pilot.

Es una manera de maximitzar la oposició que no hauria de tenir cabuda en una tasca professional d'aquest tipus i això no és percebut per un dels interlocutors que l'empra una vegada, donat que l'ambient general en el punt en què es troben de la negociació es de duresa i d'atac i, per tant, per ell queda justificada la seva utilització. De fet, és un recurs que deixa una empremta d'agressivitat en el discurs i per això no apareix cap vegada a l'estudi pilot perquè no és correspon a l'estil de negociar que té l'equip.

- **Les construccions –eco** que fan que un interlocutor repeteixi una paraula o un grup de paraules del torn anterior i els utilitzi per continuar el discurs. Es un recurs força efectiu per fer demostrar el desacord absolut o parcial, o bé destacar que es té un punt de vista o una manera de fer oposada a la del contrari amb l'objectiu d'augmentar la pressió per a aconseguir un objectiu (vegi's 7.6.2.). Exigeix un cert domini de la llengua perquè requereixen rapidesa de comprensió i i de reacció al que diu l'interlocutor per apropiat-s'ho i fer-ho servir a favor seu.

Aquest tipus de construccions són utilitzades de diferents maneres a la Negociació 1 i encara més freqüentment en l'estudi pilot, gairebé sempre per L, que les fa servir d'una manera molt intel·ligent i eficaç per argumentar.

- **Els encadenaments d'intensificadors.** Per fer un **encadenament** un estudiant comença una frase que un altre o dos companys més continuen i acaben. N'hem trobat a ambdues negociacions, tant a la Negociació 1 com a l'estudi pilot (vegi's 7.6.3.). Amb la força de les intervencions coordinades de diferents membres de l'equip, generen una intensificació dels propòsits de tot el grup sobre un aspecte determinat de la negociació. Els encadenaments adopten funcions diferents que són

les de la intensificació: contradir el contrari, reforçar el desacord o bé posar de relleu el refús, segons l'intencionalitat del parlant.

Els estudiants, les utilitzen poques vegades, però de manera eficaç i si bé no exigeixen unes formes determinades de llengua, sí que requereixen una bona coordinació dels membres de l'equip i alhora demostren la bona cohesió interna dels seus membres.

- **La combinació de procediments d'intensificació.** Finalment, hem observat la gran freqüència d'aparició de diversos recursos d'intensificadors en una mateixa intervenció i ens ha semblat que la **combinació de procediments d'intensificació** (vegi's 7.6.4.) reforça encara més la força il.locutiva de la intensificació. Els estudiants necessiten utilitzar diferents intensificadors agrupats en un mateix punt o bé repartits en la intervenció i aquest fet ens permet d'entendre com l'ús de l'una o l'altra estratègia, acumulació o repartiment de la intensificació, forma part de l'estil de negociar, més directe i agressiu el primer i més moderat el segon.

Es un procediment d'intensificació que tampoc no exigeix un coneixement de la morfosintaxi i que tots els estudiants utilitzen en un moment o altre de la negociació.

### 7.7.2 *Justificació de l'absència de recursos no utilitzats*

La raó de la no aparició dels recursos que detallem a continuació és comuna a tots: la falta d'adequació a la situació comunicativa en la qual es troben els estudiants. Per poder copsar amb més facilitat el tipus de recursos que no utilitzen en donem algunes mostres del castellà col.loquial<sup>23</sup>.

**Els recursos morfemàtics.** No fan servir ni **augmentatius** ni **diminutius**, ni sufixes com – **ísim** (*prontísim*)<sup>24</sup>, **-al** (*dineral*), **-ada** (*pasada*) ni afixes com **extra-**, **in-/im-**, **hiper-**, **mega-**tan corrents en la conversa col.loquial. Tampoc els **substantius** del tipus *maravilla* o *infinidad* ni els **verbs** com *detestar*, *encantar* o *currar* són utilitzats com a recursos lèxics d'intensificació ja que no pertanyen al registre formal del context.

---

<sup>23</sup> Els exemples que donem de les mostres de llengua que corresponen als recursos d'intensificació utilitzats en el llenguatge col.loquial són extrets de l'inventari que fa Albelda (2005).

<sup>24</sup> De les llargues llistes d'exemples utilitzats en la conversa col.loquial, escollim els que podrien ser d'un registre lleugerament més proper del de la situació de negociació que analitzem.

**En la categoria de recursos lèxics**, no empren ni locucions nominals com *tela marinera*, *hecho y derecho*, *sano y salvo*, ni locucions adjectivals com *de sobra*, *de campeonato*, *de primera*, ni locucions adverbials del tipus *a base de bien*, *al cien por cien* ni locucions clausals com *dale que te pego*, *ir como anillo al dedo* no encaixarien en el context comunicatiu de la situació.

Tampoc no hi apareixen **parèmies**, unitats de comunicació mínimes que generalment posseeixen valors culturals concrets com *al pan, pan, y al vino, vino* i tampoc fórmules rutinàries de l'estil de *de eso nada* o bé *!qué va!*.

**Els recursos sintàctics.** Es una categoria en la qual semblen tenir-hi facilitat i els pocs que no s'hi troben, com els substantius del tipus *llueve cantidad*, expressions numerals com *[repetir algo] mil (miles) de veces* i locucions determinatives com *cantidad de (personas)* o *así de gente*, també pertanyen a un registre que es desvia de la norma que se segueix en una comunitat de pràctiques com la del món dels negocis.

**Els recursos semàntics.** Pel que fa als **trops** que es poden utilitzar com a recursos intensificadors no n'hem detectat cap mostra, fet que sembla lògic perquè el gènere al qual pertany la situació professional que els estudiants simulen, no es presta en absolut a la inclusió d'aquest tipus d'intensificació semàntica en cap de les seves varietats ja siguin metàfores, metàfores negatives, símls i comparacions, sinècdques i metonímies o bé hipérboles. La seva inadequació al context és evident ja que es presten més a formar part del registre escrit de tipus literari, periodístic o fins i tot polític, però no de la llengua d'una negociació professional.

**Els recursos fonètics.** No n'utilitzen cap dels que podem trobar en el llenguatge col.loquial com per exemple la pronunciació sil.labejada, les onomatopeies, la intensificació en l'amplitud vocal o les formes apel.latives per atreure l'atenció.

**Intensificació en la modalitat oracional.** Els interlocutors també exclouen del seu discurs les interjeccions i les qualificacions afectives i valoratives que no corresponen al context. No fan servir ni interjeccions (*¡caramba!*, *¡vaya!*, *¡madre mía* ...), ni les qualificacions afectives i valoratives del que s'ha dit del tipus (*¡qué barbaridad!*, *¡casi nada!*, *¡que guay!*).



Hi ha, doncs, una sèrie de formes d'intensificació de la conversa col·loquial oral que no apareixen en la negociació i que serien totalment impròpies en el context determinat d'una situació de negociació que exigeix un registre formal que els interlocutors intenten adoptar perquè és el que consideren apropiat.

Apart de la no utilització de recursos d'intensificació per raons d'adequació al registre de llengua que acabem de tractar, n'hem trobat dues categories que no apareixen en els discurs dels estudiants i que podríem considerar que la seva absència es deguda a la manca de competència lingüística.

**Intensificació en la modalitat lògica.** L'absència del dos tipus de modalitzadors següents, els verbs d'actitud que regeixen una subordinada i la repetició de pronoms personals no és deguda al registre de llengua sinó possiblement al nivell de competència lingüística ja que són estructures que demanen una certa habilitat lingüística per part del parlant.

**El realçament pragmàtic del discurs: intensificadors de l'actitud.** En aquesta categoria ens ha sorprès l'absència del verb performatiu *asegurar* i menys la de *prometer*, perquè ens sembla que seria adequada en les negociacions que es presten a infondre confiança en l'interlocutor quan ja s'ha arribat a un acord. En aquest cas, no podem tenir la certesa que no apareguin aquests intensificadors de l'actitud per desconeixement del funcionament d'aquests verbs, o per una raó d'estratègia adoptada conscientment, o inconscientment pels negociadors i que consistiria a no adoptar una actitud d'inferioritat en relació a l'equip contrari que és la que els estudiants podrien pensar que els donaria la utilització de *asegurar* i de *prometer*.

### 7.7.3 Els gal·licismes en les intensificacions

Hem trobat pocs gal·licismes en el discurs verbal que els estudiants fan servir per intensificar i que siguin incorrectes o no expressin en castellà el que l'aprenent volia dir realment. N'apareixen dos que es manifesten en tres categories de recursos d'intensificació: la modalitat apel·lativa, els verbs d'obligació i el vocatiu.

El primer cas, per bé que el trobem en dues maneres diferents d'intensificar, els estudiants es troben amb la mateixa dificultat. Els exemples són els següents:

- (64) 135. F IMAGINENSE | somos la primera cadena en españa \ ||en terminos de : : de : : prenda de : [de :]
- (107) 75 D > si | pero SEÑORES Y SEÑORITA tenemos | tienen que saber que ustedes están negociando con el corte britanico

Els aprenents no coneixen, o no arriben a utilitzar l'expressió correcta en castellà del que ells tradueixen del francès *imaginez-vous* (IMAGINENSE (64) y *vous devez savoir* (tienen que saber). En castellà, en el cas concret de les dues intervencions, l'expressió correcta hauria estat *tengan en cuenta que* o bé *piensen que/ tienen que pensar que* en la primera y *tienen que tener en cuenta que* en la segona. Els aprenents, tant en la Negociació 1 com en l'Estudi pilot supleixen *tener en cuenta* per dos traduccions literals del francès per fer prendre consciència a l'equip contrari de la importància del CB en el mercat de la distribució a Espanya.

El segon cas de cal idiomàtic del francès que no expressa el mateix en castellà, el trobem en la mostra (107) que acabem de comentar. A l'estudi pilot, l'aprenent fa servir un vocatiu, en adreçar-se a l'interlocutor per mitjà de la seva denominació segons el sexe i l'estat civil, *señores y señorita*.

En francès pot tractar-se d'una manera d'intensificar amb una una força il·locutiva intensa, si va acompanyada d'un to de veu marcat i gairebé emfàtic, *messieurs, mademoiselle*, en aquest cas, que no deixa cap dubte sobre a l'interlocutor sobre la duresa del to que s'està utilitzant. Traduits al castellà, els vocatius, *señores y señorita* poden resultar sorprenents a un nadiu i el poden fer somriure fins i tot. Als interlocutors, però, en aquest cas, pel fet de ser francòfons no els sobta i entenen que el que seguirà serà una expressió de desacord en qualsevol de les seves formes.

#### **7.7.4 Les desviacions del registre formal**

Durant la negociació els estudiants intenten imitar el que ells creuen que és un registre de llengua professional i només en dues ocasions passen a un registre informal quan intensifiquen, utilitzant l'expressió "*vale un montón*" (int. 201 N1) i el vocatiu "*¡hombre!*" (int.

98 EP) al final d'una intervenció que serveix per guanyar-se la confiança i l'acord, certament, però que no es idoni en una situació professional d'aquest tipus.

201.F pero tenemos que repartir todo / | y eso vale | vale un monton vale un...

95. D [¿quince o veinte mil?]

96. S [ ¿quince o veinte mil?]

97. L quince mil | y despues treinta el treinta

98. S treinta | vale | no | quince veinte y treinta | o treinta y veinte | ;hombre!

### 7.7.5 Les funcions del intensificadors

Hem vist al llarg de l'anàlisi dels intensificadors verbals de la negociació com a cadascun dels intensificadors tractats li correspon la funció comunicativa determinada que l'interlocutor li atribueix. El ventall de funcions que assumeixen els operadors d'intensificació és molt ampli i no ens podem apropar a la qüestió sense fer referència abans, al paper preponderant que el context té en aquesta qüestió.

Tant a nivell monològic com a nivell dialògic l'element que actua com a recurs d'intensificació, com a operador pragmàtic que és, no es pot entendre si no s'analitza dins d'un context determinat i és aquesta la característica que distingeix l'enfocament pragmàtic de l'anàlisi dels intensificadors de la resta de valuosos treballs sobre la intensificació que s'havien fet prèviament i que descrivien i classificaven el fenomen aïllant-lo, però, d'un context, tal com hem vist al capítol 6. El fet de treballar amb un corpus ens ha permès de contextualitzar exactament cadascun dels components del discurs i així s'ha pogut comprovar com cada intensificació pot tenir una funció diferent segons el context.

Considerant que en el context situacional estudiat podem trobar els intensificadors amb diverses formes i significats, hem pogut detectar tres casos diferents.

1. Per una banda, ens trobem amb intensificadors que, per la forma han estat classificats tradicionalment com atenuadors però, de fet, en el context de la situació analitzada no atenuen sino que intensifiquen.

Un exemple molt clar és el (int. 321 N1). Efectivament, *que yo sepa* és un operador que segons Albelda (2005, p.150) en la classificació tradicional es considera com un atenuant que fa que l'interlocutor no es responsabilitzi de la veracitat del que diu. En aquest cas, però,

funciona com un intensificador perquè l'estudiant l'utilitza irònicament. Efectivament, T de SEDATEX, amb *que yo sepa*, expressa el contrari del que diu perquè sí que sap perfectament que el CB encara no ha fet cap comanda perquè la transacció encara s'està negociant. T fa servir l'operador *que yo sepa* per manifestar l'enuig.

320. F [PERO VAMOS A COMPRAR] SETENTA MIL UNIDADES es es-

321. T pero **AUN NO** / || que yo sepa \ | a- aun no tenemos- o sea | nosotros somos una empresa joven tampoco podemos-

2. Per altra banda, apareixen intensificadors que tenen la mateixa forma però que no exerceixen la mateixa funció comunicativa perquè aquesta depèn del context.

Donem l'exemple de dues mostres, cadascuna amb la presència explícita del JO en el discurs a (int. 323 N1) i (int. 246 EP). L'aparició forçada i expressa del JO en la intervenció (int. 135 N1), serveix per a l'interlocutor per posar-se de relleu amb el càrrec que ocupa i s'habilita així a manifestar la oposició.

323. T [ pero no veo] | usted no conoce | yo soy el director financiero / | y se exactamente la : la situacion financiera | de nuestra empresa / | y se que *hay-hay* condiciones *de-de* venta que no se pueden hacer | porque va a poner en riesgo [el :]

En la mostra següent (int. 246 EP) el *yo*, també explícit, introdueix un fragment en el qual C prova de donar validesa a les paraules que segueixen, volent justificar la dificultat del que demana i, a la vegada, es responsabilitza del seu contingut introduint-les amb *yo*.

246.C puesto que quieren | una- un contrato de exclusividad | asi que | yo se que QUIZAS es pedir mucho | pero | SI nos ayudais AHORA | haciendo esos esfuerzos para: : nosotros financieros | despues | claro que para vosotros: : sera muy bien | porque despues podremos darlos todos los productos que | que quisieran y | y: : tener más dinero nos permitirá fabricar MAS | producir mas-

Veiem, doncs, que el mateix operador pragmàtic d'intensificació té dues funcions diferents en dos contextos diferents.

3. Finalment hem trobat el cas d'un recurs d'intensificació que pertany a una categoria però que funciona a un altre nivell en el context.

La mostra que presentem es centra en *por supuesto*, que segons la classificació tradicional pertany a l'àmbit de la certesa o evidència intensificada. Ara bé, si l'analitzem en el context de la Negociació 1 veiem que no té exactament el valor de reforç de l'argumentació. El valor pragmàtic exacte de *por supuesto* (int. 41 N1) cal anar-lo a cercar en dues intervencions anteriors (int. 39 N1) i (int. 40 N1).

39. M pues a ver para empezar || quisieramos primero ver | CUANTOS estampados distintos nos pueden proponer /| ↓porque esta bien lo de cincuenta mil unidades pero...

40. A esto va ya a depender | porque soy el director de la produccion / | y esto va ya a depender de la fecha de entrega \ || porque para nosotros es posible hacer hasta veinte / | pero tenemos que tener tiempo para hacerlos \ ||claro || y : : esto : : dependra \ || para nosotros lo mejor era tener una fecha de entrega del siete de diciembre \ || y [esto : : /]

41. M [para veinte] estampados | por supuesto \

42. A para veinte estampados \ claro \

M, a (int. 39 N1), sembla dubtar que SEDATEX pugui produir un nombre d'estampats important i la intervenció de A a (int. 40 N1), no la convenç del tot. Per això, quan A parla d'una data concreta de lliurament, M, immediatament es vol assegurar que obtindrà el màxim nombre d'estampats i precisa la quantitat, vint. Afegint-hi *por supuesto* M a més d'expressar l'evidència, adverteix que aquest nombre no és negociable.

Veiem doncs, que el valor real de *por supuesto* depèn totalment del context i en la negociació que analitzem, malgrat la seva forma de reforç de l'evidència, passa implicar una advertència a l'equip contrari.

Hem pogut comprovar, doncs, que un mateix intensificador no té sempre el mateix valor funcional sinó que n'adopta de diferents segons les intencions dels interlocutors en una situació de comunicació determinada i, per tant, podem afirmar que les funcions comunicatives dels intensificadors depenen totalment del context.

Una vegada establerta aquesta constatació, passem a esbossar les funcions que comunicatives que apareixen en la negociació estudiada. Estem convençuts que el nombre elevat de funcions que hi hem trobat, fan que aquest àmbit tingui una dimensió tal, que fa que requereixi un estudi exclusiu cau fora de l'abast del nostre treball. Tanmateix, intentarem fer-ne una primera aproximació amb les dades que disposem. Precisem que les reflexions

que poguem fer, en la mesura que el llistat que hem realitzat només es fa ressò del que succeeix a la negociació estudiada, en cap moment pretenen tenir un valor universal.

Per il·lustrar la varietat de funcions que els intensificadors poden portar a terme, hem resseguit l'anàlisi realitzat sobre els recursos orals d'intensificació i hem extret la funció que hi acompleixen en cadascun dels casos examinats. Amb això, pretenem assolir dos objectius: per una banda, donar una visió de conjunt de les funcions que apareixen en la Negociació 1 i, per una altra, determinar si en podem extreure elements que ens puguin ser útils en la didàctica del castellà per a ús professional.

Per tal de d'atribuir un ordre en el repertori de funcions, hem agafat un paràmetre que Briz (2001) considera que és una de les característiques més distintives de la conversa col·loquial: obtenir l'acceptació de l'altre. En el cas de la negociació, l'acceptació seria l'acord del contrari. Però per aconseguir l'acord, primer s'ha de cercar i en força ocasions durant el procés negociador cal demostrar el desacord per poder-lo debatre i arribar a un acord. Si acceptem que els intensificadors són el reflex de l'expressió de l'acord i del desacord, en els que apareixen en la negociació analitzada aquest fet hauria de quedar reflectit. Per tal de comprovar-ho, hem adoptat una classificació que parteix de les macrofuncions acord, desacord i es desplega en quatre apartats: la recerca de l'acord la manifestació de l'acord, les diverses manifestacions del desacord i l'expressió del desacord profund (Quadre 4). Cadascuna d'aquestes quatre caselles que representen la intencionalitat del parlant, es concretitzen en les funcions que apareixen en el discurs verbal i que són les que arriben a l'interlocutor que les ha de descodificar per interpretar el missatge tal com ha estat pensat, o de la manera més propera.

Els interlocutors fan servir estratègies per arribar als seus objectius i en moltes ocasions, el missatge verbal té un doble camí: passa de la seva forma externa o simple modificació semàntica a la veritable intenció comunicativa. Així veiem com s'utilitza una quantificació (89), una exageració (57), una comparació (92) una expressió de la qualitat (94) (95) amb la mateixa finalitat: convèncer l'interlocutor. Per exemple, així ho veiem a (int. 227 N1 ) on G, exagerant amb l'adjectiu intensificat "enorme" intenta convèncer l'interlocutor de les dates de lliurament que proposa.

227. G bueno | estamos al primero de noviembre / | y dentro de quince días | YA / ||  
\*e : : bueno | tendrei- si- tendran \*e : : TRENTA MIL unidades que : : | a ver| **ENORME**  
en : quince días

De la mateixa manera, la intenció final de la intensificació de F a (int. 138) és induir l'interlocutor a fer alguna cosa que sap que és difícil d'acceptar i, per aquest motiu, li cal desplegar estratègies per convèncer-lo i per aconseguir-ho es val de l'enumeració d'avantages que la campanya de publicitat feta per la seva empresa els aportarà.

138. F [es para vosotros] | [vamos a hacer publicidad](#) | [vamos a comunicar sobre esta marc-](#) sobre este producto >o sea que | si podeis hacer un GRAN esfuerzo | poner os de acuerdo que : : bueno | no : no : : nos proveen [□antes y...]

En el quadre següent apareixen les diferents funcions lingüístiques realitzades pels intensificadors.

Macrofuncions	Intencionalitat	Funcions trobades
Acord	Recerca de l'acord	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Convèncer (1) (2) (8) (11) (12) (27) (49) (56) (57) (89) (91) (92) (94) (95) (97) 98) (108) (140) (141)</li> <li>• Justificar una proposta que sembla difícil d'acceptar (6) (7) (8) (16) (50) (54) (93) (144)</li> <li>• Justificar una petició (9) (10) (13) (14) (28) (29) (30) (31) (38) (88) (89) (90) (115)</li> <li>• Argumentar la dificultat d'acomplir una petició (15) 130)</li> <li>• Puntualitzar alguna cosa (23) (48) (52) (129)</li> <li>• Comprometre's a fer alguna cosa (24)</li> <li>• Demanar informació (47)</li> <li>• Confirmar un acord (60)</li> <li>• Reforçar el compromís amb el que es diu (71) (72 ) (73) (74) (75)</li> <li>• Reforçar la veritat del que s'afirma (76) (77)</li> <li>• Reforçar l'evidència del que es diu (78) (81) (83)</li> </ul>
	Expressió de l'acord	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manifestar l'acord (79) (80) (83)</li> <li>• Reforçar l'acord (81) (121)</li> <li>• Recolzar una afirmació d'un colega (128) (133) (136)</li> </ul>
Desacord	Manifestacions del desacord	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Imposar una condició (26) (37)</li> <li>• Fer un retret (5) (36) (64) (99) (100)</li> <li>• Oposar-se (17) (24) (32) (111)</li> <li>• Contradir (33) (45) (46) (82) (84) (137)</li> <li>• Refusar (34) (39) (40) (42) (43) (44) (53) (55) (63) (134) (135)</li> <li>• Exigir una resposta/una informació (3) (35) (110) (112) (138)</li> <li>• Desaprovar (41)</li> <li>• Rebutjar (51) (142) (143)</li> <li>• Mostrar recel/desconfiança (58) (101)</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mostrar menyspreu (59)</li> <li>• Exigir alguna cosa (35) (65) (68) (69) (70)</li> <li>• Fer una advertència negativa (66) (67) (85) (103)</li> <li>• Amençar (104)</li> <li>• Queixar-se (87)</li> <li>• Dubtar de la veracitat d'una afirmació (105)</li> <li>• Negar la validesa d'una asserció (117) (131)</li> <li>• Oposar-se (19)</li> <li>• Interrompre un argument del contrari (119)</li> <li>• Reforçar un fals acord(122) (124) (126)</li> <li>• Expressar enuig (123)</li> <li>• Recolzar el refús expressat per un altre (132)</li> </ul>
	Expressar el desacord	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Expressar manifestament el desacord (120) (125) (127)</li> </ul>

Quadre 4. Funcions comunicatives dels intensificadors de la Negociació 1.

El repertori de les funcions comunicatives que els parlants atribueixen als intensificadors verbals ens condueix a fer algunes consideracions.

En primer lloc cal destacar la varietat funcions es despleguen en la negociació i que, òbviament, integren el sistema d'intensificació dels aprenents. Cal recordar que les funcions destacades només són les que pertanyen als intensificadors que fan servir, però que en el seu discurs se n'hi podrien trobar moltes més si s'ampliés el camp d'anàlisi.

En segon lloc, atès que hem comprovat com els estudiants privilegien l'ús de recursos d'intensificació que no exigeixen un coneixement aprofundit de la morfosintaxi de la llengua, és interessant de veure com tenen l'habilitat d'expressar l'acord i el desacord amb una riquesa de funcions que els permeten tirar endavant una negociació amb les diferents etapes que comporta. Es a dir que utilitzen adequadament els recursos que poden manipular en la seva interllengua.

En tercer lloc, si examinem la llista de les funcions aparegudes en els intensificadors, sense haver llegit la transcripció de la negociació, ens podem preguntar fins a quin punt de correcció, en el sentit de bona educació, van negociar els estudiants. El fet de fer retrets, oposar-se, contradir, refusar, rebutjar, mostrar recel/desconfiança, menyspreu, expressar enuig i fins i tot amenaçar sembla que han de reflectir situacions més que conflictives que poden transgredir el codi de comportament de la professió. I, de fet, això no passa en la negociació.



Examinarem el que haurien pogut dir els estudiants amb nivell C1. El Plan Curricular de l'Institut Cervantes (2006), en el nivell C1 els exponents per expressar la funció "amenazar" són:

### Funciones (C1, C2)

#### 4.20. Amenazar

- Como + subj, ...  
*Como no llegues a la hora, no entras*  
*Como hayas estado y no me lo hayas dicho, hemos terminado.*
- Te arrepentirás (de esto)  
*Te juro que te vas a arrepentir de esto.*
- Allá tú con lo que haces, pero...  
*Vete si quieres, allá tú. Pero luego no te quejes.*
- O. Condic. Suspendida (→)  
*Como no llegues a la hora... (→)*

( Plan Curricular del Instituto Cervantes, 2006, p, 234)

I al mateix document, en les tàctiques i estratègies pragmàtiques, l'exemple que correspon a la funció "amenazar" dins la intensificació dels elements del discurs és el següent:

### Tácticas y estrategias pragmáticas (C1, C2)

#### 2. Modalización

##### 2.1.Intensificación o refuerzo

##### 2.1.2. Intensificación de los elementos del discurso

- Estructuras condicionales con como, suspendidas  
*Como me entere de que no has ido a clase →*

( Plan Curricular del Instituto Cervantes, 2006, p, 283)

Els estudiants no fan servir cap dels exponents mencionats pel Plan Curricular de l'Institut Cervantes per amenaçar l'equip contrari. Per acomplir aquesta funció, L, de nivell C1, s'expressa de la manera següent:

- (104) 10. L a ver si quedamos en algo mas :: |\*e :: : que | que que las dos partidas den ALGO \ | porque [si nooo / ]

El que més s'hi acostava és la oració condicional suspesa *Como me entere de que no has ido a clase...* La resta, certament, hauria quedat fora del registre professional al qual intenten adaptar-se i, suposant que coneguessin els recursos, no els utilitzen. El que fan servir com a amenaça implícita, però prou clara, de trencar la negociació, és un enunciat en suspens: si ningú cedeix, no arribaran enlloc i, per tant la negociació no podrà continuar.

Hem citat aquest exemple perquè es pot estendre a la majoria de funcions per manifestar el desacord en la intensificació que s'utilitzen en la negociació. Els estudiants, o com a mínim una bona part dels estudiants, tenen l'habilitat d'expressar el desacord sense provocar un atac frontal, però mantenint la força il·locutiva quan els convé d'utilitzar-la. Saben què han d'evitar, i encara que ens puguin semblar agressius, no ho són mai fins al punt de trencar la negociació.

Per acabar aquest capítol, volem remarcar la varietat i la riquesa de formes d'intensificació que s'han pogut trobar en la negociació estudiada en el discurs espontani d'uns estudiants que simulen una situació professional per a la qual no han estat preparats amb models de la L2.

**CAPÍTOL 8.**  
ANÀLISI DE DADES DEL LLEGUATGE NO  
VERBAL.



## Introducció

Actualment ja ha quedat assumit per part de la comunitat científica que la comunicació humana és un fenomen extremadament complex i no es limita l'expressió verbal del missatge que es vol vehicular. Com observàvem a 2.1.5., després d'haver realitzat les transcripcions dels elements verbals de la comunicació a partir de la gravació amb vídeo, se'ns va fer evident que la comunicació no verbal és un element d'una importància tal, que no el podíem deixar de banda. Coincidim amb Cestero (2006, p.64) que afirma que en qualsevol acte de comunicació humana el contingut o el sentit de cada enunciat únicament es troba en la combinació dels significats o valors de tots els signes, verbals i no verbals.

Voldríem posar un exemple concret per tal de demostrar la importància que pot tenir la interpretació de la gestualitat concretament en l'àmbit de la negociació a nivell internacional. Lars Fant va publicar un article sobre la observació d'una negociació entre participants espanyols i suecs de la qual havia extret una sèrie d'elements per poder arribar a conclusions de caràcter intercultural, comparant els comportaments d'ambdues cultures en una taula de negociació. Un dels aspectes observats va ser el de la interpretació de la mirada. Fant (1989, pp. 263-264) arriba a les següents conclusions<sup>25</sup>:

- L'interlocutor hispànic<sup>26</sup> quan l'escandinau desvia la mirada per cedir temporalment el torn de paraula, ho interpreta com una manca d'atenció i, inclús més greu, com una manca d'interès (amença a l'afiliació i a l'estima).
- L'interlocutor hispànic interpreta la mirada directa que li dirigeix l'escandinau, no com una petició discreta de torn de paraula, el seu veritable significat, sinó com una marca d'atenció i d'interès i, per tant, un signe indirecte perquè continuï parlant.
- Un interlocutor escandinau interpreta la mirada directa que li dirigeix l'hispànic, no com un signe d'atenció i d'interès que és el que vol vehicular, sinó com una marca d'acostament excessiu.

Creiem com Fant, que aquest tipus d'interpretacions d'un element del llenguatge no verbal, pot disminuir sèriament les possibilitats d'una entesa en una negociació entre hispànics i

---

<sup>25</sup> Resum de l'autora del text en anglès.

<sup>26</sup> Hem optat per deixar les denominacions *Hispanic* i *Scandinavian* tal com són en el text original.

escandinaus i que, per aquest motiu, és important integrar-lo en un curs de llengua per a fins específics.

Per tant, sense apartar-nos del nostre objectiu, i malgrat les limitacions tècniques que exposarem a 8.1.3.1., hem volgut dedicar un capítol al llenguatge paraverbal que els estudiants participants en la negociació utilitzen, Hi donem compte de les observacions que ens ha suggerit l'anàlisi de la transcripció codificada que hem portat a terme de la Negociació 1 i que, pensem que, per una banda, poden ser d'utilitat per contribuir al desenvolupament de l'estudi en aquest camp i per una altra banda ens poden conduir a trobar-hi lligams a la didàctica de la L2.

## 8.1 La transcripció del llenguatge no verbal

Per tal de poder analitzar els elements paralingüístics que utilitzen hem hagut de trobar un codi per a transcriure el llenguatge no verbal dels participants en la Negociació 1.

Es ben conegut el problema que planteja tota transcripció tant del llenguatge verbal com del no verbal. Quant més elements es volen incloure, més difícil es fa la lectura per la multiplicitat de signes que la poden fer impossible de desxifrar. I, al contrari, quant menys detalls s'hi incorporen més probabilitats existeixen de deixar de banda informació que pot ser important. Segons Van Lier, (1988, p. 80), és un problema que no té solució, "the transcriber opts for some reasonable balance between accuracy and simplicity, and must be prepared to defend that balance".

Tal com veurem seguidament, hem optat per basar-nos en el model semiòtic de transcripció de Cerdán i Llobera (1997) basat en la "Triple Estructura Bàsica" de la comunicació (Poyatos 1983): llenguatge, parallenguatge i cinèsica. Es tracta d'un model semiòtic que recull informacions sobre aquests tres elements i que inclou, a més a més, la proxèmica i la cronèmica. Ens és molt útil perquè ens permet situar en els temps els elements verbals i no verbals del discurs i així podem visualitzar si els moments en què el discurs s'intensifica o s'atenua, el missatge verbal s'acompanya o no de comportaments no verbals determinats, i, si ho fa, quins són i com s'utilitzen. Ara bé, la diferència de context i de participants, classe de L2 amb interlocutors adults en aprenentatge de L2 per a ús professional, *versus* classe de L1 amb alumnes de vuitè d'EGB en el cas del model de Cerdán i Llobera, fa que o bé no haguem pogut utilitzar signes simplement perquè els elements gestuals no s'utilitzen en les

negociacions observades o bé, a l'inrevés, hi ha gestos que fan servir els participants en les negociacions i no els alumnes de vuitè en el context de la classe de L1. Tal com veurem amb detall a 8.1.3.1.2., en aquest darrer cas s'ha optat per afegir-hi signes propis per tal d'obtenir les dades necessàries pel nostre estudi.

Com ja hem observat, som conscients de la dificultat de lectura que pot ocasionar la multiplicació de signes, però ens hem trobat que la gestualitat dels nostres estudiants, concentrada en les mans i el braços ja que mantenen la posició assegurada durant la negociació, és tan variada i els moviments es succeeixen d'una manera tan summament ràpida, que hem volgut aproximar-nos el més possible a la realitat tot essent perfectament conscients no hem pogut reflectir completament la seva comunicació no verbal. Sobretot, hem intentat que la transcripció ens servís realment com un instrument per analitzar fenòmens del discurs no verbal de la manera més acurada possible.

### **8.1.1 El model de transcripció adoptat**

Com ja hem mencionat, el codi de transcripció adoptat té com a base el model semiòtic de transcripció desenvolupat per Cerdán i Llobera (1997) ja que els seus principis s'adapten perfectament als objectius del nostre treball. Efectivament, és funcional, esquemàtic, combina diferents models i permet seguir literalment una part de la codificació, adaptar-ne alguns elements i, a la vegada, afegir-ne molts d'altres que es fan necessaris per l'estudi que es duu a terme.

Per altra banda, ens interessa sobretot, perquè ens ofereix una lectura simultània de gran part dels elements que intervenen en el discurs dels participants en les negociacions objecte d'estudi. D'aquesta manera s'acompleix l'objectiu que hem volgut aconseguir: situar cronèmicament els elements verbals i no verbals del discurs per a poder visualitzar en la transcripció si els moments en què s'intensifica el missatge verbal s'acompanyen o no de comportaments no verbals determinats, i, si així succeeix, quins són aquests comportaments paralingüístics, en quina mesura s'utilitzen i quines funcions acompleixen.

### 8.1.2 *La nostra adaptació*

El model de Cerdán i Llobera (1997), parteix de la “Triple Estructura Bàsica » de la comunicació de Poyatos (1983) que té en compte tres elements, el llenguatge, el paralenguatge i la cinèsica a la qual hi afegeixen la proxèmica que, certament forma part de la comunicació no verbal. En el nostre cas, però, no incloem els elements de proximitat o allunyament físic perquè els interlocutors estan asseguts al voltant d’una taula de negociació i al no moure’s, no utilitzen aquest element en el seu sistema de comunicació durant les negociacions. En canvi, sí que recollim els adaptadors que corresponen a la categoria “d”auto-adaptadors” i que són els únics que han utilitzat els interlocutors del nostre estudi. Pel que fa als moviments del cos en l’espai que es poden observar són els que fan que la part superior del cos avanci o retrocedeixi escurçant o ampliant d’aquesta manera la distància amb l’interlocutor.

S’ha intentat de reduir el nombre de signes per no fer excessivament feixuga la lectura de les transcripcions, cosa bastant complexa atès la gran quantitat d’elements a tenir en compte, especialment la gestualitat del cap, del braços i de les mans del interactants que es mantenen sempre en una postura assegurada i concentren la seva intencionalitat comunicativa en aquestes parts del cos principalment. Per tant, sempre que és possible, transcrivim un comportament no verbal lingüísticament anomenant l’acció amb una unitat lèxica simple, com per exemple, referint-nos al cap, « sacseja » o màxim doble, « apuja i abaixa”.

Sempre que podem, utilitzem els símbols del model que seguim, però en creem de nous quan es fa necessària una descripció, gairebé sempre de la gestualitat dels braços i de les mans que és la més complexa i variada en el nostre cas i que, pràcticament sempre, implica encadenaments ràpids de moviments. Per exemple, per indicar que un interlocutor “posa el colzes sobre la taula i aixeca el braços mentre acciona les mans/llapis” hem adoptat el signe “↑” i així evitem llargues explicacions que dificultarien la lectura de la transcripció.

Quan trobem moviments de les mans que apareixen poques vegades i que no es corresponen amb cap dels codis de transcripció que hem adoptat, afegim una petita nota explicativa del moviment al seu costat. Per exemple a la intervenció (80), F, posa el seu avantbraç en diagonal davant del seu cos i agrupa els dits de la mà entre parla. Això es representa amb aquest dos codis: "●↖", i és un moviment que el mateix interlocutor fa servir d’altres vegades. Però en aquesta ocasió, a més a més, la mà amb els dits agrupats no es



queda immòbil, sinó que la va movent en direcció a l'interlocutor amb petits moviments endavant i enrere, puntuant els seu discurs mentre fa una intensificació força agressiva. Com que aquest moviment no queda representat pel dos signes del codi de la transcripció, i són prou importants pel que signifiquen en el context, els hem afegit l'observació següent: "agita la mà amb els dits agrupats". D'aquesta manera creiem que la interpretació és més fàcil per al lector.

### 8.1.3 Descripció dels elements analitzats

En el Quadre 1 presentem una altra vegada el model que ha aparegut al Capítol 5 (vegi's 5.5.2.) i que representa la disposició dels elements de la nostra adaptació del model semiòtic de transcripció de Cerdán i Llobera (1997). Considerem oportú de tornar-lo a incloure en aquest punt del treball per poder seguir més còmodament la lectura de la descripció dels elements analitzats que exposem a continuació.

C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9
Informacions		Missatge verbal			Missatge no verbal			
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques		Cinèsica		Proxèmica		
Transcripció		CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai	
					Auto	Objecte		
1.	M.							
2.	G							
3.	M.							

Quadre 1. Fitxa amb el nostre model de transcripció dels elements verbals i no verbals.

Voldríem remarcar quan ens trobem amb una intervenció d'una llargada considerable, com sovint és el cas, es fa difícil de visualitzar quins són els signes que corresponen a les intervencions verbals que representen. Per tal de resoldre aquesta dificultat, s'ha segmentat la producció segons els signes successius que realitzen amb les mans i d'aquesta manera es fa més fàcil de comprendre a quin segment corresponen un signes determinats.

Per altra banda, es subratlla amb groc tant l'element intensificador de la columna 3 que transcriu la intervenció verbal, com els elements cinèsics i de proxèmica que acompanyen el

missatge verbal. D'aquesta manera es pot visualitzar d'una manera ràpida quins són els elements de la comunicació no verbal que es corresponen amb el missatge verbal<sup>27</sup>.

### 8.1.3.1. El comportament cinèsic

En aquesta categoria (columnes 4, 5, 6,) transcrivim els comportaments cinèsics que indiquen moviments d'una part del cos emesos amb una finalitat funcional.

Tal com ja hem assenyalat, la majoria dels gestos que emetem, es fan amb el cap, les mans i els braços i en les negociacions analitzades, els participants, pel fet de mantenir la seva posició assegurada encara han de concentrar més la seva gestualitat en aquests parts del cos amb les quals vehiculen gran part de la seva comunicació no verbal. Per tant, a cadascuna se li atribueix una columna en la transcripció (columnes 4 i 5): "cap", "mans i braços". Els gestos que es realitzen amb d'altres parts dels cos es transcriuen en la columna 6, "altres" I en el nostre estudi, es tracta principalment del moviment fets amb les espatlles de manera intencional.

Volem remarcar que l'objectiu inicial d'aquest treball consistia a analitzar el discurs oral dels participants a les negociacions, per tant, la qualitat de la imatge obtinguda en la gravació no tenia rellevància perquè no era l'element amb el qual s'havia de treballar i l'atenció es focalitzava en la qualitat del so. Posteriorment, en decidir, fer una exploració del paper que la gestualitat podia tenir en la manera d'intensificar el discurs, es va posar en evidència la precarietat dels elements tècnics amb els quals es va fer l'enregistrament i que certament no s'haurien utilitzat si des del principi s'hagués pres aquesta decisió. Això dona com a resultat que la qualitat de l'enregistrament visual és força deficient.

Per altra banda, tal com hem observat, la llunyania de la càmera respecte a la posició dels participants per poder fer sortir tots els interlocutors a la vegada en la gravació, fa que sigui difícil captar d'una manera precisa els canvis d'expressió en la cara dels interlocutors. Es per aquest motiu que no hem analitzat ni els moviments facials ni el contacte ocular. Efectivament, no hem pogut veure amb un mínim de precisió l'expressió facial que inclou el

---

<sup>27</sup> La transcripció completa de la llengua verbal i no verbal de la negociació es troba a l'Annex III.

moviment amb els ulls, les celles, els múscles facials i la boca, i que en el nostre model de transcripció es tradueix en paraules que tenen significats identificables en un marc d'una cultura comuna (Zanón 1992) o molt propera, com per exemple "sorpresa" o "ironia". No ens hem volgut arriscar a fer interpretacions aproximades que no haurien estat gens acurades ni verificables.

Varem intentar tenir també en compte el contacte ocular, que els participants de les negociacions mantenen amb la part contrària o bé, quan cal, amb el seu propi equip, però ens varem trobar amb la mateixa dificultat. Pel que fa a la persona exacta de l'equip amb qui manté el contacte ocular la persona que parla, l'enregistrament no és prou precís per poder-ho indicar. Ni la imprecisió de la imatge, ni la distància de la càmera amb la que es van filmar els interlocutors ens permeten d'afirmar on es dirigeixen les mirades d'una manera precisa. Per tant, només hem indicat el moviment que el parlant fa quan gira el cap i es dirigeix la mirada a algun membre del seu propi equip.

Passem considerar diferents aspectes del comportament cinèsic, que queda reflectit en les columnes 4,5 i 6.

#### 8.1.3.1.1 Moviments amb el cap

Cal distingir entre els gestos fets amb el cap sense cap finalitat de comunicació per part de l'interlocutor i que es veuen determinats per la voluntat d'establir un contacte ocular amb un altre /altres: són els moviments obligatoris, representats per MOs. En canvi, els moviments escollits per l'emissor amb la intenció de transmetre un significat, s'anomenen MsLLE, és a dir, moviments de lliure elecció i no es presenten de manera aïllada en el conjunt dels elements verbals i no verbals.

Pel fet que, com hem remarcat, els MsLLE poden tenir una funció significativa determinada, els hem registrat en la transcripció i hem deixat de banda els MOs, que no eren rellevants pel nostre estudi dels moviments d'intensificació en la interacció. Els MsLLE que hem observat en els participants de les negociacions (Quadre 2) són els vuit següents :

<b>MsLLE</b>	<b>aixeca</b>
	<b>abaixa</b>
	<b>apuja i abaixa</b>
	<b>assenteix</b>
	<b>nega</b>
	<b>sacseja</b>
	<b>inclina</b>
	<b>avança</b>

Quadre 2 . Moviments de lliure elecció amb el cap.

Cal fer aclariments per tal de precisar la natura dels moviments del quadre precedent. En el nostre estudi, atribuirem les següents descripcions, Quadre 3, a cadascuna de les categories de moviments del cap.

<b>MsLLE</b>	<b>aixeca</b>	aixeca la barbeta per mirar algú
	<b>abaixa</b>	abaixa el cap i mira l'interlocutor
	<b>apuja i abaixa</b>	moviments alternatius mentre argumenta: successivament, mira l'interlocutor/s i abaixa el cap per referir-se al paper d'instruccions
	<b>assenteix</b>	mou el cap en sentit afirmatiu
	<b>nega</b>	mou el cap d'esquerra a dreta a una velocitat més aviat lenta en sentit negatiu
	<b>sacseja</b>	mou el cap d'esquerra a dreta, amb moviments ràpids
	<b>Inclina</b>	mou el cap cap a un costat
	<b>avança</b>	mou el cap cap endavant
	<b>enretira</b>	mou el cap cap enrere

Quadre 3 Descripció dels moviments de lliure elecció.

En la descripció precedent, a aquests MsLLE no se'ls atribueix un significat determinat. Encara que pot semblar que els moviments “assenteix” o “nega” porten una càrrega significativa molt determinada, a mida que hem anat observant els vídeos de les

negociacions, hem pogut determinar que s'empren per realitzar diferents funcions i, en el cas d'aquests dos moviments, l'únic significat global que poden tenir, seria d'expressar acord per "assentir" i desacord per "negar".

Així doncs, ja que les categories que presenta el model de transcripció no verbal que seguim són descriptives, no funcionals, només l'anàlisi contextualitzat del discurs no verbal de les transcripcions ens donarà les diferents funcions que els interactants en les negociacions observades han atorgat a cadascuna d'aquestes categories.

Per tant, en el Quadre 3 podem constatar com el paradigma inicial de les vuit categories dels moviments del cap del Quadre 2, s'ha ampliat amb la incorporació de la diferent funcionalitat de cadascun dels elements que s'ha observat a mida que s'ha anat desenvolupant la transcripció de les negociacions.

#### 8.1.3.1.2 Gestos amb les mans i els braços

En el nostre cas, no es pot utilitzar una gran part dels gestos de les mans i els braços descrits per Cerdán i Llobera (1997) ja que el context d'una classe de primària, que és la que es descriu en el seu estudi, i la situació d'una classe d'adults que simulen una negociació al voltant d'una taula tenen certament paral·lelismes, però també força diferències. Les ordres del tipus "mira", "escolta", "atenció", "silenci", "aixeca't", "vés-te'n", "vine", no es donen en les negociacions simulades, perquè no tenen lloc en les negociacions de caire professional. Per tant, hem incorporat al model una sèrie de transcripcions de moviments que es repeteixen molt freqüentment en les interaccions estudiades.
















Volem fer dues remarques sobre la codificació que hem adoptat d'alguns moviments de les mans i els braços.

1. Per tal de no multiplicar els signes innecessàriament, els moviments que indiquen temps i durada, els hem agrupat en tres blocs als quals corresponen tres moviments genèrics i es representen amb tres signes diferents:
  - Els que indiquen futur, "*después*" "*más adelante*" "*dentro de*", "*de aquí a allí*" els correspon un mateix moviment amb la mà, del cos cap enfora. Signe: ⌚

- Els que fan referència al passat, “antes” “desde hace tiempo”: els participants es representen per un mateix moviment de la mà que va d’endavant cap enrere. Signe: ↶
  - Els que representen una durada, « duración» “evolución” « más largo” (temps) “más extenso » (temps) la perífrasi ir+gerundi (ir vendiendo): la mà es desplaça horitzontalment sense contacte amb la taula amb el palmell cap avall o perpendicular. Signe: ↴
2. Observem diversos elements de la comunicació no verbal amb les mans i braços que apareixen només una vegada o dues. Només atribuïm una codificació especial als que poden tenir una freqüència i una incidència en la intensificació del discurs. Com que no els volem excloure de la transcripció els farem aparèixer tal com han estat dits i expliquem a continuació a quin moviment de les mans i braços dels interlocutors correspon.
- (107) “más o menos”: mà fent moviments d’oscil·lació.
  - (119) “nega amb el dit”: moviments de dreta a esquerra amb l’índex.
  - (142, 153) (330) “calma”. S’expressa de dues maneres:
    - (142) (153) moviments cap amunt i cap avall amb els braços estesos cap a l’equip contrari.
    - (330) avantbraç en diagonal de la mà dreta, colzes enlaire i punta dels dits de la mà esquerra estesa amb els dits junts tocant el palmell de la dreta (signe que ve de l’esport i que significa “temps mort”).
  - (201): gira el full d’instruccions.
  - (297): es frega el davant de la barbeta.
  - (354) (355) (356) (357): recull els papers de sobre la taula en acabar mentre s’acomiada.

Presentem a continuació la codificació dels moviments dels braços i les mans que hem adoptat per a la nostra transcripció. Voldríem remarcar que és purament arbitrària, ja que en molts casos no podíem trobar un signe que representés gràficament el moviment. Per altra banda, tampoc no és exhaustiva ja que som perfectament conscients que no els hem arribat a transcriure tots degut a la rapidesa de l’acció i la multiplicitat de moviments que arriben a fer els interactants en cadascuna de les seves intervencions.

<b>Codificació dels moviments amb les mans i els braços</b>	
<b>GEST</b>	<b>CODI</b>
Temps (passat): "antes" "desde hace tiempo"	↶
Temps (durada) : " duración", "evolució" " más largo" "más extenso "	🕒
Temps (futur) : “después” “más adelante” "dentro de" "luego" “de aquí a allí”	↷
“escriu”	✍
Imita amb les mans la forma d'un objecte	□
Funció dística: nosaltres/jo + NOS/JO	↶
Funció dística: vosaltres: VOS	↷
Funció dística: “otros” (55) (59) (87)	↻
Dóna un cop amb l'anvers de la mà al palmell de l'altra mà	⊗
Indica un nombre amb els dits	✋
Successió d'accions	🏠
Dits units en un punt	●
Dits oberts	✋
Dits junts	△
Separa les mans	↔
Ajunta les mans i les mou verticalment	↑↑
Palmell cap amunt	⬆
Palmell cap avall	⬇
Palmell en posició vertical	( )
Senyala el paper	👉
Mans planes sobre la taula	==
Obre els braços i separa les mans	↔
Dirigeix la mà cap a l'equip contrari	↑
Apunta amb l'índex	👉
Braç en diagonal davant del cos	↙

Moviments semi rotatius amb les mans	
Mà perpendicular sobre la taula, donant copets	
Braços encreuats	
Mans encreuades	
Mà horitzontal per sobre la taula	
Mans paral.leles sobre la taula : moviments alternatius	
Aixeca el braç i la mà cap a l'equip contrari	
Mà plana sobre la taula donant copets	
Mou una mà cap a sí i cap a l'interlocutor, palmell vertical	
Punta dels dits/llapis sobre la taula donant copets	
Posa el colzes sobre la taula i aixeca el braços mentre acciona les mans/llapis	
Moviment del braç des d'amunt cap avall	
Mà en posició vertical sobre la taula	
Apunta l'interlocutor amb el llapis	
Mou horitzontalment la mà paral.lela al cos amb el palmell dirigit cap a si mateix	

Quadre 4. Codificació dels moviments amb les mans i els braços

### 8.1.3.1.3 D'altres gestos

Els gestos no efectuats ni amb el cap ni tampoc amb les mans i els braços els recollim en la columna 6. En les negociacions analitzades només han aparegut els moviments d'arronsament de les espatlles que s'utilitzen en diverses situacions i tenen diferents significats segons els interlocutors. Poden ser un elements de reforç de la intensificació o de l'atenuació del discurs i, per tant, rellevants pel nostre estudi. Els representem amb paraules: "espatlles".

No apareix cap dels anomenats "pantomims" de Kendon (1982) perquè en el tipus de situació objecte del nostre estudi no hi tenen cabuda. Es tracta d'un tipus de gest que acompanya l'acció d'una narració i la dramatitza amb el gest. Per tant, és perfectament lògic que no n'hi hàgim trobat cap ja que en la negociació no s'han de transmetre els



esdeveniments d'una història ni la seva interpretació ni els estats emocionals del personatges que hi intervenen.

### 8.1.3.2. Proxèmica

En aquest apartat recollim les informacions sobre el comportament proxèmic dels interlocutors que, en el nostre cas, es concreten en el Contacte Corporal i el Moviment del Cos en l'Espai.

#### 8.1.3.2.1 Contacte corporal: els adaptadors

En la columna 7, i 8 transcrivim els tipus de contacte corporal que presenten els participants de les negociacions. La nostra anàlisi correspon a la categoria d'adaptadors de la classificació d'Ekman i Friesen (1969, 1981) i en el nostre estudi en trobem dues modalitats: els "auto-adaptadors" (columna 7) i els "objecte-adaptadors" (columna 8), segons el parlant té contacte amb una part del seu cos o bé agafa un objecte.

En la categoria els "auto-adaptadors" observem el contacte de la mà amb la barbeta mentre es parla, el fet de posar la mà plana sobre el genoll al final d'una intervenció i també el la posició del palmell de la mà sobre el clatell la qual aconsegueix una funció molt determinada, com veurem, en la gestualitat d'un dels participants.

En la segona, incloem el contacte amb el llapis o bolígraf. Hem observat que els "objecte-adaptadors" no són utilitzats per tots els negociadors i poden tenir una intenció comunicativa. En el cas del llapis, o bé es tracta d'un moviment reflex de mantenir-lo a la mà mentre es parla, o bé es fa servir per apuntar-lo en direcció a l'interlocutor. En el primer cas no té una funció determinada, però en el segon reforça el que s'està dient verbalment, i per tant, té una funció comunicativa.

Hem adoptat la mesura de transcriure tots els "auto-adaptadors" amb el nom de la part del cos, "barbeta", "clatell", "genoll" quan posa les mans sobre les cames per sota la taula i "front" quan es posa la mà al front. Els "objecte-adaptadors" apareixen amb el nom de l'objecte, "llapis" i "papers" (document amb les instruccions donat per la professora).

Destacarem en l'anàlisi posterior si tenen un valor d'expressió de la intensificació en moments determinats.

No constatem la presència de cap "àlter-adaptador", és a dir, de contacte físic amb els altres interlocutors, per exemple: abraçar, retenir, apartar, enllaçar, donar la mà, besar, pessigar etc. Es tracta d'una absència lògica, essent donat el caràcter formal del context en el qual evolucionen els interactants: una negociació en una empresa amb interlocutors que no coneixen i que, per tant, té un context sociocultural molt determinat que és familiar als participants i al qual tracten d'adaptar-se i que, en cap cas inclou el contacte físic en el seu codi d'actuació.

Veiem un resum dels "auto-adaptadors" que apareixen en el Quadre 5. S'indica el que apareix en la codificació de la transcripció i entre parèntesi la descripció del gest.

Auto-adaptadors	Objecte-adaptadors
barbeta (mà sota la barbeta mentre parla)	llapis (per sostenir i acompanyar els moviments de la mà)
clatell (es passa la mà pel clatell)	papers (tocar el full d'instruccions sobre la taula)
genoll (mà plana sobre la regió del genoll)	
front (passa la mà pel front)	

Quadre 5. Contactes corporals (adaptadors) en la negociació.

#### 8.1.3.2.2 Moviments del cos en l'espai

En realitat, pel nostre estudi, aquest apartat té poca varietat de moviments del cos en relació als altres participants, pel fet que els informants estan asseguts. Es per això que hem pogut detectar només dos moviments del cos en l'espai restringit en el qual es desenvolupa la negociació: el d'avançar-lo i el de retirar-lo en relació amb els interlocutors. Considerem que no es tracta de Moviments Proxèmics Obligatoris (MPO) que han de fer per tal d'escoltar de més a prop com podria ser el cas d'avançar el cos, o bé simplement per canviar de posició en el cas de retirar-lo, sinó que, tal com veurem en l'anàlisi, són Moviments Proxèmics de Lliure elecció (MPLIE) perquè quan es porten a terme, tenen un significat en el context

precís de la negociació i estan especialment lligats al fenomen del discurs que estem analitzant.

Els representem per, “avança” en el cas d’avançar el cos, i “retira” si el participant el tira enrere i, repetim, no es es porten a terme per una raó física d’apartar-se per tal veure més bé alguna persona que o bé d’apartar-se per sentir més bé algú que parla massa fluix, sinó que, la variació de l’espai entre els participants en la negociació és deguda a diferents funcions comunicatives. A més d’aquests dos moviments que es troben a Cerdán i Llobera (1997), n’hem observat un altre realitzat pels interlocutors varies vegades. El primer el transcrivim com a “balanceja” i consisteix a avançar el cos i a tirar-lo enrere, en posició assegurada, mentre s’està fent un intervenció oral. El segon, transcrit com “inclina”, indica la inclinació del cos feta pel parlant cap a la dreta o bé cap a l’esquerra i ambdós tenen una funció determinada.

“avança”	avança el cos
“retira”	retira el cos
“balanceja”	avança el cos el tira enrere repetidament
“inclina”	Inclina el cos cap a la dreta o a l’esquerra

Quadre 5. Moviments del cos.

Amb aquestes eines de treball emprendrem l’anàlisi del comportament no verbal dels interlocutors de les nostres transcripcions, tenint sempre com a objectiu determinar si la gestualitat incideix en la intensificació verbal i en quina mesura aquests dos canals es corresponen. D’aquesta manera podrem decidir si tant els moviments cinèsics com la proxèmica adopten unes funcions comunicatives determinades i, per tant, formen part de l’acte de comunicació.

## 8.2 Funcions comunicatives de la gestualitat

### 8.2.1 Objectiu i remarques prèvies

Creiem necessari fer tres remarques prèvies a la nostra anàlisi de les funcions comunicatives de la gestualitat.

En primer lloc, i d'acord amb els principis de la metodologia etnogràfica, les conclusions que puguem extreure de l'anàlisi de les transcripcions, només s'apliquen a la negociació estudiada i en cap cas constitueixen principis generals. El nostre objectiu consisteix a observar si el llenguatge no verbal utilitzat pels nostres estudiants aconsegueix funcions comunicatives. Volem saber si en la seva interacció, i concretament en el cas de la intensificació del discurs, fan servir el llenguatge verbal, quins elements hi apareixen i quin valor funcional hi tenen.

En segon lloc, volem recordar que només analitzem els MsLLE (moviments de lliure elecció) que apareixen en les interaccions estudiades, és a dir, els que tenen una intenció comunicativa per part de l'emissor i, per tant posseeixen una funció significativa dins del discurs i/o una funció dins de la interacció. Aquests gestos no es presenten d'una manera aïllada sinó que s'emeten simultàniament amb d'altres elements no verbals per expressar una intencionalitat. Ara bé, en les nostres transcripcions hi ha un dels gestos que es fan amb el cap que no és de lliure elecció. Es tracta del que està indicat com a "gira", ja que quan un dels interactants gira el cap és per buscar el contacte ocular amb un membre del mateix equip amb el qual vol comunicar i cal que, físicament, faci aquest moviment, altrament no el podria veure. L'hem inclòs en les transcripcions per tal que el lector pugui entendre a qui va dirigit el missatge sense la imatge del vídeo.

En tercer lloc, remarquem que malgrat que haguem realitzat la codificació de la gestualitat de totes les intervencions de les seqüències escollides per la nostra anàlisi, només ens hem centrat en l'observació i estudi de les manifestacions d'intensificació en el discurs dels participants en les negociacions. Les nostres conclusions, doncs, només s'aplicaran als elements del discurs que creiem que representin aquesta estratègia comunicativa i no pas al mateix moviment que pot aparèixer en un altre moment de la interacció però que no es doni com a part integrant d'un procediment d'intensificació utilitzat per l'emissor.

### **8.2.2 Les funcions lingüístiques dels signes no verbals**

Hem volgut analitzar si els interlocutors utilitzen la gestualitat amb una intenció comunicativa, com a part intrínseca de la comunicació. Per això procedirem primer, a examinar les funcions que es realitzen amb els vuit moviments del cap que es fan servir en la negociació. A continuació, veurem que, donada la seva extensió i complexitat, enfoquem el tema de la funcionalitat de les mans i els braços des d'un altre punt de vista. Aïllarem els

gestos que apareixen en la negociació amb una única funcionalitat i que són emprats per tots els participants així com els que són utilitzats per interlocutors individuals. Obtindrem així una recensió de quins són els gestos monofuncionals fets amb les mans i els braços i sabrem que tots els altres que s'han codificat poden ser multifuncionals i anirem analitzant la seva funcionalitat a mida que anem avançant en l'apartat. Finalment, observarem com funcionen els moviments amb d'altres parts del cos, als adaptadors i els moviments del cos en l'espai.

Atès que el parlant intensifica dels discurs amb uns objectius determinats i els expressa tant amb el llenguatge verbal que hem analitzat al capítol 7, amb com el llenguatge no verbal, el que ens interessa en aquest apartat és veure quins signes no verbals utilitzen els aprenents per intensificar i amb quina finalitat comunicativa els fan servir i, a la vegada, entendre si són monofuncionals o multifuncionals.

Voldríem puntualitzar que el concepte de “funcions lingüístiques” que utilitzem segueix el que va ser adoptat en el Nivell Llindar (1979) i ampliat posteriorment pel Consell d'Europa (*Threshold Level*, 1990). El Plan Curricular de l'Institut Cervantes (2006) en va fer una versió pel castellà i li dóna el nom de “funciones”, i el Marc comú de referència europeu (2002) anomena “microfuncions”. Entenem les funcions lingüístiques com un determinat tipus d'unitats de la llengua que són el resultat des de l'anàlisi des de la perspectiva de l'ús que se'n fa i no de la seva estructura formal (Martín Peris *et alii*, 2008, p. 254).

La literatura sobre la comunicació no verbal (Cestero,1998 p.11) es refereix a la plurifuncionalitat dels signes del sistema de comunicació no verbal afirmant que poden accomplir cinc funcions fonamentals<sup>28</sup>. Es tracta de les següents: afegir informació (confirmar, reforçar, debilitar, contradir o “camuflar” el contingut o el sentit d'un enunciat verbal), comunicar substituint el llenguatge verbal, regular la interacció, compensar les deficiències verbal, i afavorir les converses simultànies.

Ara bé, aquestes funcions que Cestero anomena “fonamentals” no són exactament les que nosaltres volem explorar perquè el nostre camp de recerca és molt específic i està centrat en les funcions lingüístiques de la intensificació des d'un enfocament pragmàtic i aquesta autora fa al·lusió a la interacció en general. Tanmateix, si el nostre enfocament no és

---

<sup>28</sup> Martín Peris *et alii*, (2008, p. 111) en dóna una llista molt semblant i puntualitza que són les possibles funcions que el sistema no verbal pot portar a terme en relació amb el sistema no verbal.

exactament el mateix, ens sembla interessant de veure, una vegada fet l'estudi de les funcions lingüístiques que hem pogut atribuir als signes no verbals, si hi ha elements de la llista de les funcions fonamentals de Cestero que puguin ser comentats. Per tant, desenvoluparem aquest tema al final de l'anàlisi de les funcions lingüístiques.

### 8.2.2.1. Els moviments amb el cap i les seves funcions

Observant els moviments fets amb el cap, es fa tot seguit evident la multifuncionalitat de certs gestos y la monofuncionalitat d'altres. Hem vist a 8.3.1.1. els vuit moviments fets amb el cap utilitzats pels interlocutors. El examinarem de més a prop per determinar quines funcions adopten, segons el context i la intencionalitat de l'emissor.

Hem anotat els següents moviments fets amb el cap, quins moviments els corresponen exactament i també la/les funcions que exerceixen en les intensificacions en les quals participen<sup>29</sup>.

**Aixeca** (aixeca la barbeta per mirar algú).

- Es demana informació que és important i que se sap que l'altra part no està disposada a donar sense reticències (39).

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Mov. Cos en l'espai		
						Adaptadors		
						Auto	Objecte	
39.	M.	pues a ver para empezar    quisieramos primero ver   CUANTOS estampados distintos nos pueden proponer /  ↓porque esta bien lo de cincuenta mil unidades pero: /	aixeca  assenteix inclina	↓ ⇔ "↑‡"  ↓△				retira  inclina

- S'expressa el desacord (247)

<sup>29</sup> En el primer exemple que es dona, hi apareixen les categories de dades que es recullen en les transcripcions. Per tal de no fer massa carregosa la lectura, en les següents mostres s'hi inclouen directament els encapçalaments dels elements verbals i no verbals que s'analitzen en el nostre treball.

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
247.	T. si hacemos un descuento de :: de veinte por ciento porque <b>hacejs el merchandaising ES UN POCO</b> ::	sacseia	« ↓ △ » ∪ ↓↑ »	espatlles			

- S'exigeix l'acord (237)

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
237.	M. pero pero este es el <b>PRIMER</b> pedido   somos <b>la PRIMERA</b> cadena en <b>españa</b>   la notoriedad para ustedes va a ser <b>ENORME</b>	aixeca assenteix	↯ ∪ « ↯ ( ) »			llapis	

**Abaixa i mira:** (abaixa el cap i mira l'interlocutor).

- S'expressa el desacord (134) (304 ( 321)

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
134	T. pero tambien <b>somos nosotros</b>    que no podemos producir <b>mas</b> que-	inclina	« mans sota la taula »	espatlles			
304.	A. porque tambien <b>tenemos</b> [clien-]	abaixa	▲				avança
321.	T. pero <b>AUN NO</b> /     que yo sepa \    a- aun no tenemos- o sea   <b>nosotros</b> somos una empresa joven tampoco podemos-	abaixa	↯ ↯ ↯ » ↑↑↑ "				avança

**Apuja i abaixa** (moviments alternatius: successivament, mira l'interlocutor/s i abaixa el per referir-se al paper d'instruccions).

- S'exigeix (245)

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
245.	T. y después   a cuanto <b>habeis</b> evaluado el esfuerzo de :: <b>comerch-</b> la comercializacion     <b>darnos</b> cifras concretas / y <b>asi</b> podemos hablar  <b>mas</b>   <b>mas concretamente</b> de <b>como</b> repartir estos costes [porque ]	aixeca puja i abaixa assenteix	"↑↑↑" « ↓↑↑ » ↓				

- Es pregunta, es puntualitza, fent referència a dades del paper que es converteix en referent de moltes afirmacions. (80) (346).

## Capítol 8 – Anàlisi de dades del llenguatge no verbal.

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
80.	F. cuanto tiempo necesitas para : PRODUCIR   por ejemplo   DIEZ MIL unidades   con   quince estampados diferentes \   yo quiero    cifras   bueno-prec-   bueno- mas o menos	apuja abaixa assenteix	"↶ ● ↷" agita la mà amb els dits agrupats  « ● ↶ » agita la mà amb els dits agrupats				
346.	M. bueno    pues entonces para resumir    nos ENTREGARIAN   trenta mil unidades el QUINCE /	puja abaixa	"↑↓"			llapis	avança

**Nega:** (mou el cap d'esquerra a dreta a una velocitat més aviat lenta en sentit negatiu).

- No s'està d'acord (108)

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
108.	F. PEROMIRA NO    porque :: vendemos   bueno   la :: la mayoría de la :: de la :: de la :: de la :: de lo (que)...	nega	"↶ ↑ ↓ ↷"  ↓				

**Assenteix :** (mou el mou el cap en sentit afirmatiu).

- Es recolza el que s'està dient (45) (196)

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
45.	A. tenemos mucho en existencias   tenemos mucho  y podemos   provee :: proveerles ya   pero ...	assenteix	↔  "↑↓"			llapis	avança
196.	F. bueno   a setent- a :: sesenta días tenejs todo :: todo :: el dinero *e :: de las veinte mil unidades    IGUAL	abaixa i apuja	↻				

- S'està d'acord (56)

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
56.	M. [si claro si]	assenteix	↻				



- S'accepta (99)

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
99.	J.	[el treinta] mejor [mejor sí] y para vosotros también [señal mejor]	assenteix	☞			

- Es comparteix l'opinió de l'altre (196)

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
196.	F.	bueno   a setent- a :: sesenta días teneis todo :: todo :: el dinero te :: de las veinte mil unidades    IGUAL	abaixa i apuja	☞			

- Es vol convèncer algú (190)

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
190.	T.	[sí sí sí]   son buenas condiciones [para nosotros]	assenteix	!			

- Es ratifica alguna cosa (78)

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
78.	G.	[sí cinco estampados]	assenteix	▲			

- S'exigeix (80)

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
80.	F.	cuanto tiempo necesitas para : PRODUCIR   por ejemplo   DIEZ MIL unidades   con quince estampados diferentes \   yo quiero    cifras   bueno- preci-   bueno- más o menos	apuja abaixa assenteix	☞ "●☞" agita la mà amb els dits agrupats  «●☞» agita la mà amb els dits agrupats			

**Inclina** : es mou el cap cap a un costat.

- Es vol demostrar desconfiança (41)

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
41.	M.	[para veinte] estampados   por supuesto \	cap inclinat			barbeta	llapis	inclina

- Expressa desaprovació (294)

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
294.	F.	o sea para cincuenta mil es imposible   y para setenta mil es posible   es que :	inclina	"↕↔"				avança

**Sacseja**: (mou el cap d'esquerra a dreta, en moviments ràpids).

- Es reforça l'obvietat del que s'està dient mentre s'emet un missatge que se sap que no agradarà l'altre interlocutor (220)

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
220.	T.	no   tres por ciento son las condiciones que   que hacemos a nuestros buenos clientes  que ya tenemos desde   desde desde mucho tiempo      así que   creemos que es fuerte-	sacseja  sacseja	↑  « ↑↕△ »				avança

- S'expressa desacord (110)

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
110.	F.	los productos se venden por la navidad    o sea durante la period- el periodo de navidad o sea que   lo necesitamos ante-bueno mucho tiempo antes    o sea dos semanas por lo menos /    y : sería ideal un mes   un mes antes    o sea...	sacseja	"↑↕" ↔  ↕  ↔ ↕ ↓	espatlles			

**Avança:** (cap endavant)

- Es vol expressar desacord amb agressivitat (320)

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
320.	F.	[PERO VAMOS A COMPRAR] SETENTA MIL UNIDADES es es-	cap inclinat endavant	"↑↖●" agita la mà amb els dits agrupats				avança

Resumim en el Quadre 6 les funcions que en el context del nostre estudi es donen en cada categoria.

- **Assenteix** (mou el cap en sentit afirmatiu)
  - Es puntua el que s'està dient
  - S'està d'acord
  - S'accepta
  - Es comparteix l'opinió de l'altre
  - Es vol convèncer algú
  - Es ratifica alguna cosa
- **S'exigeix alguna cosa**
- **Aixeca** (aixeca la barbeta per mirar algú)
  - Es demana informació que és important i que se sap que l'altra part no està disposada a donar sense reticències.
  - S'expressa el desacord.
  - S'exigeix l'acord.
- **Abaixa i apuja** (moviments alternatius: successivament, mira l'interlocutor/s i abaixa el cap per referir-se al paper d'instruccions)
  - S'exigeix
  - S'explica, s'argumenta, fent referència a dades del paper que es converteix en referent d'afirmacions
- **Inclina** (es mou el cap cap a un costat )
  - Es vol demostrar desconfiança
  - Expressa desaprovació
- **Sacseja** (mou el cap d'esquerra a dreta, en moviments ràpids)
  - Es reforça la obvietat del que s'està dient mentre s'emet un missatge que se sap que no agradarà l'altre interlocutor
  - S'expressa desacord
- **Avança** (cap i cos endavant)
  - Es vol expressar desacord amb agressivitat
- **Abaixa i mira** (abaixa el cap i mira l'interlocutor).
  - S'expressa el desacord
- **Nega** (mou el cap d'esquerra a dreta a una velocitat més aviat lenta en sentit negatiu)
  - No s'està d'acord

Quadre 6. Funcions dels moviments del cap de lliure elecció.

Hem posicionat els moviments del cap per ordre decreixent segons la major o menor capacitat d'adoptar diferents funcions tal com han estat emprats en la negociacions. Es pot observar com “assenteix”, especialment, i també “aixeca” són utilitzats pels interlocutors amb diverses funcions, segons la intenció que volen expressar en la intensificació. En canvi, d'altres, com “avança” i “nega” només es fan servir per a una sola funció. El moviment d'abaixar el cap s'ha codificat com a “abaixa i “mira” quan acompanya una intensificació que expressa el desacord i és un signe d'hostilitat. En canvi, el distingim d'“abaixa i apuja” que es produeix quan l'interlocutor mira el paper d'instruccions per consultar-lo o per fer-hi referència, i després l'apuja per mirar el seu interlocutor.

No es pot atribuir un d'aquests signes a la gestualitat d'un dels participants, tots els empen tots. “Assentir” és un gest realment multifuncional en aquesta negociació, mentre que “avançar”, abaixar i mirar” i “negar” són percebuts com a menys flexibles i només acompanyen un intensificador amb una única funció.

El cas de la monofuncionalitat de “negar” és explicable pel fet que en la cultura dels interactants, el gest de fer una negació amb el cap té una única funció i també en una bona part de la cultura europea. Avançar el cap coincidint també amb el mateix moviment del cos i abaixar-lo mirant l'interlocutor, també en le normes gestuals dels francòfons poden ser signes d'agressivitat o de desacord, quan el context ho determina. Es pot dir que ja estan marcades d'una determinada manera per la norma social i els estudiants les reproduïxen.

#### **8.2.2.2. Els moviments amb les mans i els braços**

La complexitat de les produccions no verbals realitzades amb les mans i els braços presenten dificultats per a fer-ne la transcripció. La varietat i la gran freqüència d'ús en són les causes principals i també la manca de precisió visual de la gravació de poca qualitat. Els canvis dels moviments de les mans, sobretot, en un període de temps extremadament breu, fan que, malgrat haver-los visionat a una velocitat lenta, ens faci ser conscients del fet que no ens ha estat possible reproduir tots els moviments que realitzen els interlocutors.

Aquesta varietat i freqüència, a més a més, es veuen incrementades pel fet que, com ja hem assenyalat, els equips de negociació estan asseguts i el que els serveix per realitzar la seva comunicació no verbal són les parts del cos que es veuen més. En observar l'enregistrament en vídeo, el que més es remarca, són precisament els moviments de les mans i dels braços,

molts més que els del cap i de la resta del cos. I és que els participants a les negociacions concentren la seva gestualitat en aquestes parts del cos.

L'extrema multiplicitat de gestos amb les mans i els braços ha fet que la codificació que n'hem fet (8.1.3.1.2.) sigui llarga, encara que hem intentat de no multiplicar-los i d'aportar petites notes escrites en comptes de crear un signe nou, especialment si es dóna poques vegades.

A l'inrevés del que ha succeït amb els moviments del cap que eren pocs i es podia determinar la seva funcionalitat d'una manera senzilla i entenedora, pretendre presentar una llarga llista de moviments de les mans amb les possibilitats de funcionalitat diversa que ofereixen, ens sembla que resultaria de lectura poc atractiva i d'una utilitat escassa. La multifuncionalitat dels gestos apareix en la transcripció i també en veurem diferents aspectes en aquest capítol.

En aquest apartat aïllarem els gestos de les mans i els braços amb una única funció que siguin emprats tant per la majoria dels estudiants com per un de sol. Entenem que la resta, en aquesta situació de comunicació, pot tenir la varietat de funcions que l'emissor vol donar a la seva intensificació, i que expressa a la vegada amb el llenguatge verbal i el no verbal.

#### 8.2.2.2.1 Gestos comuns amb un únic significat

Apareixen en les transcripcions uns moviments comuns a tots els interlocutors i que tenen un únic significat, però que no corresponen a funcions lingüístiques determinades sinó a maneres de referir-se al temps, a la successió d'accions en la durada i a la dixi.

#### **El temps visualitzat**

Hem trobat quatre moviments, amb els quals els tots els interlocutors representen la noció de temps. Els tres primers són d'ampli abast i s'empren per fer referència al temps passat, al temps futur i a la durada. El quart és força més concret i serveix per reflectir una successió d'accions en el temps.

En primer lloc, per referir-se al passat els interlocutors fan un moviment de la mà cap enrere. Correspon a diferents expressions verbals: *antes, desde hace tiempo* i l'hem codificat amb el

signe ∩. En les intensificacions només hi apareix, *antes* o *mucho antes* com a la mostra (110) però els altres es troben tots en la negociació.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
110.	F.	los productos se venden por la navidad    o sea durante la period- el periodo de navidad o sea que   lo necesitamos <b>ante-</b> bueno <b>mucho tiempo antes</b>    o sea dos semanas por lo menos /    y : <b>sería</b> ideal un mes   un <b>mes antes</b>    o sea...	sacseja	"↑↓" ⇄  ∩  ⇄ ∩ ↓	espatlles			

En segon lloc, quan es fa referència al temps futur fan un moviment cap endavant amb la mà i correspon a una sèrie d'elements verbals que tenen en comú el temps que ha de venir: Se'ls ha atribuït el signe ↗. Ara bé, actuant com una intensificació només hem trobat l'expressió del futur "VEREMOS" intensificada amb el to, que representa una promesa amb moltes condicions (271).

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
271.	M.	[justamente]   al ser la primera vez necesitamos tambien   o sea crear esa : : esa <b>CONCIENCIA</b> en los <b>CLIENTES</b> de que existen nuevos productos   que tenemos un nuevo proveedor   y entonces Sí vamos a empezar por un-un poquito de publicidad     luego <b>VEREMOS</b> si la continuamos o no   pero para la campaña de navidad sí <b>está</b> prevista \	assenteix repetidamen	"↑↓"  ↷ «↗↘»  ⌚ ⌚ «↗↘»			llapis	

Un tercer moviment comú, és el que representa una durada i consisteix a fer un moviment horitzontal amb la mà, amb els dits junts i el palmell cap avall. Hem adoptat la codificació següent: ⌚. Apareix acompanyant aquestes representacions verbals: *duración*, *evolución*, *más largo*, *más extenso* i també el gerundi de la perífrasi *ir vendiendo*. Com a element no verbal que forma part d'una intensificació apareix a (46), on *más extenso* equival a una durada de temps.

Transcripció		CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai	
					Auto	Objecte		
46.	T.	porque tenemos como: como diez productos *e : ESTRELLAS /   que vendemos mas y que siempre tenemos en-en en existencias /    despues tenemos a di- diferentes prendas que habéis visto en nuestro catalogo   que tambien estan dispuestas claro    pero : que necesitan un : un plazo de produccion si   pues eso   un poco mas. un poco mas exten-extenso /   y :: que tambien va a depender  de :: de cuantas unidades de cada :: de cada estampado \	assenteix	"↗ ↘"  "↑ ↓"  ↺ ↻  ↻				

Per indicar una successió d'accions o bé el fraccionament d'accions en el temps, amb la mà perpendicular i el palmell paral·lel al cos, es fan uns moviments verticals com si es donessin copets cada vegada més lluny del cos com a 59, 139 i 158. Aquest gest l'hem codificat amb el signe □.

Transcripció		CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai	
					Auto	Objecte		
158.	M.	[o sea] seria- en en tres partes\	assenteix	↓	☰			avança

Veiem doncs, que hi ha una unitat de representació visual del temps en la negociació transcrita que correspon a la mateixa que fan servir els estudiants en la seva llengua materna i que també utilitzem en el nostre àmbit cultural. De la mateixa manera que s'ha fet la remarca en tractar la mateixa qüestió aplicada als moviments del cap, caldrà veure si es té la mateixa correspondència en d'altres cultures perquè el professor ho faci observar als estudiants de L2 que hi pertanyin.

### La dixi

Pel que fa la dixi, cal remarcar que el més sovint, els moviments d'íctics es refereixen directament amb el gest a *yo*, *nosotros* i *vosotros* i rarament a una tercera persona, *ella* o bé *otro/s*. També apareixen marcats de la mateixa manera en la gestualitat: un moviment de la mà cap a la persona que parla, tocant o gairebé tocant el pit per “yo” i “nosotros”, un moviment de la mà que assenyala o apunta la persona o persones a qui es dirigeix l'interlocutor per *vosotros* i *Ustedes* i un moviment lateral de la mà cap enfora per una tercera persona o bé *otro/s*. Hem adoptat la codificacions següents per cadascun: yo i “nosotros” ↻, *vosotros* i *Ustedes* ↵, una tercera persona o “otro/s” ☺.



Veiem dues mostres amb la intensificació gestual de *yo* i *nosotros* (323) (321) respectivament<sup>30</sup>. El gest que denomina una tercera persona apareix però mai en cap intensificació (87).

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
323.	T.	[ pero no veo]   usted no conoce   yo soy el director financiero /    y se exactamente la : la situacion financiera   de nuestra empresa /    y se que hay hay condiciones de-de venta que no se pueden hacer porque va a poner en riesgo [el .]	assenteix  puja i abaixa	↵  "↵ Δ"  » ↵ ↑ »				avança
321.	T.	pero AUN NO /    que yo sepa \    a- aun no tenemos- o sea   nosotros somos una empresa joven tampoco podemos-	abaixa	↵  "↵"  ↵ » ↑ ↑ "				avança
87.	T.	eso es produccion.   [asi que...]		↻ (assenyala la seva companya A)				

Aquesta darrera mostra (87) és un cas és interessant. A la pregunta molt concreta i exigent de F sobre la data de lliurament de quinze estampats i A, que és la que hauria de respondre com a cap de producció, ho fa amb evasives. T la vol ajudar però quan veu que el CB no s'accontentarà amb vaguetats, assenyala A sense mirar-la i es descarrega la responsabilitat de cara a l'altre equip dient *eso es producción*, és a dir que mostra com a tercera persona, algú que és present en la situació.

En certs moments, però, el gest dític no assenyala exactament *nosaltres/vosaltres/* sino que indica accions que, en el curs de la negociació, pertanyen a un dels dos equips, és a dir es fa el gest que es refereix a accions que són pròpies de *nosaltres* o *vosaltres*, com poden veure en (183) on M. recolza *recibido todo, todo lo que falta, todo lo que nos falta* amb el gest dític ↵ (nosaltres) mentre intensifica la seva intervenció.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
183.	M.	o sea despues de haber recibido todo : todo : : lo que falta   todo lo que nos falta-	assenteix	↑ » ↵ ↵ »			llapis	retira

<sup>30</sup> En el cas de donar mostres de dues o més intervencions, les posicionem en el mateix quadre, immediatament l'una darrera l'altra, per no allargar excessivament l'extensió de la presentació.

Hem vist, doncs, que els interlocutors empen moviments comuns amb mans i braços per referir-se al temps i a l'espai i ens sembla que, per la seva importància i freqüència, caldria que es fessin observar a estudiants de castellà per a ús professional L2, tant als que pertanyen al mateix àmbit cultural com al que pertanyen a cultures diferents perquè la comunicació sigui eficaç i fluida.

#### 8.2.2.2.2 Gestos individuals amb una única funció lingüística

En la negociació analitzada hi trobem gestos emprats amb una sola funció i els exposem a continuació. Cal remarcar que les mostres que segueixen només són atribuïbles a locutors individuals i aquest fet serà molt significatiu quan els interpretem en relació amb l'estil de negociar dels participants. Excepte un, *calma* que és ambivalent, els altres gestos només els trobem en les intensificacions.

A (119) M rebutja una proposta i nega amb el cap i, a la vegada, amb el dit tot fent moviments de dreta a esquerre amb l'índex.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
119.	M.	para el TRENTA VALE    pero para el siete de diciembre NO ES [POSIBLE]	assenteix nega	☝ « nega amb el dit »				avança

A (138) i (242) F amb el dors d'una mà dona un cop al palmell de l'altra mà per mostrar el desacord i exigir una data de lliurament més propera. Aquest moviment l'hem representat amb el signe ⊗

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
138.	F.	[es para vosotros]  vamos a hacer publicidad   vamos a comunicar sobre esta marc- sobre este producto o sea que    si podeis hacer un GRAN esfuerzo   poner de acuerdo que :: bueno   no : no :: nos proveen [ ANTES y	assenteix assenteix	"↑●" ↻ "●↻" « " ↻●" ↻ ↻ ⊗ ⊗				
242.	F.	que hacen la comunicacion y tal o sea    UN ESFUERZO   bueno   en un :: en UN GOLPE ASI   EN UNA VEZ	assenteix	☝●  ⊗			llapis	

A (80) (135)( 320) (324), també F agita la mà amb els dits agrupats amb l'avantbraç en diagonal i el colze sobre la taula per demostrar el seu desacord total. Aquest moviment el representem amb una combinació de dos "↑●" o de tres signes "↑↖●".

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
80.	F. cuanto tiempo necesitas para : PRODUCIR   por ejemplo   DIEZ MIL unidades   con quince estampados diferentes \   yo quiero    cifras   bueno- preci-   bueno- más o menos	apuja abaja assenteix	↑↖ "●" agita la mà amb els dits agrupats  «●↖» agita la mà amb els dits agrupats				
135.	F. IMAGINENSE   somos la primera cadena en españa \     en terminos de :: de :: prenda de : [de :]	assenteix	"↑●" « agita la mà amb els «dits agrupats» »  ↑↖				
320.	F. [PERO VAMOS A COMPRAR] SETENTA MIL UNIDADES es es-	cap inclinat endavant	"↑↖●" agita la mà amb els dits agrupats				avança
324.	F. [pero] tambien tenemos muchos proveedores   y [clientes-]	assenteix	"↑↖●" agita la mà amb els dits agrupats				avança

A (166) i (227) G apunta l'interlocutor amb el llapis a la vegada que intensifica una paraula de la seva intervenció per posar de relleu la importància de la quantitat de productes que proposen al CB.

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
166.	G. son veinte mil   MAS diez mil	gira (mira T)	"↓↘" ↓↘			llapis	
227.	G. bueno   estamos al primero de noviembre /   y dentro de quince días   YA /    *e :: bueno    tendrei- si- tendran *e :: TRENTA MIL unidades que ::   a ver  ENORME en : quince días	assenteix (	↑  ↖  ↑↖ « ↓↘ »			llapis	

A (254) J imita el fet de col·locar el productes a primera fila, a prop del client, que és el que vol convèncer que faran si SEDATEX fa el descompte que demanen.

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
254.	J. [pero] usted sabe que lo mejor para vender un producto en este tipo de cadena   es poner el producto más a- adelante que los [otros :]	assenteix	"↑↖" "↑↖↑↖" ↑↖ "imita el fet de col·locar el producte a primera fila"			llapis	avança

El gest per indicar “calma”, emprat tres vegades per M per apaivagar la resta d’interlocutors s’expressa físicament de dues maneres:

- A (142) i (153) mou amunt i avall els braços estesos i les mans planes.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
142.	M.	[nosotros   tenemos una propuesta]		"calma"				
153.	M.	¡ ¡ tenemos una propuesta para- para empezar   que por supuesto la calidad importa y por eso les hemos elegido a ustedes	assenteix	"calma" "↔↑" «↑↑»	espatlles			avança

- A (330) posa l'avantbraç en diagonal, colzes enlaire i punta dels dits de la mà esquerra estesa amb els dits junts tocant el palmell de la dreta (signe que ve de l'esport i que significa “temps mort”).

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
330.	M.	[VAMOS A VER] no se puede-	aixeca	"calma"			llapis	

- Aquest moviment, demana silenci i tranquil·litat, per tant no correspon a una intensificació del discurs. I, efectivament, és el cas dels exemples (153) i (330). Però, en canvi, a (142) M l'utilitza al mateix moment que està fent una construcció eco per demostrar l'oposició amb l'actitud de T. No deixa de ser sorprenent aquesta aparent paradoxa, que es podria explicar pel domini de la situació i de la competència lingüística de M, que li permeten de tranquil·litzar la situació amb el llenguatge no verbal, que és el que vol, però que no desaprofita l'ocasió de demostrar verbalment el seu desacord amb l'equip contrari.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
142.	M.	[nosotros   tenemos una propuesta]		"calma"				

### 8.2.2.3. D'altres gestos amb el cos

En les negociacions analitzades només han aparegut els moviments d'arrosament de les espatlles que s'utilitzen en diverses situacions i tenen diferents significats segons la situació.

Aquest moviment l'hem trobat freqüentment acompanyant una intensificació verbal, i en aquest cas sempre es fa servir per expressar el desacord. En tenim força mostres (110) (134) (232) (247) (266) (268) (270) (322) (329) i en donem dues:

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
134	T.	pero tambien somos nosotros    que no podemos producir mas que-	inclina	« mans sota la taula »	espatlles			
232	G.	NO :    es ENORME como esfuerzo/ j	enretira	↓	espatlles		llapis	balanceja

#### 8.2.2.4. El contacte corporal: els adaptadors

Els adaptadors ens donen informació sobre el contacte que el parlant té a vegades amb el seu propi cos, els “auto-adaptadors”, o bé amb un objecte durant la seva intervenció, els “objecte-adaptadors” i hem tractat de veure si també compleixen una funció comunicativa en la intensificació.

##### 8.2.2.4.1 Els “auto-adaptadors”

Els “auto-adaptadors” utilitzats en la negociació són: la barbata, el genoll, el clatell, el front i el braç. Veurem a continuació si tenen una funció en la intensificació.

**Barbata.** Es un contacte que M i F estableixen bastant sovint, i forma part de dues intensificacions, a (41) per assegurar-se d'un acord perquè no es té confiança i a (76) per intensificar el desacord.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
41.	M.	[para veinte] estampados   por supuesto \	cap inclinat			barbata	llapis	inclina
76.	M.	¿cinco nada mas ?	aixeca			barbata		

**Genoll.** A (149) T acaba la seva intervenció intensificant amb una frase en suspens que implica el desacord pel que fa a la data de lliurament i retira la mà de sobre la taula i la posa sobre el genoll. Es un gest que comunica a l'equip contrari que si no es canvia d'estratègia la situació esdevé impossible.

Transcripció		CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Moy. Cos en l'espai	
					Auto	Objecte		
149.	T.	<p>que que os podría decir   os podríamos decir *ehh Si tendremos todo para esta fecha  </p> <p>pero si no lo vamos a :: a cumplir   me parece que va a ser un problema para nuestras rela- relaciones futuras   para vues- vuestro plan de ventas / y todo eso   </p> <p>el caso es que :: una produccion tal para el siete de diciembre   con tantos estampados va a ser complicado   asi que :: /</p>	<p>apuja i abaixa</p> <p>apuja i abaixa</p>				genoll	

**Clatell.** El fet de posar-se la mà al clatell, és un moviment que T fa tres vegades però no en cap intensificació. Tanmateix, com que és un gest que només fa servir aquest estudiant el presentem i l'expliquem. A (169) corregeix una companya d'equip que s'ha equivocat en una quantitat. A (213) (214) l'empra quan ha dit alguna cosa que és impossible de dir en una negociació parlant d'un descompte, *más o menos tres por ciento*. Aquesta imprecisió li val l'esclat de riure de l'equip contrari que es comporta més aviat com el grup de companys que són i que veu que T ha dit alguna cosa sense pensar. T quan mostra que no se sent còmode amb el que ha dit ho fa passant-se la mà pel clatell.

**El front.** (64) i **el braç** (185). Són dos "auto-adaptadors" que no són intencionats en la negociació i òbviament no comporten cap funció determinada.

Observem, doncs, com també els "auto-adaptadors" poden tenir una funció significativa en una intensificació i és per aquesta raó que es pot afirmar que en formen part.

#### 8.2.2.4.2 Els objecteadaptadors

Els únics "objecte-adaptadors" que apareixen en la negociació són el llapis, denominació comuna que hem escollit per tot instrument que serveix per escriure a mà i el paper d'instruccions.

**Llapis.** És un "objecte-adaptador" que apareix freqüentment en tota la negociació: en general es té a les mans de manera inconscient i no exerceix cap funció comunicativa. Però en dues ocasions esdevé un element de la intensificació. Tant a (166) com a (227) G fa una intensificació. A la primera li afegeix el to marcat i la segona la reforça amb l'èmfasi. A totes dues, dirigeix el llapis vers l'equip contrari just en el moment de pronunciar "MAS" (166) i "ENORME" (227) i amb això reforça físicament la força il.locutiva de la intensificació.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
166.	G.	son veinte mil   MAS diez mil	gira (mira T)	"↓" (amb icona de braç)			llapis	
227.	G.	bueno   estamos al primero de noviembre /   y dentro de quince días   YA /    *e :: bueno    tendrei- si- tendran *e :: TRENTA MIL unidades que ::   a ver  ENORME en : quince días	assenteix (	↑  ↪  "↓" (amb icona de braç)			llapis	

**Paper.** A (166) F agafa i gira el full de paper que té sobre la taula i el consulta. Ara bé, malgrat que ho fa mentre intensifica verbalment amb un to més marcat, no creiem que aquest gest participi en la intensificació, perquè, de fet, l'atenció de F recau sobre el contingut del full de paper.

Per tant, només "l'auto-adaptador" "llapis" pot tenir una funció comunicativa segons el context, tal com acabem de veure.

### 8.2.2.5. Els moviments del cos en l'espai

Hem detectat quatre moviments que els interlocutors fan amb la part superior del cos ja que tenen la posició assegurada durant tota la negociació. Són els següents: avançar el cos, inclinar el cos cap a la dreta o l'esquerra, balancejar-lo cap endavant i cap enrere i retirar-lo cap enrere i els hem representat per "avança", "inclina", "balanceja" i "retira". Hem pogut comprovar que els poden fer servir tots al mateix temps que realitzen la intensificació verbal.

**Avança.** Dels moviments amb el cos és el que hem trobat més vegades: a (45) (235) (248) (294) (320) (321) (322) (324) (326) amb funcions ben diferents i sempre acompanya a un moviment del cap

A (45) i (248) es fa servir per convèncer, és a dir per buscar l'acord, a (235) s'utilitza per posar de relleu un refús total, a (294) per expressar desaprovació i a (320) (321) (322) i (323) i (324) per manifestar el desacord profund. En donem tres exemples (45) (235) (323) :

Capítol 8 – Anàlisi de dades del llenguatge no verbal.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
45.	A.	tenemos mucho en existencias   tenemos mucho y podemos   proveerles ya   pero ...	assenteix	↔ "↑↓"			llapis	avança
235.	G.	¡UN CUATRO NOOO!	nega	↔			llapis	avança
323.	T.	[pero no veo]   usted no conoce   yo soy el director financiero / y se exactamente la : la situación financiera   de nuestra empresa / y se que hay hay condiciones de-de venta que no se pueden hacer porque va a poner en riesgo [el .]	assenteix puja i abaixa	↔ "↔ Δ" » ↓ ↑ «				avança

**Inclina.** M inclina el cos a (39) (41) per expressar una certa desconfiança.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
39.	M.	pues a ver para empezar    quisieramos primero ver   CUANTOS estampados distintos nos pueden proponer / ¿porque esta bien lo de cincuenta mil unidades pero? /	aixeca assenteix inclina	↓ ↔ "↑↓" ↓ Δ				retira inclina
41.	M.	[para veinte] estampados   por supuesto \	cap inclinat			barbeta	llapis	inclina

**Balanceja.** G l'utilitza per manifestar el seu desacord profund a (232) i (243) sobre el descompte que el CB vol que SETATEX els faci.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
232.	G.	NO :    es ENORME como esfuerzo/ j	enretira	↓	espatlles		llapis	balanceja
243.	G.	¡CUATRO NOOO!	aixeca	↔			llapis	balanceja

**Retira.** M tira el cos cap enrere (183) (209), en ambdues ocasions per recordar que s'ha pres un acord: A (183) quina és la data de lliurament i la segona (209) quina és la data del segon pagament.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
183.	M.	o sea despues de haber recibido todo : todo : : lo que falta   todo lo que nos falta.	assenteix	↑ » ↺ «			llapis	retira
209.	M.	[ademas pagamos a] ...	sacseja inclina	"↑()"			llapis	retira



Voldríem destacar que una vegada feta l'anàlisi de les funcions que la gestualitat pot posseir, hem pogut constatar que tots els elements de llenguatge no verbal analitzats, tenen una funció comunicativa dins del recursos d'intensificació utilitzats pels estudiants i que la immensa majoria dels signes de comunicació no verbal els que expressen diferents funcions, excepte els que indiquen el temps i l'espai que són comuns a la majoria de participants o bé els que només es fan servir per un dels interlocutors.

Tornem ara a la llista de funcions fonamentals de Cestero (1998) que hem esmentat al principi de l'apartat i la desenvolupem primer, per poder-hi fer referència amb elements de l'anàlisi.

Fem una adaptació de les funcions fonamentals de Cestero (1998, p. 11-12)<sup>31</sup>. Segons aquesta autora, tots els signes dels sistemes de comunicació no verbal són plurifuncionals i poden acomplir, en qualsevol moment de la interacció, una o més de les cinc funcions fonamentals següents.

1. Afegir informació al contingut o sentit d'un enunciat verbal o matisar-lo.
  - Confirmar el contingut d'un enunciat verbal (un sí gestual que acompanya a un claro verbal).
  - Reforçar el contingut o sentit d'un enunciat verbal amb un to de veu elevat o amb una veu més aguda (no quiero) o una velocitat ràpida d'emissió (no lo entiendo).
  - Debilitar el contingut sentit d'un enunciat verbal /expressar una crítica tot somrient al mateix temps (tu trabajo no es muy bueno).
  - Contradir el contingut o sentit d'un enunciat verbal (dir no estoy enfadado contigo) amb un to alt i arrufant les celles.
  - Camuflar veritable sentit d'un enunciat verbal (dir en to baix i amb velocitat lenta d'emissió un enunciat del tipus no me ha molestado que no me invitaran a su cumpleaños).
  
2. Comunicar, substituint el llenguatge verbal. Encara que els elements del sistema verbal s'acompanyen sempre dels sistemes paralingüístic i cinèsic, perquè hi hagi

---

<sup>31</sup> Hem deixat els exemples dels missatges en castellà, tal com són a l'original.

comunicació, alguns signes d'aquests sistemes verbals poden produir-se en solitari (un Hmm per dir que el menjar era molt bo, un moviment de la mà per saludar).

3. Regular la interacció. Són molts els elements dels sistemes no verbals que regulen i estructuren la conversa (el descens tonal, la pausa, l'allargament de sons finals per distribuir el torn de paraula entre d'altres)
4. Suplir deficiències verbals. S'utilitzen els signes no verbals per evitar els buits de la conversacionals o discursius produïts per deficiències verbals momentànies o per desconeixement dels elements corresponents del sistema lingüístic.
5. Afavorir les converses simultànies. Es pot mantenir més d'una conversa utilitzant els sistemes de comunicació no verbal, com quan mantenim una conversa amb els que estan a prop al mateix temps que parlem per telèfon.

Atès que la nostra anàlisi es centra en la intensificació del discurs, entrem en un camp molt delimitat i si examinem la llista precedent, ens trobem que, des del moment que formen part d'un recurs d'intensificació, les funcions fonamentals que hi apareixen són força restringides.

El fet d'intensificar el discurs significa reforçar-lo amb un objectiu determinat, i ja hem vist per una banda al capítol 6 (vegi's 6.1) com una de les denominacions més esteses del fenomen, per parts dels estudiosos abans que la utilització del concepte intensificació s'imposés, va ser la de "reforç" del discurs. Per altra banda, si examinem la síntesi que hem fet al capítol 7 (7.7.5.) de les funcions dels intensificadors i sabent que els signes dels sistemes no verbals corresponen exactament als dels missatge verbal, veiem com les macrofuncions exercides pels dos canals de comunicació són la de cercar i expressar l'acord i la d'expressar el desacord amb una gran varietat de funcions. I un bon nombre d'aquestes funcions té la denominació específica de "reforçar". En recordem exemples: reforçar el compromís amb el que es diu, reforçar la veritat del que s'afirma, reforçar l'acord, reforçar un fals acord, reforçar l'evidència del que es diu. Remarquem que, a més del reforç, també es confirma la veritat, l'evidència i, els acords concrets.

Observem, doncs, que la funció més destacada dels signes no verbals en la intensificació de la negociació estudiada és la d'afegir informació, si bé cal matisar el terme "afegir informació". En aquest sentit, creiem que la llista de funcions fonamentals i l'anàlisi que hem portat a terme coincideixen en una gran mesura en el fet que els signes no verbals en la negociació serveixen no tant per afegir informació o contingut com és la intenció d'una part

dels cinc elements de la llista de Cestero, sinó per donar més força il.locutiva al missatge, segons una interpretació de tipus pragmàtic. Per tant, pensem que la diferència és més aviat d'una qüestió de nomenclatura i també de procediment d'anàlisi, però certament hi ha una convergència entre les funcions fonamentals i la nostra anàlisi de funcions lingüístiques.

Pel que fa a d'altres elements de la llista de Cestero, el que podem afirmar és que no es troben signes dels sistemes de comunicació no verbal substituint el llenguatge verbal en el cas concret de la intensificació. El que sí remarcarem a 8.4. és que una de les possibles causes de l'elecció de la gestualitat, és la compensació. Veurem com de l'augment de la gestualitat apareix varies vegades en la negociació com a recurs de compensació d'una coherència de l'estructura de la llengua o bé d'una insuficiència dels elements d'informació que es requereixen per fer una intervenció en la negociació. Aquest cas sí que hi ha una coincidència amb la funció fonamental de suplir deficiències verbals.

Els elements de la resta de la llista, no ha estat l'objecte del nostre estudi que, es focalitza en els recursos d'intensificació i, per tant, no en podem donar mostres.

Hem comprovat, doncs, que les funcions fonamentals dels elements no verbals de la intensificació queden molt restringides pel valor tan determinat que té aquest operador pragmàtic i malgrat el nostre enfocament diferent, ens ha semblat vàlid fer-hi una referència per ampliar el camp d'estudi dels elements no verbals del discurs centrats en la intensificació.

### **8.3 Correspondència entre intensificació verbal i no verbal**

L'objectiu d'aquest apartat consisteix a determinar quina és la correspondència entre el llenguatge verbal i el no verbal. Analitzarem ara de quina manera els interlocutors fan correspondre la intensificació verbal i la no verbal i comprovarem així quina és la cohesió entre els dos tipus de comunicació.

### 8.3.1 Possibilitats de correspondència verbal i no verbal

Per comprovar quins són elements de la gestualitat qui utilitzen els interlocutors i com els empen, hem examinat les diferents possibilitats de combinacions dels components no verbals amb els elements verbals que apareixen en la transcripció.

De fet, trobem quatre possibilitats d'ocurrències d'intensificació no verbal: intensificació amb un sol element, intensificació amb dos elements, intensificació amb tres elements i intensificació amb quatre elements. En donem mostres a continuació,

#### 8.3.1.1. Intensificació amb un sol element no verbal

Només n'hem trobat quatre mostres i, tret de la primera, les altres tres no són massa representatives d'aquest fenomen perquè en l'emissió del missatge hi intervenen factors externs (algú obre la porta, cau un telèfon a terra).

A la intervenció (46) T vol convèncer l'equip del CB que poden fabricar vint estampats però no en el curt termini que els demanen. Ha començat la seva intervenció fent moviments d'assentiment amb el cap, però quan arriba a la intensificació, el cap es troba en posició neutra i només acciona la mà per acompanyar-la.



Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
46.	T.	<p>porque tenemos como: como diez productos *e : <b>ESTRELLAS</b> /   que vendemos mas y que siempre tenemos <i>en-en</i> en existencias /    <i>despues</i> tenemos a di- diferentes prendas que habéis visto en nuestro catalogo   que <i>tambien estan</i> dispuestas claro  </p> <p>pero : que necesitan un : un plazo de produccion si   pues eso   <b>un poco mas un poco mas exten-extenso</b> /   y :: que <i>tambien</i> va a depender</p> <p>de : : de cuantas unidades de cada :: de cada estampado \</p>	assenteix	<p>"✕" "✕"</p> <p>"✕" ↓ ↵ ←</p> <p>↳ ⊕</p> <p>↻</p>				

A (130), F comença la intervenció amb l'intensificador *la verdad es que* i abaixa el cap mentre manté les mans horitzontals sobre la taula. Tanmateix, la intervenció queda

interrompuda per un altre interlocutor que pren el torn de paraula, i, per tant, no sabem com hauria continuat el missatge.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
130	F.	la verdad es que es para nosotros-	abaixa	==				

La tercera i la quarta són exemples atípics en els quals només s'intensifica verbalment, però per un motiu concret. A (178) G fa només un moviment d'assentiment amb el cap perquè està prenent notes escrites i assenteix reforçant l'acord. A (203) F sacseja el cap mentre intensifica verbalment perquè al mateix temps gira el full de paper que té sobre la taula i el consulta. Es a dir que en ambdós casos l'emissor fa una altra activitat que no li permet ni de centrar la seva atenció totalment en el missatge ni tampoc fer servir d'altres parts del cos per intensificar el seu missatge verbal.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
176.	M.	o-o-o   que tal si hacemos para los primeros treinta mil pago a [la entrega-	abaixa assenteix	 			llapis	avança
203.	F.	[o sea o sea] vale MUCHO \	sacseja	"gira el full de paper"			paper.	

El fet d'acompanyar la intensificació només amb un element no verbal no és, doncs, el cas que es dona amb més freqüència i la inclusió de dos elements de la CNV és el que ocorre en la majoria dels casos com veurem seguidament.

### 8.3.1.2. Intensificació amb dos elements no verbals

Aquestes intensificacions són les més freqüents i n'hem trobat força mostres. Presentarem els diferents casos que apareixen a la transcripció.

Les més nombroses són les que combinen els moviments del cap i de les mans. A (114) nega amb el cap mentre intensifica amb una repetició i manté l'avantbraç allargat envers l'equip oposat amb el palmell cap amunt.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
114.	T.	si pero si no podemos producir    no podemos   no podemos   *e : : daros la mercancia o sea \	nega	↑↓ ↻				

A (56) hi apareix una intensificació de *claro* amb doble reforç de *sí* al principi i al final. La interlocutora ha creuat els braços, marcant la intensificació del reforç de l'acord.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
56.	M.	[si claro si]	assenteix	☞				

A (134) apareix també una única vegada, la combinació de moviment del cap i del cos. T inclina el cap i mou les espatlles mentre manté els braços sota la taula, que és una posició que adopta varies vegades quan argumenta de manera calmada. El cos immòbil amb un lleuger aixecament de les espatlles més la mirada directa a l'interlocutor són suficients per marcar la intensificació.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
134	T.	pero tambien somos nosotros    que no podemos producir mas que-	inclina	« mans sota la taula »	espatlles			

Finalment, hem trobat la combinació d'un moviment del cap combinat amb un "auto-adaptador", la barbata, que també intervé en la intensificació. A (76) M, demana informació a la vegada que expressa el seu desacord per la minsa quantitat d'estampats que li poden fornir. Es una actitud molt pròpia d'aquesta interlocutora, que en d'altres ocasions, com veurem, utilitza la barbata com un element significatiu en la seva comunicació.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
76.	M.	¿cincq nada mas ?	aixeca			barbata		

Sense ser exhaustius, citem els nombres d'altres mostres en les qual també intervenen dos gestos que formen part de la intensificació i creiem que reflecteixen el fet que les intensificacions gestuals amb dos elements són molt emprades pels participants en les negociacions. Trobem també el mateix fenomen a (78), (80), (91), (109), (110), (155), (156),

(159), (181), (193), (201), (205), (220), (226), (234), (237), (242), (245), (247), (256), (264), (265), (271).

### 8.3.1.3. Intensificació amb tres elements no verbals

Encara que les intensificacions realitzades amb tres elements no verbals no són tan freqüents com les anteriors, apareixen també intervencions en què els recursos verbals d'intensificació es combinen amb tres moviments del cos.

A (41), M té el cap inclinat, el cos també inclinat i la mà que aguanta el llapis posada sota la barbata. En aquest cas "l'auto-adaptador" "barbata" sí que té una funció significativa: es suma a la inclinació del cap i dels cos per indicar que la interlocutora espera un aclariment o una oferta amb un punt de desconfiança

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
41.	M. [para veinte] estampados   por supuesto \	cap inclinat			barbata	llapis	inclina

A (248) J intensifica verbalment amb *mucho más* i per reforçar la funció que té com a objectiu convèncer l'equip contrari, avança el cos, assenteix amb el cap i estén la mà amb el palmell cap amunt envers l'equip contrari.

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
248.	J. no   pero este <i>merchandaising</i> va tambien permitir e :: vender mucho mas /   y [poner *e :: sus productos primero]	assenteix	↑ "↑↑"			llapis	avança

A (324) F intensifica verbalment amb *muchos* i no adopta un to de veu marcat, com és el seu costum. Per augmentar la força il.locutiva de la seva afirmació tira endavant el cap i el cos, posa els colzes sobre la taula, un braç en diagonal, agrupa els dits i brandeix la mà en direcció a l'equip contrari.

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
324.	F. [pero] tambien tenemos muchos proveedores   y [clientes-]	assenteix	"↑↖●" agita la mà amb els dits agrupats				avança

També apareixen tres moviments del cos per a intensificar en les intervencions següents: (119), (183), (209), (227), (232), (235), (243), (247), (268), (294) i (320)..

Es interessant d'observar que l'augment de la gestualitat es dona sobretot a les Seqüències (15), (16) i (17), cap al final de la negociació. Els participants no s'arriben a posar d'acord, la tensió augmenta i a més a més, s'adonen que els queda poc temps per acabar l'activitat. Les intervencions són més agitadaes i la comunicació no verbal hi juga un paper més important.

#### 8.3.1.4. Intensificació amb quatre elements no verbals

Menys freqüents són les mostres en les quals intervenen quatre elements no verbals, però certament els interlocutors n'empren en moments molt determinats de la negociació. En veurem tres exemples.

A (232) G fa una intensificació per refusar de manera rotunda una proposta de descompte de l'equip contrari. En el missatge verbal empra l'adjectiu *enorme* i a més l'emet amb un to marcat. Al mateix temps enretira el cap, amb la mà i el palmell vertical dona copets a la taula i, a la vegada, balanceja el cos.

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
232.	G. NO :    es ENORME como esfuerzo/ j	enretira	↓	espatlles		llapis	balanceja

A (322) F expressa el seu desacord total amb T i és tot el seu cos el que comunica. Intensifica verbalment tota una intervenció emprant un to de veu alt, gairebé crida, tira el cap i el cos endavant, posa el braç en diagonal davant del cos, fa un moviment bruscat amb el mateix braç tirant-lo cap avall i assenyala el paper, en el document en el qual s'indica que SEDATEX ha obtingut ajudes de la Comunitat Autònoma de Galícia.

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
322.	F. PERO TAMBIEN TENEIS SUBVENCIONES DEL GOBIERNO : Y DE TAMBIEN [TAMBIEN DE : ]	cap endavant	“↖ ↗” ↓	espatlles			avança



Novament F a (329) utilitza tots els paràmetres gestualitat que hem enregistrat. Contradiu obertament l’afirmació precedent de G intensificant amb el to de veu mentre que avança el cap i els cos, sacseja les espatlles i avança la mà amb el palmell cap amunt envers l’equip contrari. Es una actitud pròpia d’aquest interlocutor que reacciona de manera clarament agressiva quan li rebaten el que ell creu que ja ha argumentat suficientment perquè li sigui acceptat.

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
329.	F.    PERO CLARO QUE SI	endavant	"↑⇕"	espatlles			avança

Com queda reflectit a la transcripció, ens trobem gairebé al final de la negociació. Els interlocutors han esgotat tots els arguments i no han sabut trobar una nova proposta, un nou camí que els permeti de tancar-la quan ja només els falta poc. S’han encallat amb la quantitat del descompte que el CB exigeix de SEDATEX i ni els uns ni els altres han volgut cedir. Aquesta situació explica les reaccions d’ambdues parts que es reflecteixen en dos representants de SEDATEX i un del CB. El llenguatge verbal s’endureix, utilitzen la intensificació cada vegada més i, al mateix temps, el llenguatge verbal pren més amplada.

La correspondència entre el llenguatge verbal i el no verbal, pel que fa a la intensificació, és força equilibrada i els estudiants demostren que saben utilitzar, segons les competències de cadascun, els dos canals de comunicació, el verbal i el no verbal d’una manera adequada.

### 8.3.2 **Combinacions de moviments de les mans**

Des d’un altre punt de vista, la progressió a la qual acabem de fer referència també queda reflectida en la gestualitat de les mans. Mentre que en les dues primeres parts de la negociació es poden codificar els moviments de les mans amb un sol signe, a mida que la negociació avança, sovint els moviments de la mà que acompanyen les intensificacions verbals es fan dobles i fins i tot triples en moviments ràpids successius.

Però és partir de la Seqüència (17) que la combinació de gestos és fa més freqüent, Així a (316) (320) (322) (323) i (324) veiem com cal codificar un o dos moviments amb tres signes. Veiem el (316): F posa els colzes sobre la taula, avança un braç en diagonal i ajunta els dits de la mà per intensificar una pregunta exclamativa per expressar incredulitat.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
316.	F.	[¿cuatro por ciento es excepcional?]	inclina	"↕↖●"				

I també hem trobat codificacions amb quatre signes. A (80) F ja combina successivament quatre moviments de la mà per recolzar una intensificació en la qual refusa una proposta de l'equip contrari.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
108.	F.	PEROMIRA NO    porque :: vendemos   bueno   la :: la mayoría de la :: de la :: de la :: de la :: de lo [que]...	nega	"↔↕↖↗» ↓				

També apareix una combinació de quatre signes en una intervenció de F que ja hem comentat (324), i en una de T a (311). T, cansat de repetir el mateix argument, fa una intensificació amb *que* sense el verb *dicendi* per rebutjar una proposta i avança el cap posa els colzes sobre la taula, l'avantbraç en diagonal i uneix tots els dits en un punt per subratllar el percentatge de descompte que considera molt alt i canvia de moviment per destacar que és excepcional, posant la mà en paral·lel davant del seu cos i movent-la cap endavant.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
311.	T.	[ya hemos] ya hemos cumplido que   este cuatro por ciento [es excepcional]	nega	"↕↖●↔"				

Les successions de moviments amb les mans es fan més freqüents en els moments de conflictivitat en la negociació en què al estudiants els cal utilitzar el màxim de recursos d'intensificació, tant verbals com no verbals per tal d'imprimir una intensa força il·locutiva al seu missatge.

#### 8.4 Factors que poden determinar la gestualitat dels interlocutors

Passem a explorar en aquest apartat una qüestió que se'ns ha plantejat en analitzar la gestualitat de la Negociació 1 i que pensem que podria ser útil d'estudiar pensant en el que pot aportar a la didàctica de la llengua. Atès que hem trobat que la gestualitat s'utilitza amb profusió i que cada participant fa servir una varietat de moviments, alguns comuns i d'altres

individuals, ens hem preguntat quin o quins poden ser els factors que poden influir en el fet que els participants en la negociació adoptin un llenguatge no verbal que els propi i que deixa una empremta personal en la negociació.

Hem vist a 8.2.2.2. que la gestualitat és pròpia de cadascun dels participants en la negociació. Fins i tot si decideixen de fer servir moviments com els *emblems*, els gestos adquirits en una cultura determinada dotats d'un significat precís i compartits socialment (Cerdán i Llobera, 1997), el fet d'utilitzar-los o no, depèn d'una elecció personal. És el cas dels moviments amb els braços cap amunt i cap avall amb les mans planes i el palmell cap avall, que té la correspondència verbal de "calma" utilitzat per M a (142). També n'és un exemple l'*il.lustrador* (249) que T fa servir reproduint amb les mans la forma de l'objecte al qual es refereix, un rectangle, per indicar un cartell publicitari així com els moviments que només tenen una funció i que posseeixen un significat comú (vegi's 8.2.2.1). Tots els moviments de lliure elecció imprimeixen una "personalitat" a la gestualitat dels interlocutors, tant la profusió<sup>32</sup> en els gestos utilitzats com el tipus dels gestos fets servir.

Volem remarcar que hi ha un element que sense cap dubte és un factor de l'elecció de la gestualitat i es tracta del component cultural. Els estudiants que participen en la negociació són d'educació francesa i han viscut en la societat francesa. Per tant, assumim que els elements de la gestualitat que empren són calcats dels que s'empren en el context cultural en el qual es troben immersos i que no imiten la gestualitat d'una altra cultura perquè no en tenen referents encara que la majoria han fet estades a Espanya amb el programa Erasmus. Ara bé, no pretenem tractar aquest tema, perquè, per sí sol, ja pot constituir l'objecte d'un treball de recerca complet.

Per tancar aquest apartat en el que reflexionem sobre els factors que causen l'ús d'uns determinats elements semiòtics no verbals encara que sigui parcialment, partim de l'observació de la negociació analitzada i ens sembla que hi ha tres factors que poden influir en aquesta elecció, encara que no els únics: el nivell de competència lingüística, la personalitat i estil de negociar i la capacitat d'argumentar i de trobar noves sortides a la negociació.

---

<sup>32</sup> Entenem la *profusió* en la gestualitat, com la utilització de diferents parts del cos a la vegada per acompanyar una intensificació.

### **8.4.1 Gestualitat i nivell de competència lingüística en la Negociació 1**

Per saber en quina mesura el grau de competència lingüística té una relació amb l'ús de la gestualitat en la negociació estudiada, volem observar, en primer lloc, si els estudiants amb un domini de la llengua avançat senten menys la necessitat d'emprar el llenguatge no verbal que els que són lingüísticament menys competents i que l'haurien de fer servir més sovint per suplir les carències de la seva comunicació verbal, tal com es podria pensar.

Recordem que quatre dels estudiants posseeixen un Nivell B2, excepte dos que tenen un Nivell C1. Afinant més en aquesta classificació, hem de dir que una de les alumnes, M, és pràcticament bilingüe, T té un Nivell equivalent a C1, F, J i A es situarien en un Nivell B2.2. i G en un Nivell B2.1.

En primer lloc, ens fixarem en les intervencions dels dos participants, M i T que tenen una competència lingüística indiscutiblement més elevada que la resta. En segon lloc, ens ocuparem de les intervencions de F i J que els segueixen en nivell descendent en domini de la llengua i finalment, mencionarem A i G dels quals, per les seva participació molt més reduïda en el conjunt de la negociació, en tenim menys mostres i, per tant, menys dades per aportar.

Descriurem les característiques de tots els participants pel que fa a la fluïdesa de la comunicació i al domini del registre i intentarem de comprendre si el grau de competència lingüística té un paper preponderant en la seva gestualitat o bé hi ha d'altres factors que també hi poden influir.

#### **8.4.1.1. Comunicació no verbal dels alumnes de nivell C**

**L'estudiant M<sup>33</sup>**, de mare colombiana, domina molt bé el castellà tant a nivell escrit com oral. En la negociació s'imposa de manera natural com a líder de l'equip del CB. La seva comunicació és fluida i en cap moment de la negociació té el més mínim dubte sobre la seva expressió oral: pot expressar tot el que vol i tal com vol. Un aspecte molt important de la seva competència lingüística és que domina perfectament el registre que ha d'adoptar, en aquest cas, el que és adient a la situació professional que està simulant.

---

<sup>33</sup> M adopta el paper de cap del Departament de compres del Corte Británico.

Demostra una coherència total entre la comunicació verbal i la no verbal de la qual utilitza diversos elements a la vegada. La mostra (271) és representativa de la competència lingüística i de la gestualitat coherent que adopta. La intensificació verbal de M ja és prou entenedora i efectiva perquè domina molt bé el discurs verbal, però també fa servir elements no verbals que li serveixen per comunicar el que desitja de la manera que creu adequada.

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal				
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica	
		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors	Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte
271.	M.	[justamente]   al ser la primera vez necesitamos tambien   o sea crear esa :: esa <b>CONCIENCIA</b> en los <b>CLIENTES</b> de que existen nuevos productos   que tenemos un nuevo proveedor   y entonces Sí vamos a empezar por un-un poquito de publicidad     luego <b>VEREMOS</b> si la continuamos o no   pero para la campaña de navidad sí <b>esta</b> prevista \	assenteix repetidamen t	"↕↕"  ↻ «↔↕»  ☹️🕒 «↔↕»			llapis

En la següent intervenció (39) tot en la comunicació de M es coordina: la intensificació verbal, l'alçament del cap que indica pregunta, la mà perpendicular sobre la taula donant un copet coincidint amb CUANTOS, i el cap que s'inclina al mateix temps que tira el cos enrere quan deixa la frase en suspens. Amb tres signes de comunicació no verbal, sense cap moviment exagerat i sense fer servir un to de veu alt, en té suficient per marcar la intensificació de manera que sigui perfectament percebuda per l'interlocutor.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors	Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte
39.	M.	pues a ver para empezar    quisieramos primero ver   <b>CUANTOS</b> estampados distintos nos pueden proponer /    +porque esta bien lo de cincuenta mil unidades pero.. /	aixeca  assenteix inclina	↓ ↔ "↕↕"  ↓△			retira  inclina

Malgrat el seu alt nivell de competència lingüística, M no deixa d'emprar la gestualitat que fa servir d'una manera controlada i al servei del la força il.locutiva que vol donar al seu missatge.

**L'estudiant T<sup>34</sup>**, és el líder de l'equip de SEDATEX. Té un domini força sòlid de la llengua oral i s'adapta al registre que seria l'adequat en una negociació. La única transgressió que

<sup>34</sup> T adopta el paper de cap del Departament de finances de l'empresa SEDATEX.

realitza és el fet de tractar de “vosotros” als membres de l’equip contrari durant tota la negociació. Creiem que és una elecció voluntària i no pas la confusió amb el “vous” francès, perquè T té un domini de la llengua suficient per establir la diferència. No fa servir cap expressió que pertanyi clarament a la llengua col·loquial i la seva comunicació és bastant fluida.

En la gravació, al primer cop d’ull, no apareix com un dels participants que utilitzi abundantment la gestualitat i cal fixar-s’hi bé per adonar-se que concentra els seus moviments en les mans i els braços però sense exageració. Observant-lo atentament es percep que fa servir molt la gestualitat. A (149) fa una intervenció delicada. Ha de dir que no poden acceptar la data de lliurament que el CB els exigeix i ha de desplegar tres arguments per fer-ho. Se’n surt força bé, amb un bon nivell d’expressió verbal i també de gestualitat, que no deixa d’utilitzar, sobretot amb les mans i que puntua el seu discurs amb fluïdesa.

Transcripció		CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Moy. Cos en l'espai	
					Auto	Objecte		
149.	T.	<p>que que os podría decir   os podriamos decir *ehh   Si tendremos todo para esta fecha  </p> <p>pero si no lo vamos a :: a cumplir   me parece que va a ser un problema para nuestras [re]la- relaciones futuras // para vues- vuestro plan de ventas / y todo eso   </p> <p>el caso es que :: una produccion tal para el siete de diciembre   con tantos estampados va a ser complicado   ↓ así que :: /</p>	<p>apuja i abaixa</p> <p>apuja i abaixa</p>					<p>genoll</p>

T, doncs, utilitza el llenguatge verbal ben coordinat amb el no verbal encara que no faci servir massa sovint diferents parts del cos al mateix temps. Fins i tot, en diverses ocasions posa les mans sota la taula i continua parlant, per bé que no ho fa mai mentre intensifica.

Sobri en la gestualitat, amb moviments poc exagerats, sap utilitzar-la pels seus fins comunicatius. La seva bona competència lingüística es combina perfectament amb l’ús de la gestualitat que no abandona en cap moment de la negociació.

### 8.4.1.2. Comunicació no verbal dels alumnes de nivell B2.2

L'estudiant F<sup>35</sup> no sap quin és el registre que caldria adoptar en la negociació que està duent a terme i des del principi transgredeix les normes implícites de comportament que cal tenir en aquest tipus de situacions, tant pel que fa a la llengua com pel que fa a la gestualitat. La posició que adopta durant tota la negociació, ja és sorprenent: la cadira cap enrere, col·loca la cama dreta en angle recte sobre l'esquerra i recolza el turmell dret sobre el genoll esquerre. Òbviament no és una postura adequada en una situació formal professional entre interlocutors que no es coneixen.

F té dificultats amb l'expressió oral en la negociació. En un moment donat (108) no pot acabar la seva intervenció perquè s'entrebanca i no troba la manera de dir el que vol fins al punt de girar-se envers les seves companyes d'equip com per demanar ajuda i a (198), una de les poques vegades que intenta convèncer l'equip contrari, al final de la intervenció s'arriba a entendre el que vol expressar.

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
108.	F. PERO MIRANO    porque :: vendemos   bueno   la :: la mayoria de la :: de la :: de la :: de la :: de lo [que]...	nega	"↔↑↓↓»  ↓				
198.	F. bueno   tambien hay que quedar en ::   hay que tener en cuenta el-el descuento porque   es que es la primera vez que :: que tratamos juntos un-un   algo-algo parecido /     y TAMBIEN los vendejs cincuenta euros   y los vendemos setenta- sese- setenta y  cincuenta euros \    o sea hay quince euros de :: de margen /   pero el margen NO porque tenemos que repartir la :: -	abaixa	↓ ↔ ↔  ↓  ↔ ( )		barbeta	llapis paper	

A (110), amb una comunicació verbal més reeixida que la de la mostra anterior, encara que amb certes dificultats, F utilitza la gestualitat amb una profusió semblant a la de (198) i fins i tot hi afegeix un moviment amb les espatlles

<sup>35</sup> M adopta el paper de cap del Departament de finances del Corte Británico.

Transcripció		CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai	
					Auto	Objecte		
110.	F.	los productos se venden por la navidad    o sea durante la period- el periodo de navidad o sea que   lo necesitamos ante-bueno mucho tiempo antes    o sea dos semanas por lo menos /    y : sería ideal un mes   un mes antes    o sea...	sacseja	"↑↓" ↔  ↻  ↔ ↻ ↓	espatlles			

Observem, doncs, com F, tant en una intervenció verbal fallida com en una de més correcte, fa servir la gestualitat amb la mateixa intensitat i, de fet, el seu llenguatge no verbal és abundant en totes les seves intervencions. Es un cas en el qual la manca de competència lingüística certament està lligada amb la gestualitat, però no pas més que en les intervencions en les quals s'arriba a expressar correctament i, tanmateix continua fent servir la gesticulació com es pot veure a (80).

Transcripció		CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai	
					Auto	Objecte		
80.	F.	cuanto tiempo necesitas para : PRODUCIR  por ejemplo   DIEZ MIL unidades   con quince estampados diferentes \    yo quiero    cifras   bueno- preci-   bueno- más o menos	apuja abaixa  assenteix	"↻" "↻" agita la mà amb els dits agrupats  «↻» agita la mà amb els dits agrupats				

La mostra l'estudiant J<sup>36</sup> (49), per bé que extensa és un bon exemple de la seva competència comunicativa. Fa una argumentació llarga per justificar la demanda d'una data de lliurament molt propera. El seu discurs no és totalment fluid, conté un error de morfologia, però comunica correctament i sap molt bé el que vol dir i on vol anar a parar amb la seva argumentació. Utilitza una gestualitat que no és exagerada repetint el mateix gest en la intervenció.

<sup>36</sup> J adopta el paper de cap del Departament de vendes del Corte Británico.



	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
49.	J. pues a : nosotros claro que : que nos interesaria tener un : una gama amplia /   porque tenemos tambien una clientela amplia que : : queria tener una gama variada para : : para poder elegir /    pero : : nuestro : : principal problema es : claro   has dicho   es la fecha de entrega    porque : empezamos las ventas   seis meses antes de navidad /    y tambien tenemos una : : una politica de : de : merchandising para : : poner de : : de relieve sus *e : : su : : sus productos /    y eso : : eso necesita mucho tiempo    entonces *e : : para nosotros /   *e : : lo mejor   seria tener la : : la mitad de los productos   el quince de noviembre /    y : : otra parte el treinta de noviembre	assenteix	▲  ⊙  ⊙  ⊙  ▲  ↻  "↑↓"  ↓				

J utilitza un registre formal adequat encara que alguna vegada es desvia del tractament de *Ustedes* al tractament de *vosotros* com a (99). De tota manera, es pot tractar simplement del creuament entre el *vous* francès amb el *vosotros* en castellà, un dels errors més freqüents dels estudiants francòfons.

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
99.	J. [el treinta] mejor   mejor sí    y para vosotros tambien [seria mejor]	assenteix	⊙				

Procura mantenir la postura del cos que creu correcta en una interacció entre homòlegs professionals: el cos recte, les mans encreuades sobre la taula amb els braços encreuats com a (99). Ara bé, a mida que la negociació avança, no dubta a fer servir diferents parts del cos per reforçar les intensificacions com a (193) i (250).

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
193.	J. a partir del siete TREINTA   y a partir del TREINTA e : sesenta   entonces pagaremos al mismo tiempo /	assenteix	⊙  !  ⊙  ↑↑			llapis	
250.	J. [no nuestra idea] es poner sus productos mas de relieve que los otros en nue : : nuestras : en nuestras cadenas	assenteix	"↑⊙⊙" ↑↑↑ ↑⊙			llapis	

Malgrat algunes dificultats de fluïdesa de la llengua oral, la coherència del seu llenguatge verbal i no verbal és equilibrada, amb un accent sobre els moviments de les mans i els braços i molt menys amb la utilització del cos.

Creiem que el seu llenguatge no verbal, utilitzat amb força profusió, malgrat que l'ajuda a realitzar una intensificació (250), *más de relieve que los otros*, per la qual possiblement no troba l'expressió exacta que hauria volgut, no depèn totalment de la seva competència lingüística sinó dels altres factors que tractarem a 8.4.2. i 8.4.3.

**L'estudiant A**<sup>37</sup> és la cap de producció de SEDATEX i no forma part dels membres de la negociació que tenen una actuació més brillant però potser sí la més sorprenent en un moment donat com veurem més endavant. Les seves intervencions són més aviat escasses. La seva competència lingüística sembla, en ocasions, que no hauria de ser un obstacle per a poder intervenir amb més freqüència perquè parla amb rapidesa: la seva comunicació verbal conté força errors però arriba a comunicar com es pot veure a (282). Adopta un registre adequat i tracta de Ustedes els membres de l'equip contrari, excepte en un moment determinat que vol convèncer el seu interlocutor i que es decanta pel *tú* en lloc del *Usted*.

Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Moy. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
282.	A.	[entonces] así ganas dinero y : nosotros también \	assenteix	"↑↓" ↻				avança

A usa i abusa dels moviments amb les mans i els avantbraços en les seves intervencions i tenim pocs exemples d'intensificacions perquè no intervé com a figura destacada en els moments clau de negociació.

A (40) i (42) fa dues intensificacions d'evidència amb *claro* al final de la seva intervenció. Si examinem la primera podem veure com contesta a una pregunta concreta de M: quants estampats poden oferir. La resposta de A comença amb la idea principal: el nombre d'estampats dependrà del temps que tinguin per fer-los. Però la seva manera de presentar-ho es confusa. Tal com ho diu, sembla que el fet de ser directora de producció sigui la causa del *dependrà*. Segueix un fragment força coherent, però després de *claro* acaba titubejant i només la data del set de desembre queda clara.

---

<sup>37</sup> A adopta el paper de cap del Departament de producció de l'empresa SEDATEX

Transcripció		CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai	
					Auto	Objecte		
40.	A.	esto va ya a depender   porque soy el director de la producción /   y esto va ya a depender de la fecha de entrega \    porque para nosotros es posible hacer hasta veinte /   pero tenemos que tener tiempo para hacerlos \   claro     y :: esto :: dependra \    para nosotros lo mejor era tener una fecha de entrega del siete de diciembre \    y [esto :: : /]	sacseja	↔ ↻  "↑↕"  ↕ ↔ ↕	espatlles		paper	avança

Pel que fa la gestualitat, podem veure que es reflecteix amb els moviments de les mans de realitza A d'una manera exagerada mentre parla. A demostra tenir certes dificultats amb la llengua, i probablement és una de les raons per les quals utilitza una profusió de gestos, però creiem que el seu problema principal consisteix a arribar a estructurar les seves idees com cal i aquest factor també intervé en la seva gestualitat abundant. Tractarem aquest aspecte a 8.4.5.

#### 8.4.1.3. Comunicació no verbal de l'alumne de nivell B2.1

L'estudiant G<sup>38</sup> demostra un domini més limitat de la llengua. No juga un paper predominant en la negociació i recolza fidelment T, el líder del seu equip. Les seves intervencions, per bé que sorolloses, no tenen una incidència real en el desenvolupament de la negociació.

G, no domina bé el registre de llengua ni de comunicació no verbal. Per exemple, a (243) mostra el refús de manera exagerada, molt bàsica i amb un to gens adequat a la situació professional de negociació.

Transcripció		CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
243.	G.	[CUATRO NOOO]	aixeca	↔		llapis	balanceja

No fa mai intervencions llargues. La més extensa que hem trobat (50) no intensifica verbalment però és una bona representació de la seva llengua oral amb pauses per pensar,

<sup>38</sup> G adopta el paper de cap del Departament de vendes de l'empresa SEDATEX

amb mots o expressions falca com *bueno o sá (o sea)* per donar-se temps per trobar el final del que vol dir.

Transcripció		CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
50.	G.	>bueno e : el quince de noviembre me parece un poco : corto para nosotros porque : : o sea- como lo <del>sab</del> - bueno    tenemos tambien   otro clientes o sá [que proveer...]	assenteix  ↑  ☺				balanceja

Probablement per aquest motiu les seves intervencions es limiten a repetir un element de la intervenció anterior, a demostrar l'acord amb *sí claro*, o a començar un torn de paraula sense poder-lo acabar perquè se li pren fàcilment. Quan es fa sentir més és en el desacord i en el refús total de propostes de l'equip contrari, com ja hem vist a (243).

Ara bé, la característica de G és la utilització del to marcat amb què acompanya les intensificacions verbals, a més dels moviments del cos. Necessita potenciar la veu per intensificar, sobretot perquè ho fa en moments de conflicte.

Els procediments intensificadors que fa servir, tan verbalment com no verbalment són molt bàsics, i en aquest sentit la coherència dels elements semiòtics verbals i no verbals és correcta. Sembla que, en aquest cas, la falta de competència de llengua afecta de ple l'ús la gestualitat.

#### 8.4.2 Gestualitat i capacitat d'argumentar i de trobar noves sortides

Per tal de tractar l'altre factor que creiem que pot determinar l'ús de la gestualitat, inevitablement, cal considerar el contingut del discurs que correspon a la gestualitat dels interlocutors.

Hi ha dos elements importants que els participants en tota negociació han de saber dominar per fer-la avançar. Per una banda, la capacitat d'argumentar per explicar i convèncer la part contrària que el que es vol assolir és convenient per ambdues parts, és a dir, per aconseguir l'acord de l'altre. I per una altra banda, l'habilitat per aportar noves propostes a mida que hi ha camins que es tanquen.

La negociació que analitzem és més complicada del que sembla perquè els aspectes que s'han de negociar depenen els uns dels altres i no es poden tractar simplement per ordre successiu: cal tornar enrere en diverses ocasions per negociar altra vegada aspectes que ja semblaven tancats. L'argumentació juga un paper molt important en el procés de recerca de l'acord així com la lògica i l'estructuració dels raonaments.

Analitzem la gestualitat dels components de la negociació començant pels estudiants que millor argumenten, M, T i J, per anar baixant fins al que ho fan d'una manera poc satisfactòria F i A, o, simplement no donen arguments, G i, a la vegada comprovem en quin grau la gestualitat hi juga un paper.

**L'estudiant M**, com ja hem remarcat, és la líder del seu equip i, com a tal, intervé en tots els aspectes de la negociació. Deixa negociar els membres del seu equip i els recolza, però intervé quan veu que les posicions no arriben a acostar-se. I és el cas del primer tram de la negociació. El CB vol molts productes molt aviat i amb molts estampats diferents i SEDATEX no pot concedir-ho tot per simples raons logístiques i de temps. Des de la intervenció (39) fins la (154) van donant voltes sense arribar a un acord i M hi intervé molt poc. Però a (155) M fa una proposta, és a dir, troba una sortida que si bé no és acceptada, provoca una contraproposta de T i, finalment, entre (176) i (183) M troba l'acord sobre els tres punts que han estat tractant fins llavors sense èxit: les dates dels lliuraments, les quantitats i el pagament. La seva intervenció és hàbil, raonada, coherent i acceptada per tots i a més a més a (187) argumenta la conveniència de la modalitat de pagament que ha proposat. I també els elements del seu llenguatge no verbal són ajustats i coherents amb els del llenguatge no verbal.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
176.	M.	o-o-o   que tal si hacemos para los primeros treinta mil pago a [la entrega-	abaixa assenteix				llapis	avança
177.	T.	[si]						
178.	G.	[si claró]					llapis	
179.	M.	porque [entendemos que lo necesitan]	sacseja	↑ ↓			llapis	
180.	T.	[sí] es indispensable para nosotros -]	sacseja			genoll		
181.	M.	por supuesto    pero y luego para el treinta de noviembre   o sea los otros diez mil /    se los pagaríamos   en la primera entrega a sesenta   y en la otra a treinta	assenteix apuja i abaixa	"↑ ↓" ↓			llapis	
182.	G.	pues por que no xxx	abaixa	↑			llapis	
183.	M.	o sea despues de haber recibido todo :: todo :: lo que falta   todo lo que nos falta-	assenteix	↑ »  »			llapis	retira

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
187.	M.	[así pagamos A LA VEZ]    treinta días despues de la última entrega pagamos todo lo que   lo que nos falta   ¡las veinte mil u- unidades que [nos faltan] (fading)	assenteix	↑↑ ↓↑↑			llapis	

L'estudiant T, com hem assenyalat, és el líder de l'equip de SEDATEX. Argumenta sòlida i extensament, troba noves maneres de presentar els seus arguments i les seves intervencions, amb algunes de les de M, són de les més llargues que es troben en les negociació. Cedeix poc però ho fa si se li donen prous raons per convèncer-lo. Fa repeticions i allarga síl·labes per poder pensar, però comunica el que vol amb força justesa. (43) i (46) són mostres representatives de les seves argumentacions amb la gestualitat que sempre acompanya les intensificacions en l'argumentació.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
43.	T.	claro despues todo- todo depende de : de lo que tenemos en- en existencias /   *e :: podemos ver para vosotros lo que esta dispuesto mas-mas-mas pronto/   pero para tener si   un maximo de estampados /   el :   e  .  plazo de de entrega   va a ser   mas-mas   [largo claro]	cap inclinat  cap inclinat  abaixa	↓↑  ↓ "←→"  ⌚				
46.	T.	porque tenemos como: como diez productos *e:   ESTRELLAS /   que vendemos mas y que siempre tenemos en-en en existencias /    despues tenemos a di- diferentes prendas que habéis visto en nuestro catalogo   que tambien estan dispuestas claro    pero: que necesitan un : un plazo de produccion si   pues eso   un poco mas   un poco mas exten-extenso /   y :: que tambien va a depender  de :: de cuantas unidades de cada :: de cada estampado \	assenteix	"↘↗"  "↑↓" ↓ ↵ ←  ↵ ⌚  ↻				

T no aporta elements nous per obrir la negociació quan aquesta es tanca del tot, però reacciona molt ràpidament envers noves propostes. Sap valorar ràpidament les que poden ser favorables per la seva empresa i les recolza i les fa avançar.

La gestualitat de T en la intensificació no és exagerada i no fa servir gaire elements del seu cos per expressar-se: la concentra en el cap i en la gran varietat de moviments de les mans. Empra una gestualitat molt gràfica i entenedora d'acord amb la justesa del seu discurs verbal.

**J és l'estudiant** que segueix en habilitat en el terreny de l'argumentació, encara que tenim menys mostres que de M i T perquè intervé menys en la negociació. Per bé que amb certes dificultats de fluïdesa exposa els seus arguments basats en el màrqueting, tal com pertoca al seu paper de cap de vendes. Vol demostrar a SEDATEX que la tasca de *merchandising* i de publicitat que portaran a terme serà molt valuosa per la imatge de marca de la petita empresa (250). Expressa correctament el seu missatge amb una gestualitat abundosa per tal de convèncer l'interlocutor.

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
250.	J. [no nuestra idea] es poner sus productos mas de relieve que los otros en nue :: nuestras : en nuestras cadenas	assenteix	"↑↻↻" ↑↑↑↑    ↑↻			llapis	

Just després J vol fer creure a SEDATEX que el conjunt de d'accions de publicitat que el CB portarà a terme i que seran tan útils a la petita empresa, tindran un cost i implica que el descompte que els demanen és justificat perquè així compensarà les despeses de comunicació. En aquest cas J està defensant un argument de manera equivocada, perquè no estableix la relació entre la publicitat i l'augment de vendes que suposarà per a SEDATEX. J sap que no està argumentant adequadament i, automàticament, augmenta la gestualitat. El seu discurs verbal no és fluid, sembla que tingui problemes d'expressió verbal, però en realitat la seva dificultat consisteix a trobar raons concretes que demostrin el cost que representarà pel CB i per això dubta i repeteix J gesticula més, no tant per un problema de competència lingüística (261) (262) (263) sinó perquè la seva argumentació és incompleta i en aquest cas es trenca l'equilibri entre l'expressió verbal i la no verbal.

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
261.	J. sí   tiene costes claro   tiene coste de: (manutencion)   tiene coste de : de : salarios mas   tiene coste de : de : *e : [de :	assenteix	»↑↻» ↻			llapis	avança
262.	T. [sí sí lo entiendo]	assenteix	↓				
263.	J. de trabajos temporales [que...]		↑↻↻			llapis	

D'aquesta manera veiem com el mateix estudiant, no té la mateixa gestualitat quan argumenta correctament que quan no troba les idees adequades. En el segon cas la incrementa: fa intervenir la posició del seu cos i mou les mans sobre la taula amb un moviment de rotació una mica descontrolat. Creiem que és justament la desestructuració de

l'argumentació que fa que augmenti els gestos i que la competència lingüística no n'és la responsable.

**L'estudiant F** sobrepassa el paper que s'ha atorgat d'acord amb el seu equip i es permet d'intervenir en més aspectes que els que són estrictament relacionats amb el seu departament, com és ara la data de lliurament o bé el nombre d'estampats.

La capacitat d'argumentació de F és molt limitada i es manifesta més aviat al principi de la negociació perquè a mida que s'avança, ja no fa esforços per argumentar, sinó que refusa, retreu i exigeix. Creiem que la mostra (138) n'és un bon exemple. L'objectiu de F és fer avançar la data de lliurament i comença la seva intervenció avançant una argumentació que encara no s'ha esgrimit, la publicitat que el CB farà per SEDATEX, que queda totalment desplaçada i sense context de tal manera que no s'entén el que vol dir. Continua amb un connector que indica que el que segueix és una conseqüència del que s'ha dit abans, "de manera que" quan en realitat el que segueix no hi té res a veure. El seu discurs no és coherent perquè no troba la manera d'acabar el que comença: llença una falsa acusació i no sap com aportar més arguments, com a (322).

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
138.	F. [es para vosotros]  vamos a hacer publicidad   vamos a comunicar sobre esta marc- sobre este producto o sea que    si podeis hacer un GRAN esfuerzo   poner de acuerdo que :: bueno   no : no :: nos proveen [ ANTES y	assenteix  assenteix	"↑●" ↑  "●Ω" «  " ×●" ↘ ↗ ↻  U ⊗ ⊗				
322.	F. PERO TAMBIEN TENEIS SUBVENCIONES DEL GOBIERNO : Y DE TAMBIEN [TAMBIEN DE :: ]	cap endavant	"↖ ↘ »" ♯  !	espatlles			avança

En tots dos casos veiem que la gestualitat és abundosa i exagerada. La poca competència lingüística, però sobretot la desestructuració del discurs de F fan que el missatge no sigui reeixit i la gestualitat important. Pensem que pot ser una de les raons de la gestualitat tan marcada de F en la negociació, que crida l'atenció i que coincideix amb un discurs poc cohesionat.

L'estudiant A no intervé massa i ho hauria de fer pel càrrec que ocupa. Poques vegades intenta argumentar i quan ho fa, el seu raonament no queda ben exposat. Donem la mostra (120), encara que no contingui cap intensificació, perquè ens sembla una bona il·lustració i



tampoc no trobem massa exemples a causa de les poques intervencions d'aquesta estudiant. A vol explicar que no poden fabricar més de quinze estampats pel trenta de novembre perquè per fer-ne vint, tal com el CB voldria, han de fer canvis profunds en la cadena de producció i per això necessiten més dies i fins el set de desembre no podran produir cinc estampats més. A comença la seva intervenció de manera força clara, però la frase final no s'entén. Altra vegada ens podem preguntar si li falla el domini de la llengua o la cohesió de les idees. En tot cas, la gestualitat és intensa.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
120.	A.	[no]   el trenta tendran quince estampados   pero    hacer cinco MAS   tenemos que mudar toda la cadena de produccion /   y no podemos  hacerlo antes del siete de diciembre    así que los cincos estampados mas TENDREMOS quince]	assenteix	↔ ♯  ⊙  ⊙ ♯ ♯			llapis	

Quan la negociació dóna voltes perquè no es posen d'acord sobre el descompte, l'estudiant A fa una proposta absolutament sorprenent després d'un llarg silenci (275): producció pot fer baixar el preu si fabrica setanta mil unitats i, dirigint-se a G del seu equip manifesta que creu que es pot fer un descompte del quatre per cent si el CB els encarrega setanta mil unitats. Es mostra de la seva manca d'habilitat. En primer lloc, un anunci tan sobtat d'aquesta importància cal introduir-lo d'una manera adequada i A no ho fa. En segon lloc, com a cap de producció, la única cosa que pot proposar és fabricar més unitats i, addicionalment referir-se al cost i A ho presenta a l'inrevés. I, finalment, el fet d'adreçar-se a G del mateix equip per anunciar-li el que creu que passaria si el CB els fa una comanda de setanta mil unitats, és un greu error estratègic perquè o bé hauria hagut de fer un apartat i consultar-ho amb els seus companys d'equip, o bé només hauria hagut de plantejar la capacitat de produir moltes més unitats i els seus companys s'haurien encarregat de precisar que, en aquest cas es podria reduir el preu.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
275.	A.	al nivel de la produccion podemos bajar el precio si hacemos setenta mil unidades \   que nos disminue el cuest- el el: coste    creo que podemos hacer una un : descuento de cua- cuatro por ciento /   si   hacen un pedido de setenta mil unidades/	puja i abaixa  gira cap a G	↔ ♯ ⊙  ⊙ »== ♯ ♯ »			llapis	avança

En tot cas, l'estructura de la seva argumentació és tan poc clara que l'equip contrari ha de preguntar què és el que en realitat proposen. Evidentment després d'haver dit i repetit que són una petita estructura i que no poden produir les quantitats que els demanen els grans magatzems, la sortida proposada per A sembla una contradicció total. I A ha d'argumentar-ho. Ho fa a (299).

Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
299.	A.	podemos poner todo en marcha [y producir mismo día y noche]	assenteix	↔ ↓				avança

L'estructura deficient del seu discurs oral es tradueix en una gesticulació intensa, sobretot amb les mans, amb els moviments semi rotatius, ⚙️, que donen una impressió de desordre, de confusió i que no ajuden als interlocutors de A a interpretar adequadament el missatge.

**Les intervencions de l'estudiant G**, com ja hem assenyalat, són curtes i es fa difícil trobar mostres per observar com argumenta, perquè ho fa en molt poques ocasions. A (227) vol justificar la proposta del seu equip sobre la data i la quantitat de productes. Tot és pobre en la intervenció: conté errors de llengua, dubtes, i també errors d'estructura del discurs que no és gens fluid. La gesticulació també és intensa, activa el cap, les mans i el cos i a més a més fa servir el llapis com un element comunicatiu apuntant-lo cap l'interlocutor per subratllar la intensificació.

Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
227.	G.	bueno   estamos al primero de noviembre /   y dentro de quince días   YA /    *e :: bueno   tendrei- si- tendran *e :: TRENTA MIL unidades que ::   a ver  ENORME en: quince días	assenteix (	↑  ↪  ! « ↓ ✎ »			llapis	

Es pot dir que el tipus marcat de gesticulació de G es dona en els pocs moments que intenta justificar alguna cosa i ni la llengua ni l'estructuració de les seves idees l'acompanyen. De tota manera no disposem de dades suficients per comprovar si aquest fenomen és recurrent en el seu discurs, perquè poques vegades les seves intervencions sobrepassen una línia del text del missatge verbal.

.Una vegada analitzades les mostres anteriors, som de l'opinió que, d'una manera clara, la manca de coherència i d'estructuració del discurs verbal, augmenten l'abundor del llenguatge no verbal. Per altra banda, els estudiants que demostrin menys capacitat per trobar nous arguments i noves propostes per fer avançar la negociació, són el que més exageren la seva comunicació no verbal.

### **8.4.3 Gestualitat, personalitat i estil de negociar**

En aquest apartat tractarem del llenguatge verbal utilitzat pels participants de manera individual i que fa que es distingeixin diferents estils de comunicar. Fixant-nos en els imatges de la gravació amb vídeo, el que es fa evident és que el que realment diferencia la gestualitat entre els estudiants, no és tant l'abundància i la profusió d'elements no verbals en el seu discurs, sinó del tipus de gestualitat que fan servir.

Tot negociador té un estil propi de portar a terme una negociació. Les formacions que es donen al personal de les empreses pels quadres que han de negociar, especialment a nivell internacional, probablement redueixen les mostres de comportaments personals massa marcats amb unes normes o indicacions d'actuació més generals i menys diferenciades.

Però aquest no es en absolut el cas dels nostres estudiants. Molt poc avesats a la pràctica de la negociació, i el fet que es troben en una situació de simulació a la classe de L2, factor que també cal tenir en compte, la seva personalitat, el seu tarannà, apareixen més obertament en la seva manera de fer.

Posarem com a exemples oposats els estudiants M i F. Aquests dos estudiants tenen dues maneres ben diferents d'utilitzar el llenguatge verbal i no verbal. En donem mostres per corroborar aquesta afirmació.

**L'estudiant M** utilitza moviments mesurats, mai amples, especialment en les intensificacions. Hem vist a (119) com nega amb el cap i amb l'índex de la mà dreta, a prop del cos. La única vegada que realment demostra un desacord profund amb SEDATEX és (237) i fa servir el cap i les mans però no d'una manera exagerada, sempre amb gestos prop del cos. En canvi, utilitza l'èmfasi en el recurs d'intensificació, la paraula "**ENORME**". Però malgrat tot, la seva gestualitat no és agressiva.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
119.	M.	para el TRENTA VALE    pero para el siete de diciembre NOES [POSIBLE]	assenteix nega	f « nega amb el dit »				avança
237.	M.	pero pero este es el PRIMER pedido   somos la PRIMERA cadena en España   la notoriedad para ustedes va a ser ENORME	aixeca assenteix	☹ ↑ « ☹ ( ) »			llapis	

Per la seva banda, l'estudiant F fa servir el llenguatge no verbal de manera ostensible. Els moviments de les mans i braços són amplis, sovint agita la mà amb els dits agrupats envers el seu interlocutor i augmenta l'agressivitat dels seus moviments a mida que avança la negociació. S'ha hagut de crear un codi per reproduir un gest que només fa ell : es tracta de ☉ que apareix a (138) i dues vegades a (242). Es un gest insòlit, totalment inadequat al context de la negociació que posa en evidència l'estil agressiu de F.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
138.	F.	[es para vosotros]  vamos a hacer publicidad   vamos a comunicar sobre esta marc- sobre este producto o sea que    si podeis hacer un GRAN esfuerzo   ponerlos de acuerdo que : : bueno   no : no : : nos proveen [ ANTES y	assenteix assenteix	"↑●" ↑ "●↶" « " ☉●" ↘ f ↶ ↑ ☉ ☉				
242.	F.	que hacen la comunicacion y tal o sea    UN ESFUERZO   bueno   en un : : en UN GOLPE ASI   EN UNA VEZ	assenteix	↑ ●  ☉ ☉			llapis	

Veiem que són dos estils diferents d'escollir els moviments del cos per acompanyar les intensificacions, mesurat l'un i agressiu l'altre i no creiem que l'elecció vingui donada totalment pel nivell de competència lingüística, sinó per l'estil de negociar de cadascun.

Ens fixarem ara en l'estil de negociar de T. Aquest estudiant és més fred, més cerebral, i per això utilitza una gestualitat característica. Freqüentment en té suficient amb dos moviments, generalment el cap i les mans per expressar el que vol, fins i tot en intensificacions que apareixen en moments conflictius de la negociació (311).

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
311.	T.	[ya hemos] ya hemos cumplido que   este cuatro por ciento [es excepcional]	nega	"↑↶●" ☹				

La llista de les intervencions en les qual intensifica amb tres elements no verbals no és massa llarga, (149) (220) (247) (268) (270) (321) (323). Tenint en compte que és un participant que intervé molt sovint ens dóna la mesura de la poca profusió de moviments del cos de T.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
270.	T.	pero no sabemos   concretamente que [vais a hacer]	nega abaixa mirant	↓ ↩	espatlles			

Una única vegada fa servir quatre elements no verbals i és en un moment en què T ha perdut totalment la paciència i exigeix una resposta (266). Als tres moviments del cap, les mans i les espatlles s'hi afegeix el to marcat en tota la intensificació verbal. La seva gestualitat queda justificada perquè correspon a la conflictivitat de la situació.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
266.	T.	PUES   PUES POR-POR-ESO PREGUNTO PREGUNTO YO PUBLICAMENTE   [LO QUE VAIS A HACER] porque...	assenteix	↩ ↑ ↩ "↔↑"	espatlles			

Veiem que T s'expressa amb una gestualitat aparentment sòbria, no oblidem els múltiples gestos amb les mans, i poc ostensible, però no per això menys efectiva. Tanmateix, no dubta en una ocasió (46) a projectar la mà cap endavant i cap amunt per recolzar la importància dels seus productes *estrella*, és a dir els que més es venen.

		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
46.	T.	porque tenemos como: como diez productos *e : ESTRELLAS // que vendemos mas y que siempre tenemos en-en en existencias // despues tenemos a di- diferentes prendas que habéis visto en nuestro catalogo   que tambien estan, dispuestas claro   pero : que necesitan un : un plazo de produccion si   pues eso   un poco mas un poco mas exten-extenso // y :: que tambien va a depender de :: de cuantas unidades de cada :: de cada estampado \	assenteix	"↩↩" "↑↩" ↓ ↩ ← ↩ ⊕ ↩				

Aquest estil o manera de fer correspon a la seva personalitat més cerebral, més freda que les dels altres membres de l'equip, i aquesta característica es reflecteix en la gestualitat i

també en l'argumentació que, de fet, és el seu instrument principal per negociar, tal com veurem seguidament.

**El perfil de l'estudiant J** queda força ben dibuixat encara que no és un dels membres principals de la negociació. Seriosa, constructiva, recolza en tot moment la líder del seu equip, M, sense fer un cas excessiu del que fa F, també del seu equip, que és la cara oposada de la seva manera de fer. La seva postura sembla una mica hieràtica, el cos molt recte i les mans o els braços sovint encreuats quan no intervé i, a vegades quan parla també, fa servir la gestualitat de manera adequada amb el que diu. Són gestos força mesurats i realitzats en un radi d'acció a prop del cos com a (175).

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
175.	J. pero para las condiciones de pago seran un poco diferente   y necesitamos : treinta dias   despues de la entrega   y para el resto : : /	assenteix	▲  ↑  ▲				

Només hem pogut detectar una ocasió en la qual utilitza la gestualitat per descriure una acció que no sap exactament com anomenar. A (254) al mateix temps que ho diu, imita el fet de posar un producte per davant dels altres, més a prop dels clients tirant cap endavant les dues mans i avantbraços. L'expressió adequada hauria estat *poner sus productos en primera línea*, però com que no la coneix, es val de la gestualitat per representar-la, encara que amb el que ha expressat verbalment, *poner el producto más adelante que los otros*, s'havia fet entendre perfectament.

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
254.	J. [pero] usted sabe que lo mejor para vender un producto en este tipo de cadena   es poner el producto más a- adelante que los [otros /]	assenteix	"↑↕" "↕↔↑↔" ↑↕ "imita el fet de col·locar el producte a primera fila"			llapis	avança

L'estil de J, detallista, segura i molt professional, correspon a la seva personalitat i la gestualitat reflecteix perfectament aquests trets de caràcter.

**L'estudiant G** té una manera de fer impulsiva i poc raonada. Vol intervenir en la negociació, però hi ha personalitats més fortes que ella i que reaccionen molt ràpidament. Ella és més

lenta i en dues ocasions els membres del seu equip li han d'explicar quina és la proposta que el seu equip està fent a l'equip contrari. Com que no es vol quedar enrere, les seves intervencions són sobretot per recolzar T o per criticar els contraris. La seva gestualitat no és agressiva, però sí el to de veu, que sovint és molt marcat com a (327).

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Moy. Cos en l'espai
					Auto	Objecte	
327.	G.   NO UN CUATRO POR CIENTO!	nega	↘			llapis	

Considerem, però, que no disposem de prou elements per poder definir G de manera més precisa i no podem apreciar adequadament el seu comportament. És difícil de saber si les intervencions curtes que sol fer són degudes a la seva manca de competència lingüística o a la seva incapacitat d'imposar-se en la negociació.

**L'estudiant A** és una interlocutora que no fa suficients intervencions per poder saber quina és la seva personalitat i si queda reflectida en la gestualitat. Intervé de tant en tant, fins al punt que sembla tímida, no és agressiva, parla molt ràpidament, i la seva gestualitat es sincronitza amb el missatge verbal d'una manera desordenada, fins i tot exagerada quan l'estructuració del discurs és deficient, tal com hem vista a l'apartat precedent.

Es fa difícil de mesurar fins a quin punt la manera de manifestar la gestualitat correspon exactament al caràcter de cada participant. Tanmateix, el que sí ens sembla evident que el tipus de llenguatge no verbal que cadascú utilitza, li confereix una manera de fer molt visible que, afegida al discurs verbal donen una idea força exacta de l'estil de negociar dels participants de la negociació.

## 8.5 Resultats

Per acabar aquest capítol, farem una síntesi dels resultats obtinguts una vegada analitzada la transcripció de la Negociació 1 que s'ha codificat per tal de representar la comunicació no verbal.

Després de presentar els sistema de transcripció adoptat per poder analitzar el llenguatge no verbal utilitzat pels estudiants en la negociació, ens hem centrat en tres punts d'anàlisi. En primer lloc, hem volgut observar si el llenguatge no verbal pot acomplir funcions

comunicatives, en segon lloc hem analitzat en quina mesura es corresponen el llenguatge verbal i no verbal fet servir en la negociació i, finalment, hem intentat de comprovar si només és la competència lingüística que provoca una determinada utilització del canal no verbal i, si no és així, quins poden ser els altres motius observables que intervenen en l'elecció de la gestualitat de cada participant. Presentem el resum dels resultats obtinguts sobre els tres elements analitzats en aquest mateix ordre.

### **8.5.1 Les funcions comunicatives del llenguatge no verbal**

Hem pogut constatar que tots els elements del llenguatge no verbal que hem analitzat i que apareixen amb les intensificacions verbals tenen una funció comunicativa. Els estudiants fan servir tots els moviments amb el cap, i un gest amb les espatlles amb una funció determinada. També els adaptadors, tant els auto-adaptadors com un objecte-adaptadors, i la totalitat de moviments de la part superior del cos així com el to més marcat adquireixen la funció comunicativa que el parlant vol atribuir a la intensificació verbal.

Hem analitzat amb detall els moviments del cap i hem vist que en fan servir vuit que hem denominat **aixeca, abaixa, apuja i abaixa, assenteix, nega, sacseja, inclina i avança** i hem trobat que exerceixen les diferents funcions comunicatives que el parlant dóna a les intensificacions verbals (vegi's 8.2.2.2., quadre xx)

Els moviments de les mans i els braços que s'utilitzen amb una gran freqüència són els presenten més dificultat per fer-ne una transcripció acurada ja que la successió continuada de moviments diferents en un espai de temps molt curt, fan que no sigui fàcil decidir quan comença i quan s'acaba un gest en un *continuum* de moviments que poden canviar ràpida i repetidament.

Per limitar la dispersió de la informació amb una llarga llista de gestos amb totes les funcions que poden adoptar, hem preferit aïllar els moviments amb una sola funció que són emprats de manera comuna per tots els participants o bé per alguns individuals però que són encara moviments que tothom pot reconèixer. D'aquesta manera, sabem que la resta és utilitzada pels interlocutors que els atribueixen les diferents funcions que els interessin i que queden analitzades i especificades en el Capítol 7.



Amb l'aïllament dels elements amb una única funció, hem pogut identificar els que són reconeguts per tots els estudiants perquè formen part del codi semiòtic utilitzat en la cultura en què es desenvolupen i amb els que poden expressar missatges determinats que faciliten la comprensió del llenguatge. Aquests signes fan referència a la noció de temps, la dixi, i la negació i la petició de calma.

**El temps.** Hem vist que fan servir quatre moviments per visualitzar la noció de temps: els tres primers són d'ampli abast i s'empren bé per fer referència al temps passat (*antes o mucho antes*), al temps futur (*después, más adelante, dentro de, luego, de aquí a allí, hasta + data i a partir de + data, un verb en temps futur*) i a la durada (*duración, evolución, más largo, más extenso*, i també el gerundi de la perífrasi *ir vendiendo*). El quart moviment indica una successió d'accions o bé el fraccionament d'accions en el temps.

**La dixi.** El més sovint, els moviments díctics es refereixen directament amb el gest a *yo, nosotros* i *vosotros* i molt poques vegades a una tercera persona, *ella* o bé *otro/s*. Es troben marcats amb un moviment de la mà cap a la persona que parla, tocant o gairebé tocant el pit per *yo* i *nosotros*, un moviment de la mà que assenyala o apunta la persona o persones a qui es dirigeix l'interlocutor per *vosotros* i *Ustedes*. Es fa servir un moviment lateral de la mà cap enfora per una tercera persona o bé *otro/s*.

**La negació.** Els gestos que es fan servir per expressar la negació també són monofuncionals i encara que els trobem utilitzats per diversos interlocutors o bé per un de sol, també pertanyen al rerefons cultural dels estudiants. Es pot negar amb el cap i així ho fan diversos estudiants o bé, com fa únicament una estudiant, amb el cap i al mateix temps amb un moviment de dreta a esquerra fet amb l'índex de la mà dreta.

**“Calma”.** Es un gest monofuncional utilitzat dues vegades per un únic participant en la negociació que l'expressa movent amunt i avall els braços estesos i les mans planes amb el palmell cap avall. Creiem que també es pot assimilar als gestos que són utilitzats en la mateixa cultura i entesos per tothom. Curiosament, el mateix estudiant en una altra ocasió (8.2.2.2.) fa servir els gest internacional utilitzat en l'àmbit esportiu que significa “temps

mort<sup>39</sup> amb la mateixa funció d'apaivagar els ànims dels participants de la negociació en un moment conflictiu.

**El desacord.** Abaixar el cap i al mateix temps mirar fixament l'interlocutor apareix diverses vegades com a expressió de desacord i fins i tot de desconfiança i és utilitzat per diversos estudiants. No ens atrevim a afirmar que aquest moviment, que recorda una posició d'atac, forma part del codi gestual de la cultura francesa, però ens ha semblat que és percebut com un signe negatiu per part de l'interlocutor al que s'adreça.

Apareixen també gestos amb una única funció utilitzats per un estudiant d'una manera personal i que li confereixen un estil propi que el diferencia de la resta. Les expressions de desacord amb les mans i els braços d'un dels estudiants són tan personals que s'ha hagut de crear un signe especial o bé ha calgut una associació de tres signes per representar-les<sup>40</sup>. Els "auto-adaptadors" també poden tenir una funció única atribuïda per un estudiant individualment, per exemple el genoll sobre el que un estudiant posa la mà plana per indicar que no hi ha sortida a la negociació si l'interlocutor no cedeix o bé la barbeta, que serveix a un participants per a expressar el desacord i la desconfiança. De la mateixa manera una estudiant fa servir el llapis per apuntar-lo directament a seu interlocutor al mateix temps que intensifica verbalment utilitzant l'èmfasi al mateix temps.

Ara bé, els gestos amb una única funció no són la majoria. La llarga llista de signes codificats emprats indistintament per tots els aprenents amb funcions diverses determinades per la situació i pel context de la intervenció de cada interlocutor, ens mostren que la major part del llenguatge no verbal és escollit voluntàriament per cada parlant i la multifuncionalitat dels diferents elements del codi no verbal és la més comuna i, per tant, la més complexa. Podem concloure, doncs, afirmant que el llenguatge no verbal en aquesta negociació no es troba mai sol i que els seus components poden adoptar totes les funcions comunicatives que els parlants atribueixen als intensificadors.

---

<sup>39</sup> L'estudiant posa l'avantbraç en diagonal, colzes enlaire i punta dels dits de la mà esquerra estesa amb els dits junts tocant el palmell de la dreta.

<sup>40</sup> Per expressar el desacord, F amb el dors d'una mà dona un cop al palmell de l'altra mà i per representar el gest hem creat el signe ⊗. En d'altres ocasions, també per mostrar el seu desacord total, el mateix F agita la mà amb els dits agrupats amb l'avantbraç en diagonal i el colze sobre la taula i aquest moviment el representem amb una combinació de dos "↑●" o de tres signes "↑↖●" (vegi's 8.2.2.2.).

### 8.5.2 *Relació entre la intensificació verbal i la no verbal*

Una vegada feta l'anàlisi de sobre la manera que els interlocutors fan correspondre la intensificació verbal i la no verbal per tal d'entendre quina és la relació i la cohesió entre els dos tipus de comunicació, les primeres constatacions que hem pogut fer són les següents:

- En la negociació no ens ha aparegut cap signe del sistema no verbal aïllat, és a dir, sense una correspondència verbal.
- Les mostres d'intensificació verbal s'acompanyen sempre de moviments cinèsics o de signes proxèmics. Pot tractar-se d'un de sol fins a la totalitat dels cinc elements que hem pogut analitzar en la gravació vídeo. Tanmateix, no hem observat que només faci servir el cos per acompanyar el missatge verbal d'un intensificador.
- Tampoc no apareix cap element no verbal que tingui un significat comunicatiu per si mateix en aquesta negociació. En certs moments de dificultat per trobar l'expressió verbal adequada els aprenents recorren a l'ajuda de la gestualitat. Recordem T (249) que amb les mans dibuixa un rectangle per representar un cartell publicitari encara que verbalment diu la paraula "cartel" però no substitueixen mai el discurs verbal amb el llenguatge no verbal.

El fet d'acompanyar la intensificació amb un únic element no verbal és el cas menys freqüent i de les mostres que hem extret només n'hi ha una que sigui realment representativa d'una intensificació verbal a la qual correspon un element no verbal (46). Sembla que els estudiants necessiten utilitzar la pluricanalitat per intensificar fent servir més d'un element gestual, com a mínim dos, i aquest és el cas que es dona amb més freqüència i del que hem trobat exemples més abundants. També apareixen força exemples amb tres elements no verbals però també hem trobat tres mostres amb quatre components no verbals (232) (322) (329) (vegi's 8.3.1.3.).

Es important de veure que existeix una progressió en l'aparició del nombre d'elements no verbals en el transcurs de la negociació i aquest fet s'explica fàcilment. A mida que avança la interacció, després d'haver arribat a una entesa en diverses seqüències, les posicions s'endureixen sobretot quan s'arriba al punt més conflictiu: l'exigència del descompte que el CB vol que SEDATEX els atorgui. Ambdós equips consideren que ja han fet prou concessions i no volen cedir. La tensió augmenta i les intensificacions del discurs també, i, s'observa fins i tot de manera visual mirant la transcripció codificada, que la gestualitat es fa més intensa.

També la combinació de gestos de les mans i braços augmenta en complicació a partir de la Seqüència 17. Les correspondències de tres elements no verbals amb els verbals, i dues de les tres mostres presentades amb quatre components no verbals es troben gairebé al final, en plena discussió sobre el descompte. A mida que cada equip es tanca en les seves posicions i com que no apareixen propostes noves, es fan servir els mateixos arguments, però cada vegada amb més ús de la intensificació verbal i dels elements paralingüístics i així s'arriba a grups de quatre moviments per cada gest efectuat amb les mans i els braços.

Creiem que la correspondència que els estudiants arriben a fer entre el llenguatge verbal i el no verbal, fa força efectiva la seva manera de comunicar i que, amb més o menys fortuna pel que fa el registre de llengua, arriben a trobar l'equilibri entre tots dos canals de comunicació.

### **8.5.3 *La gestualitat dels interlocutors i els factors que la poden determinar***

A partir dels elements que posseïm, les transcripcions verbals i no verbals de la negociació i de l'enregistrament vídeo, hem intentat de comprendre quines poden ser les causes que fan que els interlocutors facin servir amb més o menys freqüència la gestualitat i què provoca que n'adoptin una de determinada. N'hem detectat tres: el nivell de competència lingüística, el grau de cohesió del discurs verbal i la personalitat de l'estudiant.

#### **Gestualitat i nivell de competència lingüística**

Pel que fa la competència lingüística, ens sembla que hi ha poca diferència entre la freqüència i l'abundància de l'ús de la gestualitat dels estudiants que millor dominen la llengua i dels que en tenen un domini mitjà. M i T, els interlocutors que més nivell lingüístic posseeixen, utilitzen amb profusió el llenguatge no verbal encara que poden comunicar verbalment el que volen transmetre i no tindrien necessitat de recolzar-se en la gestualitat per fer-se entendre. M i T fan servir la gestualitat malgrat el seu alt nivell de competència lingüística i en tenen un bon domini.

Si davалlem en l'escala de competència lingüística i anem a l'extrem oposat, el cas de G sembla el més clar. Com hem assenyalat, G necessita la gestualitat i sobretot la veu i l'entonació per vehicular la força il.locutiva dels seus missatges amb intensificacions verbals,

que són expressions més que frases articulades. En aquest sentit, sí que es pot dir que la gestualitat intenta suplir la manca de competència lingüística.

I en la franja d'estudiants amb un nivell de competència de llengua mitjà, constatem que, per una banda els interlocutors fan servir el canal no verbal per compensar el que potser haurien expressat verbalment d'una manera més completa, però també perquè forma part del seu estil de negociar. Sembla que la manca de competència lingüística d'aquests aprenents certament està lligada amb la gestualitat, però no pas més que en les intervencions en les quals s'arriben a expressar correctament i, tanmateix, continuen fent servir el llenguatge no verbal com es pot veure com és el cas de F a (80).

	Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai	
					Auto	Objecte		
80.	F.	cuanto tiempo necesitas para : PRODUCIR   por ejemplo   DIEZ MIL unidades   con   quince estampados diferentes \    yo quiero    cifras   bueno-prec-   bueno- más o menos	apuja abaixa  assenteix	☞ ☜ " ● ☞" agita la mà amb els dits agrupats  « ● ☞ » agita la mà amb els dits agrupats				

Creiem que l'equivalència "més competència lingüística, menys gestualitat" no es confirma en els casos d'estudiants que dominen el llenguatge verbal i que, a la vegada, tenen una gestualitat abundant. Els aprenents amb un nivell B2 utilitzen la gestualitat en tota ocasió, tant si aconsegueixen expressar-se verbalment de manera correcta o incorrecta i per tant, cal buscar si aquest fenomen pot obeir a d'altres factors que tractarem a continuació.

### Capacitat d'argumentar

Amb referència a la **capacitat d'argumentar**, en aquesta negociació, hem pogut observar que la manca d'estructura lògica en el discurs, fa que els estudiants augmentin la seva gestualitat i l'exagerin. Remarquem que els estudiants que més segueixen aquesta tendència són els que són menys creatius, no busquen, o no troben sortides noves per fer avançar la negociació i, per tant, han d'anar repetint els mateixos arguments sense aportar-ne de diferents.

En canvi, els participants en la negociació que cohesionen bé el contingut del seu missatge, continuen mantenint la mateixa gestualitat que és un aliat de la seva comunicació, no un substitut, per vehicular el missatge verbal amb un llenguatge no verbal just. Observem que

els estudiants que actuen d'aquesta manera són els que demostren tenir noves línies d'argumentació i més creativitat per trobar nous camins per continuar la negociació.

La manca d'estructura del discurs pot tenir diferents motius. O bé no tenen la resposta preparada a una pregunta legítima de l'equip oposat i han d'improvisar i no ho saben fer amb congruència, o bé el seu discurs no té una coherència interna.

En veiem dos exemples. En el primer, el mateix estudiant, no té la mateixa gestualitat quan argumenta correctament que quan no troba les idees adequades. L'estudiant J (261) (262) (263) sap que no està argumentant adequadament i, automàticament, augmenta la gestualitat. El seu discurs verbal no és fluid, sembla que tingui problemes d'expressió verbal, però en realitat la seva dificultat consisteix a trobar raons concretes que demostrin el que vol vehicular en el missatge i per això dubta i repeteix. J gesticula més, no tant per un problema de competència lingüística sinó perquè la seva argumentació és incompleta i en aquest cas es trenca l'equilibri entre l'expressió verbal i la no verbal.

En el segon cas, l'estudiant A no té problemes excessius de llengua i parla ràpidament amb força fluïdesa. Però quan no sap bé què ha de contestar busca on la seva gestualitat és frenètica (299). Fa servir sobretot les mans en el seu llenguatge no verbal, però els seus moviments es presten més a confusió que no pas ajuden la seva comunicació.

Pensem, doncs, que la capacitat d'aportar més o menys riquesa d'arguments i de creativitat és un factor que també influeix en el fet que l'ús dels components no verbals del llenguatge s'incrementi i que, a més a més, no es faci servir com un element coherent de comunicació en la negociació sinó que hi cap la possibilitat que actuï com un distorsionador del missatge.

### **L'estil de negociar**

Hem vist com sembla que els components del canal no verbal en aquesta negociació són moviments de lliure elecció (Cerdán i Llobera, 1997) és a dir que tenen una intencionalitat i els estudiants els utilitzen de manera voluntària. Per tant, som de l'opinió que, a més a més dels motius exposats de la seva utilització, hi ha d'haver un component de la personalitat de cada estudiant que es tradueix en la manera de fer de cada aprenent, en definitiva, en l'estil de negociar dels aprenents. Òbviament som conscients que aquest tipus d'influència és molt difícil de mesurar, però en les transcripcions hi trobem pistes que ens permeten de fer algunes consideracions sobre aquest tema.

Es ben clar que a estudiants tranquils i reflexius, com M i T, els correspon una gestualitat mesurada, però el que és interessant de constatar és que no és exactament igual. Cadascú té una comunicació no verbal individual, amb gestos propis que fan que realment tinguin un estil personalitzat: M emprà moviments a prop del cos, té preferència per fer actuar conjuntament el cap, la mà i el cos i únicament amplifica el gest quan demana calma. T limita més la correspondència no verbal a dos signes, a la vegada, generalment cap i mans però aquesta aparent sobrietat queda compensada amb l'observació de la gestualitat de les mans i l'avantbraç, extremadament profusa i complexa, però mai massa ostensible. Més emotiva M i més cerebral T podria ser l'explicació del tipus de gestualitat que entren.

La professionalitat que vol demostrar J es manifesta en postures més hieràtiques apropiades a la situació, que es trenquen quan necessita d'altres gestos per argumentar. Molt centrada i constructiva, no es deixa emportar per l'enuig ni per l'apassionament que demostren els seus companys en els moments conflictius. No alça la veu i gesticula amb moderació. Tota una sèrie d'elements que ens condueixen a pensar en un caràcter seriós i positiu.

La gestualitat més extravertida de tots els estudiants és la de F i en l'enregistrament vídeo és el que es distingeix per la seva gestualitat més agressiva i també pel seu to de veu alt en més ocasions. Ara bé, seria arriscat d'afirmar que F tingui un caràcter agressiu. Ens hem de preguntar, si el paper que té en la negociació, no influeix en la creació d'un personatge. Sembla que actuï amb la prepotència que creu que li atorga el fet de pertànyer a una gran empresa que tracta amb una d'insignificant i que, evidentment s'ha de plegar a les seves exigències. Només podem constatar que, en la negociació, adopta un estil agressiu i que el llenguatge no verbal que utilitza contribueix en gran mesura a donar aquest impressió.

Com ja hem vist, no podem opinar amb seguretat sobre l'estil de A ni perquè no intervé d'una manera suficient per poder-la definir. No demostra mai agressivitat i les seves intervencions són fetes amb gran rapidesa i sense alçar la veu. Les mans, sempre a prop de la taula i del seu cos, sembla que fan moviments exagerats però que no acompanyen adequadament les intervencions verbals. I G tampoc no ens dóna massa informació. Les intervencions són curtes, fetes per impulsió, més que per reflexió. I l'estil és fet a base de reaccions poc raonades sobretot davant de propostes que li semblen inacceptables. El component no verbal que més utilitza és el to de veu i sovint també hi afegeix la pronunciació emfàtica. Considerem que no tenim prou dades per definir la influència del seus caràcters en l'estil de la negociació.

L'observació sobre la influència que exerceix la manera de ser de cadascú en el tipus de gestualitat que adopten tres dels aprenents que més participen en l'activitat, ens porta a creure que l'estil, en la mesura que reflecteix la personalitat d'algú, és un factor que cal tenir en compte per entendre el tipus de llenguatge no verbal que fan servir els nostres estudiants. Tanmateix, és una primera impressió nostra que caldria aprofundir molt més per tal d'arribar a conclusions definitives.



## **DISCUSSIÓ I VIES DE RECERCA**



## Introducció

En aquesta discussió exposem, en primer lloc, **l'origen i la trajectòria de la nostra recerca en el marc de la didàctica de la llengua d'especialitat** (de 1. a 11.) Voldríem reflectir el procés que ens va dur de l'observació d'una activitat a l'aula fins a la realització d'aquest treball, seguint els principis de la recerca etnogràfica i aportant-hi el bagatge teòric i pràctic que hem anat adquirint durant la nostra carrera professional. Creiem que pot ser útil per a qualsevol professor que vulgui iniciar la recerca basada en les activitats portades a terme en les seves classes.

En una segona part (de 12. a 15.), posem de relleu i argumentem quins són **els lligams del nostre estudi amb la didàctica de les llengües estrangeres** atès que els informants són aprenents de llengua i, per tant, el fet d'analitzar un corpus de dades del discurs que ells generen pot tenir una repercussió en la didàctica de la llengua.

Per a portar a terme les nostres reflexions utilitzem els resultats de les nostres anàlisis, tant sobre el llenguatge verbal com el no verbal i reprenem alguns elements de l'estat de la qüestió que ens siguin útils per exposar i justificar opcions i fonamentar diferents punts de la discussió. Seguirem els passos cronològics del nostre estudi.

### 1. Didàctica de la llengua per a fins específics

La nostra incorporació a la docència del castellà, a finals dels anys vuitanta, en una escola de comerç internacional, en un moment donat en la nostra trajectòria com a professora de ELE, va fer que ens interesséssim particularment per la didàctica de la llengua per a ús professional que era la que requerien les necessitats dels estudiants de la institució on treballàvem. Portàvem un bagatge teòric adquirit en uns anys de profunds canvis en l'ensenyament i l'aprenentatge de segones llengües que van quallar al voltant del concepte clau de competència comunicativa (Hymes, 1971) i aquest havia esdevingut l'eix central en les nostres classes per a ús professional des de finals dels anys vuitanta.

L'orientació del nostre ensenyament cap a la llengua d'especialitat coincideix amb la publicació, dos anys abans, de l'obra que va ser clau per a l'enfocament de les nostres classes i pel disseny de materials didàctics. Efectivament, Hutchinson & Waters (1987) en el seu llibre *English for Specific Purposes* sostenen que el que s'anomena "student centered approach" és l'enfocament adequat per a l'aprenentatge de l'ESP. El plantejaments

d'aquests autors tenen en compte les teories cognitives de l'aprenentatge de llengües i el corrent derivat dels estudis sobre la psicologia de l'educació que demostren la importància de l'actitud i la motivació de l'aprenent envers l'aprenentatge per a assolir l'adquisició d'una llengua (Richard i Rodgers, 1986). Al mateix temps, Holec (1981) escriu la seva obra sobre l'autonomia de l'aprenentatge i aporta un nou element a la didàctica de llengües estrangeres.

Vàrem trobar en l'obra d'aquest autors un conjunt d'elements teòrics i didàctics que ja seguíem i en vàrem conèixer d'altres que ens va confirmar el que ja havíem comprovat a la classe: l'aprenentatge d'una llengua és efectiu si l'estudiant és conscient del fet que les activitats de l'aula poden ser útils per als seus objectius: una actuació professional adequada en la L2 desenvolupada en el seu àmbit laboral.

L'impacte que el concepte de competència comunicativa va tenir en la didàctica de les segones llengües, també va quedar reflectit en l'ensenyament de les llengües per a fins específics. Vàrem adherir molt aviat al principi que l'ensenyament de la llengua destinada a grups d'aprenents que comparteixen una mateixa especialitat professional té com a objectiu ensenyar la llengua sabent l'ús que en faran per portar a terme activitats pròpies d'aquesta especialitat, és a dir, en un context altament específic. Les repercussions immediates són que el paper central que tenia abans el professor, es desplaça cap a l'alumne, que esdevé el centre de l'aprenentatge i que per aquest motiu es fa necessari conèixer per què i com utilitzarà la llengua que aprèn i també quins són els processos i procediments que tenen lloc a l'aula, tal com argumenten Nunan (1988) i Tudor (1996).

Així doncs, considerem que la competència comunicativa, aplicada al domini professional o acadèmic d'una llengua d'especialitat, suposa la capacitat de l'alumne per a integrar-se en una comunitat professional determinada que porta a terme una sèrie de pràctiques socials que li són pròpies, utilitzant la llengua de manera eficaç i adequada. I això comporta el domini tant de recursos textuals, retòrics i lèxico-sintàctics com el de textos orals i escrits, a nivell de recepció i de producció, en qualsevol de les formes d'interacció que es generen en la seva comunitat de pràctiques tal com després, l'enfocament de l'EUP en els gèneres textuals ha desenvolupat (Martín Peris *et alii*, 2011, Ciapuscio, 2007 i Parodi, 2008).

El nostre treball només adquireix un veritable sentit si es considera dins de l'enfocament de la didàctica de la llengua per a ús professional amb el rerefons teòric que hem definit en els paràgrafs precedents.

## 2. La negociació com a activitat de classe

Molt abans que aquest treball de recerca s'iniciés, vàrem decidir d'avaluar les avantatges d'introduir l'activitat de simulació de negociacions al programa del segon cicle del programa d'estudis de castellà com a segona llengua a l'ESCE.

Vàrem considerar l'interès de la pràctica de la negociació com a activitat a classe ja que ens semblava que plantejar als aprenents la incorporació de negociacions comercials a l'aula acomplia un dels principis preconitzats per l'enfocament centrat en l'estudiant al qual hem fet al·lusió més amunt. Efectivament, l'estudiant podia reconèixer l'activitat de negociar com una de les tasques que probablement hauria de realitzar durant la seva vida professional i, per tant, era capaç de mesurar i valorar la utilitat de practicar-la a classe. La motivació per participar-hi de manera efectiva havia de quedar fora de dubtes.

Ens feia considerar la negociació com una de les tasques que havia d'aparèixer en el programa el fet de tractar-se d'una activitat que posa en joc constantment estratègies de comprensió i d'expressió orals i la interactivitat de què es compona sabem que fomenta la cooperació, l'empatia i la reciprocitat entre els participants en el procés d'aprenentatge, (Martín Peris *et alii* 2008, p. 283). Les nostres creences en matèria de didàctica de la llengua es van veure refermades pel fet que el 2001 el Marc Europeu de Referència per a les Llengües (2001) inclou la interacció en les activitats comunicatives de la llengua, al mateix nivell que les de comprensió i expressió. Precisa que en les activitats d'interacció oral els participants alternen el seu rol com a productors i receptors, amb un o més interlocutors per construir una conversa i la negociació compleix aquest requisits. Tant és així que en l'apartat 4.4.3.1. del document del MCER apareix la negociació com un dels exemples d'activitats d'interacció, encara que no se n'ofereix cap escala il·lustrativa, com ja hem remarcat al Capítol 7 (7.7.5.). Així doncs, tant el rerefons teòric, com les orientacions del MCER, ens van portar a introduir-la a l'aula durant un temps, per poder observar directament l'actuació i les reaccions dels aprenents abans d'incloure-la definitivament en el programa.

## 3. La simulació com a tasca comunicativa

El tipus de tasca que implica la negociació, també va entrar en consideració en el nostre plantejament ja que la negociació a l'aula es realitza com una **simulació**, i aquest tipus d'activitat, tal com ja hem remarcat a 2.1.8., presenta avantatges notables com a activitat comunicativa. Una sèrie d'autors Jones (1982), Byrne (1986), Donna (2000), Oxford i Crookall (1990) i Byram y Fleming (2003), s'hi mostren decididament favorables i

consideren que augmenten l'efectivitat de l'aprenentatge de llengües i també Gómez de Enterría, (2006, p. 21) n'és partidària en l'àmbit de la comunicació especialitzada. Seguint les raons que aporta Martín Peris *et alii* (2008, p. 530) per la utilització de les simulacions com a activitat d'aprenentatge de llengües d'especialitat i que hem pogut observar a les nostres classes, l'activitat de la simulació afavoreix les relacions interpersonals a través de la llengua, desenvolupa la creativitat i, com veurem més endavant, provoca un alt índex de motivació en l'aprenent, que reconeix la tasca com una de les que realitzarà en la seva vida professional i es treballen tots els elements comunicatius que intervenen en la comunicació oral i també en la no verbal, com hem pogut comprovar en el Capítol 7 i el Capítol 8.

Ens va interessar molt l'experiència desenvolupada pel BELC (*Bureau d'études pour les langues et les cultures*) els anys 80 i divulgada per la revista *Le français dans le monde*. Es tracta de la simulació global, una creació col·lectiva que s'articula al voltant d'un centre d'interès - l'hotel, el restaurant, l'empresa - i que es va construint amb l'aportació de tot un grup d'aprenents durant un espai de temps que sol ser força llarg. Malauradament, els formats de les nostres classes no ens han permès mai de portar a la pràctica la simulació global. Hem seguit els treballs sobretot de Jones (1982), que dóna a l'estudiant una situació concreta de l'àmbit professional que, en aquest cas, ha de negociar com a membre d'un grup *versus* un altre equip amb el qual han d'arribar a un acord. Aquest tipus de simulació es pot realitzar en una classe de dues hores amb totes les fases de l'activitat: preparació, realització i *feedback*.

#### **4. Observació exploratòria**

Després d'haver considerat els diferents aspectes sobre la negociació que acabem d'esmentar, vàrem realitzar una observació exploratòria durant un trimestre del desenvolupament de tres negociacions, en les nostres classes únicament, per part de cinc grups d'estudiants diferents. Els objectius immediats eren triples: en primer lloc, ens semblava interessant d'observar com els estudiants portaven a terme l'activitat i també ens permetia obtenir un *feedback* posterior de la percepció que n'havien tingut. En segon lloc, podríem detectar els problemes de comunicació que se'ls podessin presentar i, finalment, podríem comprovar si el plantejament de les negociacions que havíem dissenyat era correcte o no.

L'objectiu final de l'observació consistia a poder-ne treure conclusions sobre la pertinència d'integrar la pràctica de negociacions en el programa oficial de l'ESCE on treballàvem, o si, al contrari, la seva aportació al desenvolupament de la competència comunicativa dels

nostres alumnes era tan minsa que no justificava introduir-les. L'observació, en aquest moment, no estava, doncs, destinada a la recerca.

Pel que fa als estudiants, amb la seva col·laboració i durant les sessions informals de conversa sobre les activitats de negociació que havien realitzat, vàrem extreure les següents reflexions.

- Tots van coincidir a admetre que l'activitat els havia ajudat a millorar la seva fluïdesa en l'expressió oral.
- Els va interessar molt haver de fer l'esforç, malgrat la dificultat que això comporta, de reaccionar ràpidament en una interacció que poques vegades deixa temps per a poder reflexionar el que es vol dir.
- Varen exposar en quines ocasions no havien arribat a comunicar el missatge que volien fer arribar a l'interlocutor per desconeixement d'aspectes de llengua i els problemes es varen poder resoldre amb l'ajuda de la professora.
- Varen ser conscients, amb el feedback que es feia després de cada negociació, dels registres inapropiats al to formal de l'activitat que havien d'adoptat en alguns moments de la interacció.
- Varen trobar molt útil tenir la oportunitat d'analitzar per què una negociació no havia arribat aconseguir un acord, i sovint, la raó era la forta pressió i intensitat demostrada per un dels equips que havia influït negativament en l'actitud de l'equip contrari i havia tancat el procés de negociació.
- Varen considerar que els podia ser molt valuós en la seva futura vida professional, tant per a poder utilitzar la llengua de manera adequada, com pels coneixements adquirits sobre elements interculturals ja que havíem treballat a classe sobre l'estil de negociar a Espanya.

Per part nostra, el primer que vàrem observar va ser l'elevat grau de motivació dels estudiants participants en les negociacions: varen actuar de manera tan professional com van saber i el nivell de llengua els va permetre. Per altra banda, vàrem poder comprovar que la característica que ens havien fet interessar en aquest tipus d'activitat, és a dir, la complexitat de la interacció, s'acomplia realment. Amb l'observació de les tres negociacions, es va poder veure que, efectivament, és una activitat difícil per als participants, i encara més per a participants no nadius. El nivell elevat de dificultat es produeix sobretot per les dues raons següents.

En primer lloc, perquè els cal resoldre els problemes que provenen de la complexitat de l'activitat negociadora que comporta la resolució d'un conflicte i els cal afrontar la presa de decisions en un context de cooperació-conflicte. En segon lloc, perquè, en una llengua que encara no dominen, és a dir en la seva interllengua, han de lluitar amb l'expressió oral de l'argumentació que poden haver de desenvolupar i, al mateix temps, amb la immediatesa de reacció que exigeix la interacció en una negociació.

Ara bé, justament aquesta dificultat, considerada tant des del punt de vista del discurs que empren com a nivell de competències i les habilitats que exigeix dels negociadors, en fan una activitat de classe de llengua d'especialitat altament productiva i que ajuda de manera eficaç a augmentar la competència comunicativa dels aprenents.

Pel que fa al disseny de les negociacions, va quedar ben palès que les que menys els havien interessat eren les que o no s'havien plantejat adequadament o bé no s'havia sabut trobar el grau de dificultat necessari perquè els resultés una mostra creïble de la realitat professional. Aquest comentari ens va resultar molt valuós perquè ens va donar orientar de manera molt precisa pel que fa a la creació de nous materials didàctics per a les negociacions com activitat de la classe de llengua.

Després d'haver comprovat per una banda, la percepció positiva de l'activitat per part dels estudiants de llengua i, per altra banda, la utilitat de l'activitat per desenvolupar la competència oral dels estudiants, es va adoptar la decisió d'integrar-la com a part del programa de l'ESCE.

El fet d'haver observat de prop les negociacions a l'aula, ens va fer adonar que existien moltes possibilitats per portar a terme un estudi aprofundit sobre les actuacions dels estudiants i aquesta observació, que es pot qualificar de no estructurada i d'intuïtiva, sense saber-ho quan la vàrem dur a terme, va ser l'origen del nostre projecte de recerca perquè ens va servir per entreveure l'interès d'estudiar el discurs de la negociació comercial com a activitat de classe.

### **5. L'estudi pilot**

Amb la introducció de les negociacions en el programa de l'ESCE, vàrem tenir l'oportunitat d'observar la realització de diferents casos amb grups d'estudiants variats. Ens va portar a considerar que el discurs que utilitzaven presentava característiques interessants, però que



per la rapidesa amb què es produïen en la interacció se'ns feia impossible de determinar-les d'una manera acurada, fins i tot fent el visionat de les gravacions que en fèiem per després portar a terme un *feedback* amb els estudiants. Ens va semblar que el fenomen de la intensificació hi tenia un paper important i per comprovar si les nostres intuïcions es confirmaven es va prendre la decisió de fer un estudi, que hem decidit d'anomenar Estudi pilot, d'una negociació que no es va publicar.<sup>41</sup> Per portar-lo a terme es va fer una transcripció i l'anàlisi interpretativa del discurs oral d'una negociació. Una anàlisi preliminar de la transcripció va ajudar a precisar tota una sèrie de trets del discurs dels estudiants que ens havia semblat copsar i vàrem veure moltes possibilitats de desenvolupar la recerca sobre el discurs emprat pels aprenents i futurs professionals del món dels afers.

## 6. Metodologia

Per tal de portar a terme el projecte de recerca ens calia trobar els instruments adequats per analitzar el tipus d'activitat que volíem estudiar. Va ser el curs de Doctorat del Departament de Didàctica de la Llengua i la Literatura de la Universitat de Barcelona que ens va fer descobrir l'enfocament etnogràfic per dur a terme la recerca i tot seguit vàrem veure que era la metodologia adequada per portar a terme l'estudi del discurs de les negociacions que es realitzaven a les nostres classes per part d'estudiants majoritàriament francòfons. El nostre projecte s'emotllava perfectament als principis de l'enfocament etnogràfic i de la recerca basada en les activitats de l'aula que ens permeten d'observar i recollir dades d'un grup que funciona dins d'un context determinat i que, precisament aquest context en determina les característiques. Fidels a aquest enfocament de tipus qualitatiu, no vàrem decidir quins elements concrets volíem estudiar fins després d'haver observat les actuacions dels estudiants en directe i també d'haver-les visionat. Es a dir que el tema d'estudi concret va sorgir de l'observació de l'activitat a classe, no d'idees preconcebudes ni d'hipòtesis prèvies tal com pressuposa l'enfocament quantitatiu de la metodologia de recerca.

Seguint el mètode etnogràfic de recerca, de les dades que es recullen de l'observació, se'n fa una anàlisi interpretativa i se n'extreuen unes conclusions que no es pretén que siguin de caràcter universal sinó que s'apliquen als grups estudiats. Quan ens vàrem adonar de la importància que els elements d'intensificació té en el discurs de les negociacions, vàrem decidir centrar-hi el nostre estudi per tal de poder entendre millor la complexitat de les interaccions negociadores. Concretament volíem saber com funcionen els intensificadors

---

<sup>41</sup> Presentem l'Estudi pilot a l'Apèndix i hi fem referència en certs moments de l'anàlisi del llenguatge verbal d'aquest treball per ampliar o confirmar determinats punts.

d'una manera determinada "ara i aquí", és a dir en el context concret i cada vegada únic d'una simulació de negociació com a activitat de classe.

En començar a plantejar-nos de fer recerca aprofundida sobre el tema, com ja hem mencionat al capítol 4 (vegi's 4.6.) una variable externa totalment inesperada va fer que el projecte s'hagués de replantejar i aquesta circumstància va afectar una part important dels mètodes de recollida de dades. L'escola on treballàvem va ser adquirida per una companyia nord-americana i les excel·lents condicions que disposàvem per desenvolupar els programes de llengües es van deteriorar sèriament. L'ESCE va experimentar canvis profunds que van tenir repercussió en la docència de les llengües estrangeres de manera gairebé immediata: reducció del nombre d'hores total de classes per semestre i també del format de les classes que es va passar d'unitats de dues hores a classes d'una durada de 1h15. Les activitats de negociació se'n varen veure afectades de ple, perquè les diferents fases que s'aplicaven durant dues hores, instruccions, preparació en grups, realització de la negociació i *feedback*, ja no eren possibles de portar a terme.

Es va haver de reestructurar el programa i s'hi varen continuar incloent negociacions, però amb menys freqüència i amb menys temps per negociar. En vàrem fer alguns enregistraments però, a causa de les noves circumstàncies, ni el nombre ni la qualitat de les dades que es podien obtenir del treball fet pels estudiants no era les mateixes que les d'abans. Vàrem poder comprovar que les dades que podíem recollir amb les primeres gravacions oferien sense cap mena de dubte una qualitat d'informació netament superior a les que ens podien proporcionar les de la nova etapa. El problema inconvenient major, però, va ser el fet que no disposàvem ni diaris ni entrevistes de triangulació ja que en el moment en què es varen fer les gravacions no teníem encara formulat el projecte de recerca perquè la negociació escollida com a corpus havia estat feta abans que el nostre treball de recerca comencés. Malgrat aquest inconvenient, hem intentat seguir tan de prop com hem pogut el paradigma de la recerca qualitativa basada en l'enfocament etnogràfic.

Hem mencionat aquest fet, perquè reflecteix el que pot passar en un procés de recerca etnogràfica: que s'hagin d'introduir canvis en el disseny inicial de la recerca, adaptant-se a les circumstàncies del context, que en el nostre cas, ens varen modificar els instruments de la recollida de dades.

La remarca de Van Lier sobre els dubtes i la introspecció de l'investigador ha format part de la nostra recerca i creiem que hem après més dels dubtes i de la inseguretat que no pas de la rutina de la descripció i de la categorització.

## **7. L'anàlisi del discurs: cap a la selecció del tema i del procediment**

Ens volíem centrar en els discurs dels aprenents per dos motius. En primer lloc per tenir-ne un millor coneixement atès que, com veurem, vàrem poder comprovar que la literatura que existia en el domini de l'anàlisi del discurs professional en castellà, concretament del l'estudi del discurs utilitzat en les negociacions comercials, era escassa. En segon lloc volíem explorar les possibilitats d'establir lligams amb la didàctica l'estudi del discurs de les negociacions fetes pels nostres estudiants.

El camp de la investigació sobre l'anàlisi del discurs, ampli i ric, ens ha estat molt valuós ja que com afirmen Jaworski & Coupland (1998), l'àmbit d'una recerca es pot incloure en la perspectiva de l'anàlisi del discurs, si va més enllà de la frase, si es considera com una anàlisi de la llengua en ús i si inclou aspectes no lingüístics, tant de comunicació no verbal com de context. Tots aquests trets es donen en la nostra anàlisi que pertany a l'anàlisi del discurs. Ara bé, com que ens volíem centrar en els discurs professional, i més concretament sobre la negociació, la recerca sobre el discurs de la negociació en anglès en l'àmbit laboral, ens va proporcionar una primera aproximació al nostre tema. El màxim exponent d'aquesta tendència és Firth (1995) i la seva obra, que reuneix treballs de diferents autors, ens va fer entendre com és d'important la interacció i el context en una negociació, encara que l'objectiu d'aquests estudis no és el discurs en si mateix, sinó que el que pretén és veure com s'arriba a un acord en una negociació a través d'un discurs interactiu i altament contextualitzat.

Ens vàrem orientar després cap a Kerbrat Orecioni (2004, p. 8) que hem vist que distingeix entre les "negociacions comercials" o "negociacions diplomàtiques" i les "negociacions conversacionals". Encara que la negociació analitzada cau dins la primera categoria, ni el tipus d'anàlisi que porta a terme aquesta autora - l'anàlisi de l'estructura de la conversa - ni el seu objectiu - establir conclusions interculturals en les negociacions conversacionals - no eren la nostra finalitat. També al recull de treballs de Grosjean i Mondada (2004) sobre "La négociation au travail", s'estudien contextos professionals diversos partint, però, també del principi de "l'anàlisi conversacional" i malgrat l'interessant camp de recerca que obren aquests autors, no s'ajustava als nostres objectius.

La informació obtinguda era molt valuosa però no corresponia exactament al nostre camp d'estudi. Ens vam adonar llavors de l'escassa literatura que existia en el domini de l'anàlisi del discurs professional en castellà i, concretament, de la manca d'estudi del discurs de les negociacions comercials. Intentant d'acostar-nos-hi el més possible, vàrem trobar dos tipus d'estudis més afins al que volíem investigar: el discurs de la negociació de caire professional amb participants castellanoparlants, als quals ja hem fet referència a l'estat de la qüestió (2.2.2.3.).

El primer era el projecte INES<sup>42</sup> (International Negotiations in Spanish) realitzat per ESADE, Barcelona (Universitat Ramon Llull), Copenhagen Business School (Universitat de Copenhage) i la Wirtschftsuniversität de Viena que va ser presentat a la Comunitat Europea. El treball vol establir quin és l'estil de negociar dels empresaris espanyols basant-se en un corpus compost d'entrevistes individuals i de grup a empresaris estrangers que practiquen la negociació amb homòlegs espanyols, i de negociadors d'empreses espanyoles tant a Espanya com a l'estranger. Els autors es basen en les dimensions culturals establertes per Trompenaars Hofstede (1999) (vegi's l'estat de la qüestió, 2.2.2.3.) per entendre les diferències entre cultures. Malgrat la importància i l'interès del treball, que ens va ser molt útil a classe per fer observar als estudiants aspectes culturals que es reflecteixen en les negociacions amb espanyols, no es trobava en la línia de la nostra recerca perquè es tracta d'un estudi sobre la dimensió cultural de comportaments professionals.

La segona aproximació que ens va resultar més propera i enriquidora va ser la de Fant (1995), Grindsted (1995) i una sèrie d'autors de Suècia, Dinamarca i Finlàndia (Bullow-Møller 1993, 1996, 2001). Öber (1995), Trosborg, (1989), Kjaerbeck (1997), Heydenfeldt, (2000,) Ulijin (1995, 2000), que van realitzar treballs sobre les negociacions empresarials de caire intercultural en les quals hi participava el castellà amb interlocutors provinents de diferents nacionalitats hispàniques (vegi's l'estat de la qüestió, 2.2.3.1). La finalitat d'aquests autors consisteix a fer una anàlisi d'elements concrets del discurs per detectar diferències de comportaments negociadors entre interlocutors de cultures diferents, per tal d'evitar els malentesos que en poden sorgir i que poden comportar el risc de fer que la negociació no sigui del tot o gens profitosa.

---

<sup>42</sup> Un resum del Projecte INES va ser publicat en el llibre Villlemoes. A. et al. (2003). *Negociar a lo español*. Dinamarca: Systime.

Aquests treballs ens proporcionaven un model d'estudi que ens resultava interessant pel fet que era l'únic del que podíem disposar sobre negociacions interculturals en les quals hi participaven interlocutors castellanoparlants, i a més a més, els seus àmbits d'estudi eren originals i creatius. Ara bé, el seu objectiu és diferent del nostre que pretén conèixer millor el discurs utilitzats per aprenents de castellà i extreure'n conclusions que permetin ser aplicades a la didàctica.

Coincidim en el fet de prendre el discurs com a base de treball, però no el fem servir ni per aplicar-hi paràmetres d'anàlisi de l'àmbit de la psicologia i del comportament ni tampoc del component cultural al qual en el nostre estudi certament hi fem algunes al·lusions, però que en els treballs dels autors esmentats és la raó de ser. El nostre treball, com acabem de remarcar, es basa en l'anàlisi del discurs vist des de la perspectiva de l'enfocament pragmàtic, tenint en compte els elements verbals i no verbals com a generadors de significats.

Així doncs, apart de les avantatges en matèria de didàctica que presentava la negociació, el buit que vàrem trobar en els estudis sobre el discurs professional ens va fer decantar per portar a terme el treball de recerca que ens permetés tenir coneixements més aprofundits sobre els discurs de la negociació i que estàvem segurs que ens portarien a treure'n conclusions útils per a la didàctica de la llengua per a ús professional.

Tot i això, estudiar globalment la negociació ens semblava un camp massa ampli que ens podia dur a una recollida de dades i a un tractament de les mateixes que no fos suficientment específic i per això ens varem decidir a estudiar un aspecte concret que ens servís en certa forma de prospecció per comprendre millor la dimensió del fenomen.

## **8. Elecció de la intensificació com a tema d'estudi**

Ens trobàvem en l'etapa del professor: que vol fer recerca a partir de dades recollides a classe i que ha d'escollir un tema a partir de l'observació a l'aula. Quedava, doncs, per decidir l'aspecte concret del discurs que volíem investigar. Després de fer l'estudi pilot i d'haver-ne observat la transcripció, un dels aspectes que més ens va atreure l'atenció i que ens feia plantejar més preguntes va ser concretament la dualitat intensificació-atenuació com a factor essencial per a la construcció d'una negociació. Ens semblava tan interessant el fenomen de la intensificació, imprescindible per fer pressió en la negociació, com el de l'atenuació, mecanisme de regulació de l'equilibri en la tensió que es deriva de la negociació.

Ens vàrem orientar vers l'estudi de la intensificació tal com queda expressada pels estudiants en l'activitat de simulació a l'aula, principalment perquè, després de llegir la transcripció de l'estudi pilot ens va confirmar la importància d'aquest operador pragmàtic en el discurs de la negociació i també perquè ens va sorprendre el desequilibri d'estudis entre la maximització i la minimització del discurs en castellà. Malgrat la rellevància de l'estudi d'aquest àmbit, la investigació que s'ha portat a terme fins ara no ha estat tan extensa com els treballs que s'han fet i es continuen fent sobre l'atenuació des de la perspectiva pragmàtica de la intensificació.

La literatura sobre el fenomen de l'atenuació és molt abundant. L'estudi de l'atenuació del discurs en castellà s'ha fet sobretot en el marc de la cortesia verbal (Steel 1976, Beinhauer, 1991), amb la qual sovint s'associa, tot i que la cortesia només és una de les manifestacions o funcions dels atenuants. Més recentment s'ha abordat l'atenuació des d'un enfocament pragmàtic: Haverkate (1994) fa un estudi pragmlingüístic de la cortesia verbal que sistematitza els valors pragmàtics de la cortesia en castellà i els atenuants hi tenen un paper destacat. Briz (1995, 2001) defineix l'atenuació com una categoria pragmàtica i considera que la cortesia és un fenomen estrictament social, mentre que l'atenuació és un fet lingüístic i Albelda (2005) dedica un treball a desfer la creença tàcita que atribueix una correspondència entre la cortesia i l'atenuació que, segons l'autora existeix des que Brown i Levinson (1978) varen caracteritzar la cortesia com a reparadora dels actes amenaçadors de la imatge (*face threatening acts*). Els conceptes s'han aclarit i la recerca sobre la cortesia verbal ha produït treballs abundosos i variats. Bravo (2004, p. 5) considera la cortesia com un fenomen sociocultural i el fet de tractar les seves manifestacions lingüístiques requereix perspectives interdisciplinars amb conceptes d'altres ciències com per exemple l'antropologia social, la sociologia i la psicologia. Bravo i Briz (2004) publiquen un magnífic recull de treballs sobre el discurs de la cortesia en espanyol que engloben sota el concepte de pragmàtica sociocultural. El programa EDICE (Estudios sobre el Discurso de la Cortesía en Español) és una xarxa internacional de projecte de recerca amb base a Suècia que organitza col·loquis internacionals i té una intensa activitat de publicació de treballs sobre la cortesia verbal. Una de les darreres publicacions inclou l'atenuació en un estudi interdisciplinari de la (des)cortesía en el discurs: Flores e Infante (2014)<sup>43</sup>.

---

<sup>43</sup> Flores e Infante (2014) *La (des)cortesía en el discurso: Perspectivas interdisciplinarias (imagen, actos de habla y atenuación)*. UANL-Programa EDICE: Monterrey-Estocolmo.

En comprovar que l'atenuació en el discurs col·loquial del castellà, és un àmbit que queda molt ben cobert per la llarga tradició de recerca que s'ha portat a terme i per la que s'està realitzant en el present, ens vàrem decantar per l'estudi dels intensificadors en els discurs de les negociacions simulades. Sobretot vàrem considerar la importància específica de la intensificació en les negociacions del món dels afers, i el to just que cal emprar per no provocar un enfrontament. I, també vàrem creure que seria útil d'aportar més coneixements, segons l'enfocament pragmàtic del fenomen i a partir de dades del discurs d'aprenents de llengua, a un camp que s'ha estudiat sobretot en el context del llenguatge col·loquial emprat per nadius.

## 9. Procediment de treball

Ens calia trobar un paradigma de treball que ens permetés assolir el nostre objectiu d'estudiar la intensificació com un operador pragmàtic del discurs. Estudiant la qüestió de prop vàrem comprendre que els d'estudis sobre la intensificació previs a l'enfocament pragmàtic d'aquest tema ens podien facilitar enormement la nostra tasca, tal com expliquem a continuació.

Els autors que segueixen la perspectiva semàntica en l'estudi de la intensificació, consideren que la intensificació, a la qual se li donen denominacions molt diferents (vegi's Capítol 6, 6.1), s'expressa en la llengua amb elements morfològics, lèxics, sintàctics, i fonètics i fan una classificació de les formes que vehiculen el valor semàntic d'intensificació seguint el paradigma de la gramàtica tradicional<sup>44</sup>. Posteriorment, l'estudi de la intensificació segons la perspectiva retòrica ens aporta una dimensió més acostada al que serà l'enfocament pragmàtic ja que es considera que les formes intensificadoras pertanyen a la funció emotiva i expressiva de la llengua. Payrató (1990) i Vigara Tauste (1992) demostren com molts dels recursos d'intensificació corresponen a figures retòriques i, per tant ja inclouen el parlant, l'objectiu que vol aconseguir amb el missatge i la seva actitud.

Finalment, en l'àmbit del castellà, Meyer-Hermann (1988), Briz (1997, 1998) i Albelda (2005), han definit la intensificació com una categoria que pertany al domini de la pragmàtica que és el que volíem tractar i utilitzen els instruments d'anàlisi d'aquesta disciplina. Malgrat que els estudis d'aquests autors es basen en corpus de conversa col·loquial i després de

---

<sup>44</sup> Beinhauer (1991 [1929]), Seco (1970), (Náñez 1982), Hernando Cuadrado (1988), Herrero (1991), Vigara Tauste (1992), Cascón (1995), Miranda (1998) entre d'altres, fan una descripció detallada de les formes lingüístiques que s'entenen com inherents a la intensificació.

comprovar la manca d'un model de recerca sobre l'anàlisi del discurs professional, hem seguit l'enfocament que proposen aquests autors amb algunes modificacions.

En examinar detingudament els estudis sobre la intensificació fets pels autors que l'estudiaven des de la perspectiva semàntica, ens vàrem adonar que malgrat que els postulats teòrics que havien estat integrats, tot i que els mancava una visió més contextualitzada i no corresponien als nostres objectius, tenien un aspecte molt positiu. Certament, la perspectiva semàntica ens resultava massa rígida i tancada perquè no explicava amb quina finalitat s'utilitzaven uns recursos que semblaven inevitablement lligats a unes expressions determinades de la llengua, i a més a més aïllades del seu context. En canvi, ens proporcionava un instrument que calia aprofitar. La recensió feta per Albelda (2005) dels recursos d'intensificació oral tant en l'àmbit de l'enunciat com de l'enunciació, tenint en compte els diferents estudis realitzats segons l'enfocament semàntic, té l'avantatge de recollir d'una manera sistematitzada els nombrosos recursos d'intensificació estudiats i ens en donaven una àmplia perspectiva.

Per tant, hem adoptat un procediment basat en la taxonomia proposada per Albelda (2005) que hem exposat al Capítol 6 però hi hem donat una interpretació funcional i contextualitzada. Seguint la classificació de recursos d'intensificació basada en els eixos tradicionals de la semàntica, la morfologia, la sintaxi i la fonètica, hem procedit, en primer lloc, a detectar els recursos que apareixen en la transcripció. En una segona fase, n'hem fet una anàlisi interpretativa que ens ha permès de determinar amb quina finalitat els utilitzen els parlants ja que hem pogut contextualitzar el recurs intensificador i determinar, en cada cas, quina funció comunicativa hi desenvolupa. El fet de disposar d'un corpus ens ha donat la possibilitat d'ultrapassar el valor semàntic que s'atribueix a unes formes de llengua i de poder accedir a l'anàlisi semàntico-pragmàtic que volíem assolir. Una vegada acabada la reinterpretació de la recensió de recursos d'intensificació passem a l'anàlisi del discurs basada en la línia estrictament pragmàtica de Briz (2001), a nivell monològic i a nivell dialògic. Aquesta manera procedir, ens ha permès de detectar recursos d'intensificació que no hem trobat en la classificació de Briz i també d'afegir-n'hi d'altres que no apareixen en cap dels dos enfocaments que hem seguit.

## **10. Integració a l'estudi de la comunicació no verbal**

Sembla que en aquesta fase del projecte ens trobem ja amb un tema ben determinat per treballar-hi, i també disposem d'un entramat paradigmàtic que ens permetrà de portar a terme la recerca. Però ens va sorgir un dubte que calia solucionar. En una primera fase de la



realització del projecte de recerca, ens centràvem exclusivament en l'anàlisi de la intensificació del discurs verbal dels aprenents. Ara bé, en endinsar-nos en l'estudi de la transcripció, vàrem visionar el vídeo de manera molt repetida i se'ns va fer evident que també s'havia de prendre en consideració el canal no verbal, perquè únicament amb el verbal no es donava compte de tota la dinàmica de la negociació. Ens vàrem adonar que ens era impossible de deslligar la comunicació verbal de la comunicació no verbal ja que els estudiants fan servir la pluricanalitat de signes per comunicar.

Com ja hem he mencionat a l'Estat de la qüestió, diversos autors han dedicat estudis al domini de la comunicació no verbal encara que els estudis sobre la interllengua, que és el que utilitzen els nostres aprenents, aquesta qüestió no hi és prou tractada (Selinker (1972), Corder (1971). Des de Poyatos (1994, 2004, 2006) indiscutiblement un referent en l'àmbit del castellà. Calsamiglia *et alii* (1999, ) Payrató (2004) Briz (2001, p. 101) consideren que els codis no verbals estan estretament lligats al codis verbals i tenen un paper tant important en la comunicació que no es poden estudiar per separat si es vol entendre el fenomen comunicatiu. en tota la seva dimensió i també comparteix totalment aquesta opinió. Des del nostre punt de vista, són molt interessants les referències explícites de Poyatos (2004), Cerdán i Llobera (1997), Cestero (1998) i Martín Peris *et alii* (2008) a la comunicació no verbal i a la necessitat la seva inclusió en la didàctica de llengües estrangeres. Ens adherim totalment a l'afirmació que per assolir la competència comunicativa d'una llengua cal que es tracti a l'aula el sistema de comunicació no verbal de la llengua que s'està aprenent.

Volíem aprofitar el fet de tenir la gravació amb vídeo que conté la negociació i vàrem considerar que malgrat les seves mancances, és una font de dades inestimable que ens podia donar una dimensió de la interacció a nivell visual i sonor i ens permetia observar-la amb els seus actors en acció. Així doncs, convençuts de la importància de l'estudi d'ambdós canals de comunicació vàrem decidir fer un estudi sistemàtic de la comunicació verbal i també dedicar un capítol a l'estudi del canal no verbal, malgrat els problemes tècnics que se'ns varen presentar des del principi.

Som conscients de les limitacions que ens ha imposat el material d'enregistrament de poca qualitat que hem utilitzat ja que quan es van fer les gravacions de les negociacions el seu ús es destinava exclusivament al *feedback* que es feia amb els estudiants. Es per aquest motiu que les mostres que hem recollit en la transcripció no reflecteixen ni els moviments facials ni els oculars perquè no en podem obtenir una imatge prou neta amb la qual cosa no disposem d'informació sobre aquests elements tan importants per arribar a fer una anàlisi completa i

acurada. Per altra banda, la codificació de moviments que hem creat, només recull una part del que els participants utilitzen. Com que concentren la gestualitat sobretot en les mans i els braços, la successió de moviments és extraordinàriament ràpida i fins i tot utilitzant la visualització lenta del vídeo és impossible, amb els mitjans de reproducció de què disposem, de detallar la successió de moviments que realitzen en les seves intervencions, que, sovint son llargues. Malgrat tot, vàrem creure que seria ser útil d'estudiar i d'exposar el resultat de les observacions portades a terme com a una primera aproximació a un aspecte tan poc estudiat com és el de la comunicació no verbal en el discurs professional en castellà.

Es per aquesta raó, que el pla inicial es va modificar, a partir de les qüestions sobre la comunicació verbal que va generar la mateixa transcripció, tal com la recerca etnogràfica preveu i que es va confirmar en aquest cas. Ens confirma la grounded theory (Glaser i Strauss, 1967), ja esmentada al Capítol 4 (vegi's 4.3.), que afirma que una recerca qualitativa no es pot quedar en la descripció i el seu objectiu consisteix a generar teoria a partir de les dades recollides de manera empírica.

Es obvi que caldria aprofundir i ampliar i perfeccionar l'estudi per arribar a conclusions més ben fonamentades. En cap moment pretenem obtenir resultats generalitzables fins i tot en el marc de les negociacions comercials. Creiem que en la recerca sobre aquest tema hi ha certament mancances que s'han de suplir, i ha de ser tractat amb totes les dades necessàries. Tanmateix, com ja hem assenyalat, aquesta tasca, àmplia i complexa, cau fora del nostre abast individual, però estem convençuts que mereix ser investigat en el marc d'un projecte específic pel seu interès en l'anàlisi del discurs que s'hauria de projectar en les dues vessants, verbal i no verbal, per poder ser observades a les classes de EUP.

Hem seguit fins aquí, l'origen i el procés que ens va dur a la recerca que s'ha dut a terme, els resultats de la qual ja han quedat exposats al Capítol 7 i al Capítol 8 i els tindrem en compte per formular les conclusions d'aquesta recerca. Hem seguit l'enfocament de mètode etnogràfic de recerca que ja hem justificat com l'apliquem al nostre treball al Capítol 4 (vegi's 4.6.) que ens ha proporcionat una perspectiva humanista i una base de treball inestimable. Les afirmacions de Nunan (1992, p. 56) i de Van Lier (1990, p. 41) reflecteixen perfectament dues de les característiques que ens sembla que determinen i defineixen aquest estudi. Nunan remarca que la recerca qualitativa és **generativa**, perquè la interacció entre les preguntes de recerca i la recollida i interpretació de dades es van retroalimentant i generen matèria d'una per l'altra tot orientant la recerca, i en molts casos introduint-hi canvis, tal com hem pogut comprovar en el nostre projecte.

En aquest sentit, l'anàlisi de les dades aportades per la transcripció, ens va proporcionar un coneixement molt més profund i detallat del sistema d'intensificació adoptat pels aprenents que hem exposat al final del Capítol 7 i del Capítol 8. Voldríem remarcar els aspectes que exposem a continuació.

Ens va cridar l'atenció la varietat de recursos que els estudiants fan servir tenint en compte que prèviament no s'havia fet cap preparació específica amb models de llengua adequats. Malgrat la preferència pels recursos sintàctics, en detriment dels operadors d'intensificació morfològics, arriben a intensificar de maneres molt diferents, tal com hem comprovat en el Capítol 7, amb poques desviacions del registre i amb escassos calcs dels francès que no siguin correctes traduïts al castellà.

Amb l'exploració de la comunicació no verbal en una negociació, ens ha quedat demostrat que la comunicació és un tot i que el llenguatge verbal i el no verbal no són dos fets paral·lels sinó elements d'un mateix fenomen comunicatiu. El fet de comprovar amb la transcripció el que ja ens havia semblat evident amb l'observació, és a dir, que els aprenents fan servir sempre els components verbals i no verbals de la comunicació, ens ha fet adonar de la importància que pot tenir a nivell de la negociació, especialment quan els interlocutors pertanyen a cultures diferents perquè els gestos que poden ser reconeguts per tothom en la societat en la qual vivim, poden no ser-ho en una altra.

Com a professors, les dades recollides ens donen informacions prou importants i precises per emprendre accions a classe amb l'objectiu de millorar la competència comunicativa dels nostres estudiants. Per una banda, ens suggereixen pistes molt determinades per corregir i ampliar el sistema de recursos d'intensificació dels aprenents. A la vegada, ens fan acostar a les funcions comunicatives que realment es necessiten per negociar. Creiem que en molts dels materials didàctics que existeixen queden reduïdes a mostrar l'acord i el desacord d'una manera absolutament formal i que ens pot donar idees per ampliar el ventall de possibilitats comunicatives en la negociació en els materials didàctics que es poden treballar amb els estudiants. I en tercer lloc, ens fa adonar de la necessitat de desenvolupar la consciència de la llengua en els aprenents amb l'observació de la gestualitat, element important en les negociacions.

Hem volgut exposar com la recerca a classe, pot ser extremadament útil i profitosa pel professor que l'ha portat a terme i que li permet de treballar amb seguretat sobre aspectes

molt concrets pel que fa les mancances reals dels aprenents, a la vegada que li obre nous camins en la seva vida professional.

### **11. Lligams de la recerca amb la didàctica de l'EUP**

Una vegada portada a terme l'anàlisi dels intensificadors verbals i no verbals del discurs dels aprenents, la nostra intenció ha estat des del principi, veure quins són els lligams entre la recerca i la didàctica de l'EUP. Ens sembla que si partim del principi que la investigació s'ha fet a partir del treball d'aprenents de llengua en el marc de l'aula, la relació entre els dos àmbits, el discurs i la didàctica són evidents. Voldríem remarcar que el tema de la intensificació dels discurs col·loquial ha estat força estudiat però, segons les nostres dades, no des d'una perspectiva de l'aprenent de llengua professional. En no poder basar-nos en models d'estudis existents sobre el discurs de negociacions professionals portades a terme per nadius, el nostre treball s'ha fet a partir de dades que procedeixen d'aprenents de llengua. Aquest fet li confereix una especificitat molt determinada i creiem que obre un camí per seguir investigant en aquesta direcció.

Ara bé, com que no disposem de dades de negociacions reals que ens permetin de tenir informacions precises sobre el discurs que fan servir els negociadors del món professional, sempre se'ns plantejaran dubtes sobre la validesa de les informacions que puguem aportar als nostres alumnes i, per més que ens fiem del nostre sentit comú com a professors, no sabrem exactament quins són els paràmetres que hauríem de donar als nostres estudiants perquè puguin actuar segons els codis del seu entorn professional. Es per aquest motiu que creiem que en parlar de la didàctica, aquesta premissa és indispensable per treballar d'una manera vàlida i segura amb els nostres estudiants.

Tot i això, ens sembla que alguns dels resultats de la nostra recerca poden tenir repercussió en la Didàctica de castellà d'especialitat centrada en la pràctica i l'ús de la llengua en una comunitat de pràctiques que té els seus propis codis de comunicació. La nostra finalitat consisteix, a aportar nous coneixements, que generin treballs de recerca, a partir de les observacions portades a terme en la pràctica didàctica.

### **12. La intensificació verbal a l'aula**

Una vegada que hem pogut entendre el ventall de possibilitats que ofereix el llenguatge verbal per a intensificar i la importància que aquest fenomen té en el discurs de les negociacions comercials, creiem que l'aprenentatge de l'ús del sistema d'intensificació

caldría que fos treballat a l'aula. Seria convenient que els aprenents poguessin conèixer la varietat d'operadors d'intensificació que la llengua posseeix perquè després puguin escollir els que més s'adapten a les seves estratègies i als seus objectius de comunicació.

Es interessant observar com en el Plan Curricular de l'Instituto Cervantes (2006)<sup>45</sup>, existeix l'apartat anomenat "Tácticas y estrategias pragmáticas". En els nivells de referència C1 i C2 (p.262) s'introdueix el capítol dient que l'inventari de tàctiques i estratègies pragmàtiques vol incorporar a l'anàlisi de la llengua els recursos de què disposa l'alumne i les estratègies que pot activar per a utilitzar-la de manera efectiva i eficaç en context. Es una aportació d'una gran vàlua i la primera que aporta un repertori de tàctiques i estratègies pragmàtiques sistematitzat i organitzat segons els nivells de referència establerts en el Marc comú europeu de referència. Hi apareix la "Intensificación o refuerzo" en l'apartat 2 (p. 280-285) amb el llistat de recursos per a la intensificació del discurs (2.1.1.) i per a la intensificació del l'acord o del desacord amb l'interlocutor (2.1.2.) organitzats segons siguin gramaticals, lèxico-semàntics o suprasegmentals. Ara bé, és un repertori basat en el castellà col·loquial i si un professor de EUP en vol disposar per veure quins d'aquest recursos pot introduir a les seves classes, es trobarà que, malgrat que el repertori dona exemples de manera força extensa i la classificació és molt acurada, el registre no és l'adequat al que ha de treballar a classe.

La classificació adoptada en el repertori de l'Instituto Cervantes seria un bon referent si correspongués a les normes del discurs professional i és el que es va intentar realitzar en una part del que ha d'esdevenir el "Plan Curricular EFE de la Fundación Campus Comillas". Es va fer una adaptació de "l'Inventario de Actos y Funciones de habla" del PCIC, que pot donar una idea més aproximada a la realitat del món professional<sup>46</sup>, encara que només amb models de llengua reals es podria establir un inventari de recursos d'intensificació veritablement fiable.

En no disposar de dades de negociacions reals que ens permetin d'establir conclusions amb una base sòlida per saber quins són els recursos de llengua que s'empren en les negociacions professionals, sempre hi ha un marge important de dubte per saber si els

---

<sup>45</sup> En endavant PCIC.

<sup>46</sup> Martín Peris, E., Sabater, M. Ll. ( 2011 ) *Diseño curricular de Español para los negocios*. Disponible en línia: <http://fr.slideshare.net/negocioELE/plan-curricular-de-espaol-de-los-negocios>.

models que proposen els mètodes de EUP són realment pertinents per a la pràctica ulterior de la negociació en la vida professional. Pensem que l'anàlisi de la transcripció estudiada ens pot donar una petita aproximació als recursos d'intensificació i de les funcions comunicatives de la intensificació en context, encara que incompleta i deformatada pel filtre de l'aprenentatge que implica el recull de les mostres que hem obtingut.

La recerca de l'acord i l'expressió del desacord es despleguen en quatre tipus d'intencionalitat dels interlocutors: la recerca de l'acord, la manifestació de l'acord, les diverses manifestacions del desacord i l'expressió del desacord profund.

Dins de cadascun s'hi troben les funcions comunicatives que es donen a l'intensificador utilitzat. Per cercar l'acord es pot convèncer, justificar una proposta, justificar una petició, argumentar la dificultat d'acomplir una petició, puntualitzar alguna cosa, comprometre's a fer alguna cosa, demanar informació, reforçar el compromís amb el que es diu, reforçar la veritat del que s'afirma, reforçar l'evidència del que es diu. L'acord es manifesta i es reforça. El desacord es manifesta de moltes maneres: es pot imposar una condició, fer un retret, mostrar oposició, contradir, refusar, exigir una resposta/una informació, desaprovar, mostrar recel/desconfiança, mostrar menyspreu, exigir alguna cosa, fer una advertència negativa, amenaçar, dubtar de la veracitat d'una afirmació, negar la validesa d'una asserció, interrompre un argument del contrari, expressar enuig, recolzar el refús expressat per un altre o bé es pot manifestar obertament.

Totes les funcions mencionades són directament observables amb l'anàlisi a nivell del discurs que utilitzen els estudiants i ens indiquen que coneixen les estratègies de negociació i les fan servir, per una banda, i per l'altra banda demostren que tenen la capacitat per dur-les a terme buscant i trobant maneres d'intensificar en el seu repertori lingüístic.

Finalment, volem fer referència a les possibles implicacions didàctiques que pot tenir fer un repertori de les funcions comunicatives que realment es fan servir en una negociació fent una anàlisi del discurs que s'hi emprà i del qual tenim el testimoni de la negociació analitzada.

En aquesta petita mostra que és la Negociació 1 hem comprovat com les funcions de les intensificacions són variades i queden força lluny del que se sol tractar en els mètodes per a ús professional quan es treballa el tema de la negociació. En el millor dels casos es

presenten recursos per atenuar la força de les afirmacions i negacions, però no per intensificar, quan en nivells alts de llengua caldria fer conscients els aprenents de la manera de reforçar el que diuen sense arribar nivells d'agressivitat ni de manca de correcció.

Saber quines són les funcions comunicatives que s'utilitzen en les negociacions, apart de tenir un millor coneixement dels seus components verbals ens permet d'estar segurs de treballar a classe les que ens puguin interessar pels nostres grups i també de preparar materials didàctics realment adaptats a la realitat. Tanmateix, som perfectament conscients que només es podria fer un treball fiable en aquest sentit amb la base d'un corpus de negociacions reals, que no existeix en aquest moment.

### **13. La intensificació i la seva expressió no verbal a l'aula**

Una vegada feta l'anàlisi de la comunicació no verbal en els recursos d'intensificació de la negociació estudiada, hem pogut entendre millor el paper que els elements paralingüístics hi juguen ja que sempre actuen ensems i, de fet, no es poden dissociar.

No tenim cap dubte per afirmar que, efectivament, s'ha d'ajudar els aprenents de EUP a ser conscients del llenguatge no verbal. Com ja havíem esmentat a l'estat de la qüestió (vegi's 2.1.5.) una sèrie d'autors destaquen la importància de l'incorporació a l'ensenyament de la comunicació no verbal. Cestero (1998, p.7) afirma que s'ha d'integrar en els dissenys de programes de segones llengües atès que és indubtable que forma part de la competència comunicativa. Martín Peris et alii (2008, p. 111) considera que els professors de llengües estrangeres han d'ensenyar als seus estudiants els components de la comunicació no verbal i la relació que s'estableix entre el sistema verbal i el sistema no verbal de comunicació. Com que aquests components varien en les diferents cultures, cal saber-los reconèixer per tal d'actuar correctament i d'establir una comunicació fluida. Poyatos (2004, p. 58) confirma la importància l'estudi del component "no-verbal" del discurs "para quienes se dedican a enseñar su propio idioma como lengua extranjera al tratar de proporcionar a estos hablantes extranjeros lo que debe ofrecérseles: una fluidez verbal-no verbal, expresiva, en su totalidad, y no sólo basada en palabras y estructuras gramaticales".

Els estudiants expressen les seves estratègies d'intensificació paral·lelament pels dos canals de comunicació. Per tant, el tractament de la intensificació a l'aula en una classe de castellà de negocis hauria de cobrir l'expressió de la intensificació no solament a nivell del discurs verbal, sinó també a nivell no verbal. Efectivament, en analitzar l'activitat concreta de

la negociació ens hem adonat que la correcta interpretació dels signes tant verbals com no verbals són d'una extrema importància per evitar malentesos i poder arribar a un acord acceptable per ambdues parts.

La comunicació no verbal és un espai de comunicació que no s'ha tingut prou en compte, de manera explícita, en la didàctica de la llengua per a ús professional. Creiem aquest estudi pot contribuir a que els professors donin tota la importància que han de tenir els components no verbals fent que els alumnes observin negociacions en vídeo i s'adonin de quins components tant verbals com no verbals es fan servir i siguin conscients del bon ús i també la mala utilització que se'n pot fer en una negociació. Amb els nostre treball hem obtingut alguns elements per saber quines capacitats tenen uns aprenents francòfons per expressar la comunicació no verbal i com són d'importants en el seu discurs. Per tant, caldria que l'element no verbal formés part de les tasques que els professors poden introduir a la classe de llengua no solament pel valor que poden tenir per a futurs professionals per actuar correctament i sense malentesos, sinó que també poden servir com a element d'avaluació de l'expressió oral.

Cal tenir en compte que l'observació dirigida de negociacions fixant l'atenció en els elements no verbals del discurs pot ser un factor més per fer que els alumnes desenvolupin la seva consciència lingüística en el seus processos d'aprenentatge. Es a dir, seria un dels mitjans que se'ls poden donar per augmentar la percepció de les estratègies de comunicació que poden posar en joc i entendre com poden intensificar els seu discurs verbal i no verbal tant a través de les mancances però també dels encerts que puguin observar.

Volem puntualitzar que no estem defensant que s'hagi ensenyar als estudiants a gesticular. Ara bé, sí que té sentit que aprenguin a interpretar correctament els signes de comunicació no verbal d'altres cultures amb les quals puguin tenir relacions professionals de negociació i no exposar-se a interpretar de manera errònia el missatge de l'interlocutor. Es tracta de conduir-los a fer que sàpiguen de quina manera s'intensifica, que entenguin que la mala utilització o la deficient comprensió de la gestualitat de l'altre pot comprometre el resultat de la negociació, que siguin capaços de mesurar quina és la força il.locutiva dels diferents recursos de què poden disposar i que tinguin la percepció de quin és el codi adequat de la comunitat de pràctiques en la qual poden haver d'evolucionar. En definitiva, cal donar-los un nombre suficientment ampli d'eines de comunicació perquè puguin prendre la decisió d'escollir els intensificadors adequats als seus objectius.



L'observació de les negociacions realitzades a classe té un primer nivell d'aplicació a l'aula a l'abast de qualsevol professor. La reflexió de Pons (2005, p. 79) és absolutament pertinent quan afirma que la Pragmàtica és un dels millors companys de viatge per un professor de ELE perquè no solament l'ajudarà a comprendre alguns dels fonaments de la seva feina sinó que també li proporcionarà eines d'aplicació a la seva pràctica docent. Els gestos observables de manera directa en l'enregistrament es poden comentar amb els aprenents. En el cas de la negociació que estudiem, després de visionar-la, es va discutir a la nostra classe, per exemple, sobre la correcció o la incorrecció d'apuntar l'interlocutor amb el llapis d'una manera repetida mentre s'està parlant tal com fa un dels participants. També es va fer remarcar com es va apujant el to de veu a mida que la tensió avança fins a arribar al límit de la correcció. Els estudiants es van adonar que el fet de parlar fort no solament no resol res sinó que augmenta la confusió i que no és pas cridant com els bons negociadors es mostren més fermes. Sobretot han de poder detectar si es dona algun tipus de gesticulació desplaçada, tal com succeeix en la negociació estudiada.

Però la tasca és més complexa ja que no solament es tracta de treballar a classe una sèrie de recursos verbals i no verbals per intensificar sinó que si volem recollir més aspectes dels que ens aporta l'anàlisi de la transcripció, creiem que cal tenir en compte dues de les reflexions que hem extret de l'anàlisi i que varem aplicar a les nostres classes durant el *feedback* de les negociacions. Es tracta de la importància del control i coordinació entre el llenguatge verbal i el no verbal per una banda, i per l'altra, de la manca de coherència del discurs i l'exageració de la gestualitat com a instrument de compensació que ja hem remarcat prèviament.

La primera ens va ajudar a desfer un malentès dels nostres estudiants donat per la l'educació rebuda en la seva cultura. Efectivament, varem observar que quan veien l'enregistrament visual de la seva actuació es mostraven absolutament sorpresos de descobrir com utilitzaven la gestualitat i fins i tot una mica avergonyits ja que la creença que se'ls inculca a l'escola de comerç és que quan parlen en públic o interactuen, han de moderar els gestos al màxim per tenir un comportament professional adequat. Es va fer observar als aprenents com els millors negociadors dels dos equips són els que saben coordinar adequadament el llenguatge verbal i el no verbal i posen l'un al servei de l'altre. Per tant, utilitzar el llenguatge corporal no és impropï ni vulgar si es sap controlar i fer correspondre amb el llenguatge verbal. Si ambdós canals de comunicació es corresponen la comunicació és fluida i sobretot efectiva.

En segon lloc, va ser interessant de fer observar als estudiants la relació que sovint s'estableix entre la poca coherència del discurs i l'exageració de la gestualitat <sup>47</sup>. L'observació, també visual, de la gestualitat dels interlocutors amb arguments poc clars i mal estructurats, els va fer deduir que sí que era exagerada, inútil i poc adequada perquè no es podia correspondre amb un missatge verbal poc coherent. Els gestos ben utilitzats fan que sigui més reeixit un discurs lògic i ben construït, però no aconsegueixen que un argument pobre i mal expressat arribi millor a l'interlocutor.

Hem citat aquests exemples viscuts a l'aula perquè l'observació dels elements que acaben d'esmentar i confirmats amb l'estudi de la negociació, va portar els estudiants a reconèixer que la gestualitat és impròpia en la negociació observada quan no es correspon amb el missatge verbal, però que és perfectament adequada quan s'hi coordina. En tot cas els va deixar perplexos perquè ho van haver de confrontar a una creença provinent del seu marc educatiu que, com ja hem dit, els inculca que han d'utilitzar la gestualitat el mínim possible.

Creiem que es pot afirmar, que l'ús que es fa de la intensificació en els dos canals de comunicació és un element prou important per ser observat i treballat a l'aula. Els aprenents d'una llengua cal que sàpiguen que no solament han d'aprendre les normes de la llengua que s'adquireix sinó que han de ser competents en l'ús que en n'han de fer en un entorn determinat. Cal potenciar la inclusió de la pragmàtica en l'ensenyament de llengües estrangeres. Concretament, en una classe de castellà de negocis és important de tractar l'expressió de la intensificació, i òbviament també de l'atenuació, i no solament a nivell del canal verbal, sinó també a nivell del canal no verbal. Efectivament, en analitzar l'activitat concreta de la negociació ens hem adonat que la correcta interpretació dels signes tant verbals com no verbals són d'una extrema importància per poder actuar amb una plena capacitat de comunicació.

#### **14. Els components culturals de la gestualitat i la didàctica**

Payrató (2004), Poyatos (2004), Calsamiglia *et alii* (1999), Cestero (2006), Llobera (2000) entre d'altres, afirmen que l'estudi de la comunicació i de la llengua no pot deixar de banda el llenguatge paraverbal, perquè en forma part i pot arribar a suplir-lo. Però en el nostre cas

---

<sup>47</sup> Les observacions sobre la importància de la coordinació i de la congruència del llenguatge verbal i el no verbal, van ser fetes per estudiants de promocions posteriors per dos motius. En primer lloc no vàrem poder confirmar aquestes afirmacions fins que no es va fer l'anàlisi de la negociació estudiada i en segon lloc, per no ferir la susceptibilitat dels estudiants que s'haurien sentit criticats en la seva actuació.

la comunicació no verbal no arriba mai a suplir la verbal com pot passar en d'altres contextos. La situació comunicativa de caire formal no es prestava en absolut a fer gestos sense anar acompanyats d'un missatge verbal com pot passar amb naturalitat en el llenguatge col.loquial.

Tal com afirma Pons Borderia (2005, p.73), els estudis de pragmàtica intercultural, que analitzen diferències de significat obtingudes per interlocutors de diferents cultures però no necessàriament de diferents llengües, com és el cas del castellà i el mosaic de països i cultures diferents que comprèn, ofereixen un gran interès per a la redacció de materials didàctics i obren una camí d'estudis per a l'ensenyament pragmàtic de llengües. En els exemples que ofereix sempre es tracta de diferències d'interpretació de comportaments entre cultures, però creiem que es pot estendre perfectament a diferències d'interpretació de signes sobretot no verbals.

Els mètodes de negociació internacional que volen aplicar-se d'una manera global a interlocutors de diferents cultures, han hagut de rendir-se a l'evidència que existeixen reaccions i conductes específiques que s'expliquen pels seu rerefons cultural. Sorgeix una recerca que encara que no té res a veure amb la llengua, i no es centra exclusivament en la negociació, alguns estudiosos del discurs de la negociació s'hi referiran en certs moment dels seus treballs com Hall (1966), Hofstede (1980), Trompenaars & Hampden (1997), Gannon (1994) y Schneider *et alii* (1997) que realitzen estudis sobre la influència de la cultura en el comportament. En el cas de la negociació, s'ha pres consciència del fet que desconèixer els paràmetres culturals dels interlocutors, podia conduir a situacions de malentesos d'influència molt negativa.

Es indubtable que el component cultural té un paper en l'actuació dels aprenents. Són de parla i de cultura francesa, encara que un d'ells sigui pràcticament bilingüe en castellà. Per tant, per una banda, els estudiants tenen el seu propi bagatge cultural i, probablement, algunes de les estratègies que utilitzen o bé determinades reaccions, és a dir, fets de comportament, es podrien explicar a través de paràmetres del discurs que són propis de la seva cultura però aquest no és l'objectiu del nostre treball, Ara bé les dades de que disposem sí que ens permeten de fer algunes observacions de l'àmbit cultural que poden tenir repercussió a l'aula.

Assumim que els elements de la gestualitat que empren els aprenents són calcats dels que s'empren en el context cultural en el qual es troben immersos i que no imiten la gestualitat

d'una altra cultura perquè no en tenen referents. En realitat fan servir moviments que funcionen igual en l'àmbit cultural del castellà d'Espanya.

Hem vist com fan servir un mateix codi de representació visual per referir-se al temps i a l'espai emprant moviments comuns amb mans i braços en la negociació transcrita que correspon a la mateixa que fan servir els estudiants en la seva llengua materna i que també utilitzem en el nostre àmbit cultural. De la mateixa manera, la monofuncionalitat del gest "negar" en la negociació, que indica que no s'està d'acord de manera general, és explicable pel fet que en la cultura dels estudiants, el gest de fer una negació amb el cap té una única funció i també en una bona part de la cultura europea.

Ara bé en classes amb aprenents de cultures diferents convindria molt que se'ls fessin observar aquests moviments per comparar-los amb els seus en situacions semblants i fer-los conscients que en una negociació real, comprendre la gestualitat de l'interlocutor els pot aportar molts elements de comunicació i d'informació sobre l'equip de negociació que els emet i, al mateix temps, els pot evitar d'utilitzar un codi no verbal que no pugui ser comprès en l'altra cultura.

Creiem que seria necessari que en el treball sobre les negociacions a l'aula de EUP, es portessin a terme activitats d'observació de la gestualitat destinades als estudiants d'altres cultures, que poden no tenir la mateixa per a la mateixa funció, i els pot induir a interpretar erròniament l'equip de negociació contrari. Cal que no es perdi de vista que els castellanoparlants gesticulen d'una forma diferent en països diferents, en àrees culturals diferents i és important que es tingui en compte en les activitats que es proposin als aprenents. Esperem que el nostre treball contribueixi a fer que els professors donin tota la importància que han de tenir els components no verbals a la classe de llengua estrangera.

## **15. La gestualitat i l'avaluació de competències**

La dimensió semiòtica del discurs amb els seus dos canals de comunicació és un tema poc estudiat pel que fa referència al discurs professional i que molt probablement ha passat desapercebut en els criteris d'avaluació de la competència oral. En canvi, ens ha quedat demostrat que en la interacció analitzada, els estudiants negocien d'una manera més subtil i més efectiva quan mobilitzen els dos canals de comunicació d'una manera congruent.

Es interessant de veure com el Marc Comú Europeu de Referència tracta la qüestió del llenguatge no verbal. En el Capítol 4 parla de les activitats i estratègies d'interacció, presenta els descriptors de la conversa formal i, concretament, els de les reunions de treball (p. 78), però en cap moment es refereix al canal de comunicació no verbal. En canvi, en el mateix capítol hi fa referència explícita. En tractar les activitats comunicatives de la llengua i les estratègies que els aprenents han de dominar per tal de realitzar tasques de llengua de caràcter comunicatiu, parla de les estratègies de comprensió, d'interacció, de mediació i hi afegeix un apartat sobre la comunicació no verbal, que descriu, dividint-la en dues parts, els gestos i les accions i les accions paralingüístiques (2002, p. 86-88). El document contempla la gestualitat i els elements del discurs paraverbal que ja s'han adoptat com a signes convencionals en una sèrie de països europeus en l'àmbit de la vida quotidiana, però sense referir-se a l'àmbit professional. Sembla que la postura del MCER consisteix a anomenar la comunicació no verbal, fer-ne una classificació i deixar la porta oberta a les necessitats que pugui tenir cada usuari per integrar-la o no en l'aprenentatge<sup>48</sup>.

Altra vegada en el Capítol 5, el MCER torna a fer referència a la paralingüística i al llenguatge no verbal. En tractar de manera específica la competència sociolingüística que requereix les habilitats necessàries per dominar la dimensió social de l'ús de la llengua, divideix el tema en quatre apartats; els marcadors lingüístics de les relacions socials, les normes de cortesia, les expressions de la saviesa popular, les diferències de registre i el dialecte i l'accent i és en aquest darrer punt que s'hi troba la paralingüística i el llenguatge corporal. Segons el MCER (p. 116) la competència lingüística també comprèn la capacitat de reconèixer els marcadors lingüístics de la classe social, l'origen nacional, el grup ètnic i el grup professional. Fa una llista dels marcadors i tots tenen exemples excepte els que es denominen paralingüística i llenguatge corporal.

Finalment, en el capítol de l'avaluació, no hem trobat cap descriptor de competències de la comunicació no verbal. La impressió general és que el MCER tracta el tema de la comunicació no verbal com una qüestió reconeguda com a part d'un sistema de la llengua, però sense explicitar-lo i sense donar pautes per l'avaluació de competències.

I, efectivament, quan es fan avaluacions de competència oral, el llenguatge no verbal no és té en compte. Decidim si els estudiants són competents oralment basant-nos exclusivament

---

<sup>48</sup> El text del MCER diu literalment: "Los usuarios del Marco de referencia pueden tener presente, y en su caso, determinar: - Qué comportamientos paralingüísticos de la lengua meta tendrá que reconocer y comprender el alumno, cómo se le capacitará para ello y qué se le exigirá al respecto". (2002, p.88).

en el canal oral. Potser també caldria fixar-se en el canal no verbal per veure si és adequat al registre i té congruència amb el canal oral.

Som conscients del nivell de complicació suplementària que aportaria a un sistema d'avaluació que ja compta amb nombrosos criteris per determinar les competències dels estudiants. Afegir-hi un altre paràmetre que requereix una formació suplementària per part de l'examinador, suposaria una gestió una mica diferent, però no pas impossible. En els cursos de formació de professors, es podria introduir en l'assignatura de Didàctica per a ús professional un punt d'observació i reflexió sobre el llenguatge no verbal en la interacció de les reunions de treball i les negociacions sense que suposés una càrrega gens excessiva del programa.

En tot cas, ens sembla que s'hauria d'afegir com a criteri per avaluar l'eficàcia comunicativa en les interaccions de grup dels aprenents de llengua per a ús professional, perquè la comunicació no verbal és un component de la competència comunicativa, com hem pogut demostrar.

### **VIES DE RECERCA**

Des de la doble perspectiva de la docència, per una banda del castellà com a llengua per a ús professional i, per altra banda, la nostra participació en els cursos de formació de professorat, els resultats de la recerca ens fan pensar que caldria continuar investigant el discurs en la interacció negociadora professional. Creiem que la continuació de la recerca seria molt profitosa per tenir-la en consideració tant per organitzar cursos de formació de futurs negociadors en castellà com per la creació de materials didàctics apropiats. Els professors, amb la formació apropiada, poden trobar un nou espai per a la didàctica de la llengua per a fins específics, sempre amb l'objectiu de fer que l'aprenent assoleixi la competència comunicativa adequada per a poder actuar correctament en la seva comunitat de pràctiques.

Per fer aquest treball ens hem hagut d'adaptar als mitjans que teníem disponibles. Ara bé, som conscients de les limitacions i creiem que el que hem dut a terme és una primera aproximació a un camp de recerca ampli per a l'anàlisi del discurs i per a la didàctica de la llengua per a fins específics.

La relació entre els resultats de la nostra recerca i la teoria ens han fet adonar de les llacunes que existeixen en el terreny de l'estudi del discurs de les negociacions comercials. Els estudis de Fant en situacions interlingüístiques en negociacions entre participants

professionals i nadius de diferents nacionalitats, sempre amb un component de castellanoparlants de diversos països d'Amèrica Llatina, és el més proper al nostre camp de treball, però amb objectius diferents. En canvi, no vàrem trobar cap recerca sobre l'estat de la competència lingüística d'aprenents de EUP per saber com desenvolupaven la intensificació en la negociació amb els recursos verbals i no verbals que posseeixen.

Tanmateix, estem convençuts, que si no s'arriba a tenir un corpus del discurs que s'empra en la vida real en les negociacions, sempre ens faltará un eix imprescindible per a aplicar correctament el resultat dels estudis a la didàctica. Malgrat les evidents dificultats que presenta la recollida de dades reals, creiem que és necessari i cada vegada més urgent poder saber com és el sistema d'intensificació en situacions reals que ens permetin tenir models de llenguatge verbal i no verbal.

Sobretot, voldríem el nostre treball obrís el camí per continuar treballant sobre les línies de recerca que hem explorat. Un grup de recerca en podria fer un estudi molt més ampli i profund per tenir més coneixements que permetin enriquir l'anàlisi del discurs i de la didàctica de la L2 com a llengua d'ús professional.





## **CONCLUSIONS**



Presentem a continuació les conclusions a què hem arribat en el nostre estudi i que responen a les preguntes de recerca que ens havíem formulat en el Capítol 3.

**1. Ens permeten alguns dels elements discursius analitzats en aquest estudi tenir una idea més precisa dels processos d'ensenyament i aprenentatge de la llengua per a fins específics?**

Els diferents elements que ens ha aportat la recerca sobre els discurs dels aprenents en una situació de negociació simulada, ens permeten considerar que poden tenir repercussions en la didàctica de la llengua per a fins específics en diferents àmbits.

Veiem dos tipus de lligams entre els resultats de l'anàlisi i la didàctica de la llengua i que, de fet, estan íntimament lligats: els que són de caràcter general i els que ens fan pensar en l'aplicació per a la didàctica concreta de EUP.

Una anàlisi del discurs permet dirigir l'atenció del professor cap a elements que poden passar desapercebuts o quedar en intuïcions només amb l'observació de les classes i, a més a més, li fa conèixer amb més precisió on es troba el procés d'aprenentatge dels estudiants.

El fet de saber quin és el repertori dels recursos d'intensificació utilitzats pels aprenents porta, òbviament a veure els que apareixen, però sobretot a comprovar si l'ús pragmàtic que en fan és correcte. A la vegada, també és molt important saber quins són els que no utilitzen per raons de manca de coneixements morfosintàctics de la llengua perquè permet treballar-los a classe ampliant així els coneixements dels estudiants i fer que tinguin menys dificultat per utilitzar-los.

En l'àmbit concret de la didàctica de l'EUP, les avantatges d'analitzar detalladament el discurs també són importants. En situacions tan contextualitzades com la de la negociació, que requereixen la utilització de la llengua en una comunitat de pràctiques amb els seus codis i regles pròpies, el correcte ús pragmàtic de la llengua, amb el to i registre adequats, és essencial. La intensificació, com a estratègia pragmàtica, hi juga

un paper molt important i l'anàlisi de la seva utilització ens dona moltes sortides per poder treballar la manera d'emprar-la i fer que els aprenents puguin escollir l'expressió exacta del missatge que volen transmetre i de la força il.locutiva desitjada.

El llistat les diferents funcions que els intensificadors tenen en el discurs dels aprenents mentre duen a terme la negociació, ens ha permès d'obtenir una idea força precisa d'una part de les funcions que són necessàries per negociar. D'aquesta manera es pot garantir que els materials didàctics que es creen, introdueixen un ventall de possibilitats que donen a l'aprenent les eines necessàries per intensificar el discurs sabent mesurar la càrrega il.locutiva que imprimeixen a les seves intervencions.

L'observació de la comunicació no verbal en les negociacions fa prendre consciència a l'alumne que el llenguatge funciona amb dos canals de comunicació a la vegada i que per comunicar correctament i interpretar de manera adequada la gestualitat dels interlocutors amb els quals negocia, no és suficient dominar els recursos verbals d'intensificació sinó que li cal conèixer també els no verbals. És un element important per a portar a terme una activitat professional que exigeix que la transparència i la precisió del missatge que arriba a la part contrària siguin perfectes. A la vegada, cal que la interpretació del missatge que és rep no deixi lloc a cap dubte. El coneixement de la gestualitat com a element indissociable del llenguatge verbal evitar malentesos en una transacció, especialment si les dues parts negociadores provenen de cultures diferents que no tenen els mateixos codis en el llenguatge no verbal.

### ***2. Quin tipus de recursos verbals d'intensificació utilitzen els aprenents en la negociació?***

En analitzar de prop els recursos d'intensificació que apareixen en la transcripció ens adonem que els estudiants es decanten per l'ús freqüent dels procediments que no impliquen un coneixement aprofundit de la morfologia. Utilitzen de manera moderada alguns recursos lèxics i, de forma molt limitada, la ironia com a procediment semàntic, En l'expressió de la

modalitat fan servir la forma apel·lativa, i cinc dels vuit procediments per expressar la modalitat lògica, com els verbs modals i d'obligació, els modes i temps verbals, els adverbis i partícules modals i els atributs qualificatius de la veritat. Però en canvi, eviten l'ús dels verbs d'actitud que regeixen una subordinada i la repetició de pronoms personals. Empren correctament els intensificadors de la qualitat i de la quantitat, encara que amb un ventall de formes poc variat. A nivell semàntico-pragmàtic, saben fer servir els intensificadors de l'actitud que constitueixen el realçament pragmàtic del discurs: *que* ocupant el lloc del verb *dicendi*, els enunciats en suspens, el vocatiu i el realçament del JO que indiquen un bon grau de coneixement pragmàtic de la llengua i, a la vegada, no exigeixen un domini elevat de la morfosintaxi. A nivell dialògic, també utilitzen correctament les construccions *eco*, els encadenaments i les combinacions d'intensificadors.

Però sense cap mena de dubte, els recursos d'intensificació sintàctics i un dels fonètics, són els preferits dels aprenents i així ens trobem que la repetició i el to marcat són els que més freqüentment utilitzen els estudiants per intensificar perquè donen més flexibilitat al parlant: no exigeixen un domini elevat de la llengua i el poden adaptar al registre que creuen que és l'adequat. Els estudiants en aquest cas utilitzen estratègies comunicatives d'aprenentatge de la llengua que els permeten de tenir una comunicació eficaç malgrat el coneixement limitat que puguin tenir de recursos d'intensificació morfemàtics i fraseològics. Es tracta d'una estratègia de compensació perquè busquen i troben alternatives que els permeten d'aconseguir els seus objectius de comunicació.

Amb aquesta aparent simplificació podríem pensar que són menys efectius. Però quan examinem la llista de funcions que apareixen a través de la seva comunicació verbal i també no verbal constatem que el ventall és ampli i que arriben a expressar totes les funcions comunicatives que necessiten per poder intensificar en la negociació. En definitiva, saben recórrer

a unes tàctiques i estratègies pragmàtiques de comunicació per arribar als seus objectius i així optimitzar l'activitat de interacció oral en la qual es troben immersos.

*N'utilitzen d'altres que no siguin al repertori que hem adoptat?*

Hem detectat l'ús dels tres recursos que considerem que també intensifiquen el discurs i que no apareixen en la classificació que s'ha utilitzat. Es tracta, a nivell monològic, l'alteració de l'ordre de les paraules, és a dir l'expressió de l'ordre pragmàtic dels elements de l'oració, l'ús de l'èmfasi i la combinació de diferents intensificadors en una mateixa intervenció. També empren el que hem considerat que és un element intensificador de tipus dialògic: els encadenaments d'intervencions per augmentar la força il.locutiva de la intensificació. De fet es tracta d'operadors pragmàtics que també existeixen en la seva llengua materna i que saben adaptar a la L2.

*Quin tipus de recursos verbals d'intensificació no utilitzen? Podem determinar per què?*

En canvi, no apareixen en el discurs dels aprenents cap dels procediments d'intensificació com són les locucions i els enunciats fraseològics. Pel que fa als recursos semàntics, tampoc no fan servir cap dels trops com metàfores, símls, sinèctiques, metonímies o hipèrboles i només utilitzen els allargaments fonètics vocàlics, el to o pronunciació més marcats i l'entonació per senyalar els enunciats suspesos en el camp de la fonètica. Les interjeccions ni tampoc les qualificacions afectives i valoratives de l'enunciat formen part del seu discurs.

En analitzar aquestes absències, es fàcil de veure que la seva inclusió en el discurs seria del tot inadequada pel que fa al registre de la situació professional en què els aprenents actuen. Són recursos que es troben de manera natural en el llenguatge col.loquial però no s'escauen en el llenguatge formal. En aquest sentit sembla que els aprenents tenen la competència comunicativa força elevada pel que fa al registre que utilitzen. Ara bé, ens sorgeixen dues preguntes pel que fa a l'absència dels elements que hem assenyalat. En primer lloc, ens preguntem si no utilitzen les locucions perquè saben que no

s'escaurién en la negociació o bé perquè les desconeixen. Havent tingut classe durant sis mesos amb els estudiants, tenim molts dubtes pel que fa al seu coneixement de les locucions. Examinant els exemples del castellà col·loquial que apareixen en autors com Briz (2001) i Abelda (2005), ens sembla que cal haver tingut un contacte molt seguit amb la llengua o bé haver fet un estudi molt aprofundit de les locucions per poder-les dominar i fer servir. Per tant, ens inclinàrem per aquesta segona explicació, però sense estar-ne totalment segurs. En segon lloc, podríem pensar que potser en coneixen algunes però que no les utilitzen perquè no saben mesurar quin seria realment l'impacte il·locutiú de la seva utilització en la negociació. Tal com remarcàvem anteriorment, podem tenir una resposta només intuïtiva a aquestes dues preguntes que ens hem formulat després d'analitzar els recursos que no utilitzen.

*Utilitzen calcs del francès que siguin incorrectes en la L2?*

Els aprenents, doncs, tenen estratègies per traslladar al castellà operadors d'intensificació que existeixen en francès i que són vàlids en totes dues llengües, que utilitzen els recursos morfològics en castellà que tenen al seu abast. Comprovem a més a més que introdueixen en els discurs verbal molt pocs calcs literals, concretament tres, del que són intensificadors en francès però que no tenen la mateixa equivalència en castellà.

*Hi ha desviacions cap a un registre no adequat a la situació de comunicació?*

Els interlocutors es desvien molt poc del registre formal i només en dues ocasions passen a un registre informal quan intensifiquen. No apareixen formes realment col·loquials en les intensificacions i poques vegades arriben al límit de la incorrecció i de l'agressivitat. Excepte un dels interlocutors, la resta té consciència del context en què està actuant. Apareixen molt poques construccions eco amb interrogacions exclamatives que tenen una força il·locutiva molt marcada per expressar oposició i en només una ocasió hi trobem la ironia que té una força inferencial elevada i que els aprenents pràcticament no fan servir atès que el seu ús repetit podria afectar el bon

desenvolupament de la negociació.

**3. Amb quina finalitat utilitzen la intensificació? Quines funcions atribueixen als recursos d'intensificació?**

Un dels trets més característics de la negociació és la recerca de l'acord de l'altre, el que seria la recerca de l'acceptació de l'altre en la conversa col·loquial. Per obtenir l'acord, s'ha de seguir un procés i, sovint, l'obtenció de l'acord passa abans per l'expressió del desacord. Així, veiem que les dues grans línies de la finalitat de la intensificació a nivell verbal en la negociació estudiada són la recerca i l'expressió de l'acord i la manifestació del desacord. En el cas concret dels intensificadors tractats li correspon la funció comunicativa determinada que l'interlocutor li atribueix i el ventall de funcions que assumeixen els operadors d'intensificació és realment molt ampli, com queda reflectit en el Capítol 7. Aquest fet indica que els aprenents tenen un domini correcte del funcionament de la negociació i que intenten vehicular-les en la L2 amb les seves estratègies de comunicació que són força variades, però que es podrien millorar amb un treball d'observació i d'ampliació a classe coneixent quines són les mancances amb l'anàlisi del discurs que s'ha portat a terme.

**4. Quines són les relacions entre el canal verbal de comunicació i el no verbal?**

*El canal verbal es donen sempre junts?*

Les funcions abans mencionades es donen mitjançant l'ús dels dos canals semiòtics de comunicació. No hem trobat cap cas d'intensificació verbal que no vagi acompanyada d'un element no verbal i no hi apareix cap intensificació gestual aïllada del missatge verbal. Segons la força il·locutiva que l'interlocutor vol donar al seu missatge verbal hi fa correspondre des d'un fins a quatre elements no verbals, però sempre se n'hi troba un. Atès que cap component del llenguatge no verbal no es troba aïllat, en la negociació analitzada el llenguatge no verbal no substitueix mai el llenguatge verbal.

*L'ús que fan els aprenents del canal verbal i del canal no verbal de comunicació és congruent?*

Existeix una progressió en l'aparició del nombre d'elements no verbals en el transcurs de la negociació. A mida que s'avança en la interacció la tensió augmenta i les intensificacions del discurs també tant a nivell verbal, com a nivell no verbal. Aquesta progressió es perfectament lògica i demostra la



coherència entre la comunicació verbal i la comunicació no verbal en el discurs dels estudiants.

Per altra banda, s'ha pogut comprovar que els aprenents que millor actuen en la negociació són els que mobilitzen els dos canals de comunicació de manera congruent. Saber controlar el llenguatge no verbal i tenir la capacitat de coordinar-lo amb el llenguatge verbal els permet ser més subtils i no caure en situacions que puguin comprometre el procés de negociació o bé que exigeixin utilitzar els procediments d'atenuació constantment. L'anàlisi d'aquest context tan concret demostra que quan més ben construït està el discurs, quan més coherència té el missatge, més congruent és la gestualitat que es posa al servei del que es vol transmetre d'una manera equilibrada.

**5. Els intensificadors no verbals tenen funcions comunicatives? En cas afirmatiu que són?**

Totes les intensificacions no verbals, com que no es presenten aïllades, tenen la funció comunicativa del recurs intensificador verbal de la negociació. Aquests resultats demostrats en l'anàlisi de la transcripció coincideixen amb les opinions de nombrosos autors. La multifuncionalitat de la gestualitat queda demostrada amb l'anàlisi: els aprenents utilitzen tots els recursos d'intensificació amb un objectiu determinat, i tant la comunicació verbal com la no verbal adquireixen una funció específica que es pot analitzar a través del context de la negociació. Els components del llenguatge no verbal adopten totes les funcions comunicatives que els parlants atribueixen als intensificadors verbals.

*Es poden associar determinats components no verbals amb funcions determinades?*

Pel que fa a la monofuncionalitat dels gestos només n'hem trobat alguns que realitzen la mateixa funció i són utilitzats amb la mateixa intencionalitat per tots els interlocutors. Són els que fan referència a la noció de temps (passat, futur, durada), la dixi, i la negació i, en un menor grau de freqüència, la petició de calma i l'expressió del desacord. Per la resta, ens sembla inútil i arriscat d'intentar establir correspondències absolutes entre

gestos i funcions, tal com apareix en força manuals de comunicació destinats al món professional i que pretenen establir fórmules incontestables d'associació de la gestualitat amb determinats trets funcionals. Considerem que quan un element es deslliga del context, la relació que s'hagi pogut establir deixa de tenir validesa. En la negociació estudiada, un mateix intensificador s'expressa amb un signe completament diferent segons sigui dit per un interlocutor o un altre. I a l'inrevés, un mateix "objecte-adaptador", un llapis dirigit a l'interlocutor, té dues funcions diferents en dues intervencions fetes pel mateix aprenent. Així doncs, tant la intensificació verbal com la no verbal, són multifuncionals, escollides pels aprenents, excepte uns pocs gestos monofuncionals que tenen el mateix significat en la mateixa cultura i poden ser reconeguts per tots els interlocutors.

**6. El nivell de competència lingüística és el factor que determina un major o menor ús de la gestualitat?**

Tal com existeix la creença, discutida com ja hem vist per Bjørge *et alii* (1995), que una millor competència lingüística dels negociadors fa arribar a una sortida satisfactòria d'una negociació, n'existeix una altra que, de manera implícita, sostindria que quan més alta és la competència lingüística d'un aprenent, menys necessita utilitzar la gestualitat. Hem buscat indicis en el discurs dels estudiants per confirmar aquesta afirmació o per rebatre-la i hem comprovat que els estudiants amb més competència lingüística no prescindeixen en absolut de la seva gestualitat pel fet d'estar segurs de la seva expressió verbal sinó que l'utilitzen i la controlen per comunicar d'una manera completa i adequada. La millor interlocutora de la negociació utilitza molt la gestualitat quan li convé, però d'una manera subtil: encara que tot el seu cos hi jugui un paper i demostra una coherència total entre la comunicació verbal i la no verbal de la qual utilitza diversos elements a la vegada. Els aprenents que posseeixen una competència de llengua mitjana també activen la comunicació no verbal i, efectivament, alguns l'augmenten quan no arriben a expressar el que volen tal com volen. En canvi, un dels aprenents que s'expressa amb una

certa fluïdesa, continua fent servir la gesticulació de la mateixa manera tant si el seu discurs verbal és correcte o no. Per tant, el que es pot afirmar que la bona competència lingüística no és en absolut un obstacle per a la utilització del llenguatge no verbal.

*Quins altres elements poden influir en la utilització més o menys pronunciada del llenguatge no verbal?*

Hem trobat mostres que ens confirmen en la idea que hi ha un altre factor que determina l'augment de l'ús de la gestualitat en certs moments de la negociació. Un element que sobresurt en l'anàlisi, és la relació entre la poca coherència del discurs i l'augment de la gestualitat com a instrument de compensació. Quan parlem de la poca coherència dels discurs no ens referim a una manca de competència lingüística sinó a la manca d'estructura lògica del missatge de l'aprenent sobretot pel fet que no té un argument prou pensat o simplement perquè no sap la resposta a una pregunta que li fa l'equip contrari i que hauria de saber. El que ens demostra l'anàlisi d'aquesta situació determinada és que quan més ben construït està el discurs, quan més coherència té el missatge, més congruent és la gestualitat i quan menys s'està segur del que es vol expressar, quan més es repeteix un argument sense trobar-li una sortida nova, més s'exagera la intensificació augmentant la gestualitat.

*Es possible determinar factors no lingüístics en l'elecció d'un tipus de gestualitat determinat?*

Pel que fa els aspectes no lingüístics que poden determinar l'elecció d'un tipus de gestualitat determinat, s'ha pogut detectar una certa correspondència entre els rols socials que s'atribueixen els aprenents i l'ús d'un llenguatge no verbal que li correspon. Ens sembla que l'estil de negociar dels aprenents, en la mesura que reflecteix la personalitat de cadascun d'ells o bé la imatge que volen donar en la negociació, afecta el missatge verbal i en la gestualitat que el reforça, expressant així l'idiòlecte de cadascun. Així, s'observa com dos estudiants reflexius i assenyats, líders de cadascun dels equips, tenen una comunicació verbal personalitzada i diferent que reflecteix la personalitat més emotiva i extravertida de la primera, més cerebral i introvertit del segon, segons la imatge que se'n tenia a classe, mentre que una altra estudiant vol donar una imatge de

professional, que correspon al seu caràcter seriós i positiu i el seu llenguatge no verbal és sobri i una mica distant, excepte quan vol convèncer l'equip contrari: llavors augmenta la gestualitat i després torna al seu estil habitual. Tanmateix és una primera aproximació a un aspecte, però que caldria aprofundir molt més i que, d'altra banda, no pertany al domini de la lingüística.

**7. Quin paper té la intensificació en l'estil de la negociació estudiada?**

Un aspecte que hem pogut comprovar amb l'anàlisi de la transcripció és el paper que juga la intensificació per imprimir un segell en cada negociació en donar-li un caire determinat i en aquest apartat la referència a l'estudi pilot ens serà molt útil. El simple visionat de la negociació analitzada i el de la negociació prèvia a la recerca posa de manifest que l'estil de una i de l'altra són diferents. En la primera els participants mostren vitalitat, més nerviositat i en certs moments més agressivitat. La segona, el grup actua d'una manera més serena, més tranquil·la i el to general és molt més calmat. Aquesta diferència no és cap obstacle perquè es creïn moments de tensió i de profund desacord en ambdues negociacions, però la manera de plantejar-ho és diferent. La comparació dels recursos d'intensificació que fan servir els aprenents en cadascuna de les negociacions proporciona ens mostra que el grup de la negociació analitzada utilitza un ventall lleugerament més ampli de recursos d'intensificació i l'equip de la negociació pilot en fa servir menys, justament la utilització dels que són indubtablement més agressius. En aquest aspecte podem afirmar que la intensificació reflecteix en gran mesura, si bé no totalment, una part de l'estil dels grups negociadors, que escullen un tipus determinat de recursos d'intensificació, o bé n'eviten d'altres.

Volem concloure fent remarcar que l'estudi d'un fenomen aparentment tan puntual com és el de la intensificació en el discurs d'una negociació simulada, dona una visió molt viva d'un aspecte de la dinàmica de classe i, per tant, de la pràctica de l'ensenyament, que és relativament freqüent en el tipus de docència del castellà com a llengua per a ús

## **Conclusions.**

professional. Es pot considerar aquest treball és com una cala realitzada a la complexitat dels processos de l'ensenyament i l'aprenentatge de segones llengües i obre una finestra que creiem que és important per a la millor comprensió de la pràctica docent de la didàctica del castellà per a ús professional.



## **BIBLIOGRAFIA**





AITCHISON, J. (1994), «"Say, say it again Sam": *The treatment of repetition in linguistics*», dins Fischer J., *Repetition. Spell, 7, Swiss Papers in English Language and Literature*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, p.p 15–34.

ALBELDA, M. (2004): "La esclaridad en la intensificación", en *Interlingüística*, 15, pp. 105-114.

ALBELDA, M., (2005), "Discordancia entre atenuación/cortesía e intensificación/descortesía en conversaciones coloquiales", dins Blas, J. L., Casanova, M., Velando, M. (eds.): *Discurso y Sociedad. Contribuciones al estudio de la lengua en contexto social*, Servicio de publicaciones de la Universidad de Castellón, pp. 581-590.

ALBELDA, M., (2005), La intensificación en el español coloquial, Tesis doctoral, Universidad de Valencia, España. [Disponible a <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/9816/albelda.pdf?sequence=1> Consultat el 25/01/2015.

ALLEN, J.P.B., WIDDOWSON, H.G. (1973-1978), *English in Focus series*. Oxford: Oxford University Press.

ALVARADO, M. B. (2006), "Las marcas de la ironía", *Interlingüística*, 16, pp.1-11.

ALWRIGHT, D. (1983), "Classroom Centered research on Language teaching and learning: A Brief historical Review", *Tesol Quarterly*, 17, 2, pp.191- 204.

ALWRIGHT, D., BAILEY, K.M. (1991), *Focus on the Language Classroom*, Cambridge: Cambridge University Press.

ANSCOMBRE, J.C., DUCROT, O. (1983), *L'argumentation dans la langue*. Liège : Mardaga.

ARCE, A. (1999) "Intensificadores en español coloquial", *Anuario de Estudios Filológicos* 22, pp. 37-48.

ARGYLE, M., DEAN, J. (1965), *Eye contact, distance and affiliation*, *Sociometry*, 28 pp. 289–304.

AUSTIN, J. L. (1962), *How to do Things with Words*, Oxford : Oxford University Press

AUSUBEL, D. P., NOVAK, J. D., I HANESIAN, H. (1978), *Educational Psychology: a Cognitive view*, Holt, Rinehart and Winston.

AZORÍN, D. i JIMÉNEZ, J. L. (1999), *Corpus oral de la variedad juvenil universitaria del español hablado en Alicante*, Alicante: Instituto Alicantino de Cultura Juan Gil-Albert.

BAHTIA, V. K. (1993), *Analysing genre: language use in professional settings*, Londres: Longman Group UK.

BARBE, K. (1995), *Irony in context*, Amsterdam: John Benjamins.

BARBER, C. L. (1962/1988) *Some measurable characteristics of modern scientific prose*, dins Swales J. (ed.), *Episodes in ESP*. London:Prentice-Hall, pp. 3-14.

BARRENECHEA, A. M. (1979): "Operadores pragmáticos de actitud oracional: los adverbios en *-mente* y otros signos", in A. M. Barrenechea *et alii* (eds.) *Estudios lingüísticos y dialectológicos*, (1ª edició 1969), Hachette Universidad, pp. 39-59.

BATES, M. i DUDLEY-EVANS , T. (1976-1985), *Nucleus*. London: Longman.

BAZZANELLA, C. (1999), «Ripetizione e parafrasi nell'interazione scolastica», dins Lumballi, L., Bice, M. G., *Parafrasi. Dalla ricerca linguistica alla ricerca psicopedagogica*, Alessandria: Dell'Orso, pp. 51–61.

BAZZANELLA, C., CAFFI . C., SBISÁ, M. (1991) "Scalar dimension of illocutionary force", in I. Zagar (ed.), *Speech acts: fiction or reality?*, Ljubljana, pp. 63-76.

BEAUGRANDE, R. i DRESSLER, W. (1972/1997), *Introducción a la lingüística del texto*, Barcelona: Ariel.

BEINHAUER, W. (1929/1991), *El español coloquial*, Madrid: Gredos.

BELL, D. V. (1995), « Negotiation in the workplace : the view from a political linguist », dins Firth A. (ed.) *The discourse of negotiation. Studies of language in the work place*. Oxford: Pergamon, pp. 41 – 60.

BENVENISTE, E. (1966), *Problèmes de linguistique générale*, Paris : Bibliothèque des sciences humaines. Paris : Gallimard.

BILMES, J. (1995), " Negotiation and compromise: a microanalysis of a discussion in the United States Federal Trade Commission", dins Firth A. (ed.) *The discourse of negotiation, Studies of language in the work place*, Oxford: Pergamon, pp. 61- 81.

BIRDWHISTELL, R. L. (1952), *Introduction to kinesics: An annotation system for analysis of Body motion and gesture*, Washington: Foreign Service Institute, Department of State.

BIRDWHISTELL, R. L. (1970), *Kinesics and Content. Essays on Body Motion Communication*, Filadelfia: University of Pennsylvania Press.

BJØRGE, A. K., NATLANDSMYR, J. HALVOR, J. (1995), "Linguistic competence and cross-cultural negotiations: A Mexican-Norwegian example", *Hermes, Journal of Linguistics*, 15, pp. 9-30.

BLUM-KULKA, S. (1982), "Learning how to say what you mean in a second language", *Applied Linguistics*, 15. pp. 3-29.

BLUM-KULKA, S. (1984), "Requests and apologies: a cross-cultural study of speech and realization patterns", *Applied Linguistics*, 5, pp. 196-213.

BLUM-KULKA, S. , HOUSE, J. KASPER, G. (eds.) (1989), *Cross Cultural Pragmatics: Requests and apologies*, Norwood N.J. : Ablex.

- BOAS, F. (1928), *Anthropology and Modern Life*, New York : W. W. Norton and Ca.
- BODEN, D. (1995), "Agendas and arrangements: everyday negotiations in meetings", dins Firth A. (ed.) *The discourse of negotiation. Studies of language in the work place*, Oxford: Pergamon, pp.83–99.
- BOMBARDIERI, B., HENRY J.B. (1996), *L'entreprise*, Paris : Hachette FLE.
- BRAULT, G.J., (1963), "Kinesics and the Classroom: Some Typical French Gestures", *The French Review*, 36. pp. 374-382.
- BRAVO, D. (2004), "Panorámica breve acerca del marco teórico y metodológico", dins Bravo, D i Briz, A. (ed.) *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*, pp 5-11 Barcelona: Ariel.
- BREEN, M.P. y CANDLIN, C.N. (1980), "The essentials of a communicative curriculum in language teaching", *Applied Linguistics*, 1 (2), pp. 89-112.
- BRINTON, L. (2001), "Hiistorical Discourse Analysis", dins Shiffrin, D., Tannen, D., Hamilton, H. (eds.) *The handbook of Discourse Analysis*, Blackwell Publishing Ltd.
- BRIZ, A. (1995) *La conversación coloquial: materiales para su estudio*. Grupo Val. Es. Co. Coordinat per Briz, A. València: Universitat de València. Departament de Filologia espanyola.
- BRIZ, A. (1997), "Los intensificadores en la conversación coloquial", dins Briz, A., Gómez Molina, J. R., Martínez Alcalde, M. J. i Grupo Val.Es.Co. (eds.) pp. 13-36.
- BRIZ, A. (1998/2001), *El español coloquial en la conversación: esbozo de pragmagramática*, Barcelona: Ariel.
- BRIZ, A. (2003), "La estrategia atenuadora en la conversación cotidiana española", dins Bravo, D. (ed.) *Actas de del Primer Coloquio del Programa EDICE*, Estocolm: Universitat d'Estocolm, pp. 17-46.
- BRIZ, A. (2012) "La (no)atenuación y la (des)cortesía, lo lingüístico y lo social: ¿son pareja?", in J. Escamilla, G.Henry (eds.) *Miradas multidisciplinares a los fenómenos de cortesía y decortesía en el mundo hispánico*, Barranquilla-Estocolmo: Universidad del Atlántico y el Programa EDICE, CADIS-Programa EDICE, pp. 33-75.
- BRIZ, A., HIDALGO, A. (1998), "Conectores pragmáticos y estructura de la conversación" dins Zorraquino, M. A. & Montolio, E. (eds.) *Los marcadores del discurso*, Madrid: Arco Libros.
- BROWN, G., YULE, G. (1983), *Discourse Analysis*, Cambridge: Cambridge University Press.
- BROWN, J.D. (1988), *Understanding Research in Second Language Learning: A Teacher's Guide to Statistics and Research Design*, New York: Cambridge University Press.

BROWN, P., LEVINSON, P. (1978/1987), *Politeness. Some universals in language usage*, Cambridge: Cambridge University Press.

BRUMFIT, C.J. y JOHNSON, K. (1979), *The Communicative Approach to Language Teaching*, Oxford: Oxford University Press.

BÜLLOW-MOLLER, A.M. (1992), "Coherence structures in negotiations: the strategy of repetition", dins Grindsted, A. i Wagner, J. (eds) *Communication pp.193-209 for Specific Purposes/ Fachsprachliche Kommunikation*, Tübingen: Gunter Narr.

BÜLLOW-MOLLER, A.M. (1993), "Negotiating in a foreign language", *Hermes, Journal of Linguistics*, 11, pp. 11- 25.

BÜLLOW-MOLLER, A.M. (1996), "Control from the background. A study of information structure in native and non-native discourse", *International Journal of Applied Linguistics*, 6,1, pp. 21-42

BÜLLOW-MOLLER, A.M. (2001), "Non-native speakers as negotiators", dins Jutta Eschenbach, J, i Schewe, T, (eds.), *Über Grenzen gehen – Kommunikation zwischen Kulturen und Unternehmen. Festschrift für Ingrid Neumann*, Halden: Høgskolen i Østfold Rapport, pp. 145-157.

BUSTOS TOVAR, J. (1997), "Aspectos semánticos y pragmáticos de la comunicación oral", dins Briz, A., Gómez Molina, J. R., Martínez Alcalde M. J. y Grupo Val.Es.Co. *Pragmática y gramática del español hablado: el español coloquial*, Zaragoza: Pórtico, p. 37-49.

BUTTON, G., SHARROCK, W. (1995), "Practices in the world of ordering software development", dins Firth A. (ed.) *The discourse of negotiation. Studies of language in the work place*. Oxford: Pergamon, pp.160 - 179.

BYRAM, M., I FLEMING, M. (1998), *Language learning in intercultural perspectives*, Cambridge, UK: Cambridge University Press.

BYRAM, M., I FLEMING, M. (1998), *Perspectiva interculturales en el aprendizaje de lenguas. Enfoques a través del teatro y la etnografía*, Cambridge: Cambridge University Press.

BYRNE, D. (1986), *Teaching Oral English*, Singapur: Longman.

CABRÉ, T., i GÓMEZ DE ENTERRÍA, J. (2006), *La enseñanza de los lenguajes de especialidad. La simulación global*, Madrid: Gredos.

CAFFI, C. (1999) "On mitigation", *Journal of Pragmatics* 3, pp. 881-909.

CALSAMIGLIA, H., TUSON, A. (1999/2002), *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*, Barcelona: Ariel.

CAMBRA, M. (2003), *Une approche ethnographique de la classe de langue*, Langues et Apprentissage de langues. Paris : Didier.

- CANALE, M. (1983), "From communicative competence to communicative language pedagogy", dins Richards & Smith *Language and communication*, London: Longman Group.
- CANALE, M. i SWAIN, M. (1980), "Theoretical bases of communicative approaches to second language teaching and testing", *Applied Linguistics*, 1, 1, pp. 1-47.
- CANDLIN, C., BRUTON, J., WOODS, E. (1977), *Doctor-Patient Communications Skills* (DOPACS), Chelmsford: Graves Medical Audio-Visual Library).
- CARE, J.M., DEBYSER, F. (1995), *Simulations globales*, Sèvres : Centre International d'Etudes Pédagogiques.
- CARR, W. i KEMMIS, S. (1985), *Becoming Critical: Knowing through Action Research*, Victoria: Deakin University Press.
- CASCÓN, E. (1995) *Español coloquial. Rasgos, formas y fraseología de la lengua diaria*, Madrid: Edinumen.
- CAZDEN, C.B. (1988), *El discurso en el aula. El lenguaje de la enseñanza y el aprendizaje*, Barcelona: Paidós MEC.
- CERDÁN, L., LLOBERA, M. (1997), "Actuación de los profesores en el aula: desarrollo de un modelo semiótico de transcripción", *Revista española de lingüística aplicada*, 12, pp. 115-140.
- CERVONI, J. (1987) *L' énonciation*, Paris: Presses Universitaires de France.
- CESTERO, A. (1998), El estudio de la comunicación no verbal y su aplicación a la enseñanza de lenguas extranjeras, dins Benítez, P. (dir.) *Estudios de comunicación no verbal*, Col. de la investigación a la práctica. Serie Master E/LE de la Universidad de Alcalá, Madrid: Edinumen, pp. 7-16.
- CESTERO, A. (1999), *Comunicación no verbal y enseñanza de lenguas extranjeras*, Madrid: Arco Libros S.L.
- CESTERO, A. (2006), « La comunicación no verbal y el estudio de su incidencia en fenómenos discursivos como la ironía », *ELUA*, 20, pp. 57-77.
- CHARAUDEAU, P. (1995) "Qué hace el sujeto del diálogo, y cómo construye su discurso", ponència llegida en el Curso de Verano de la Universidad Complutense de Madrid, Almería, juliol de 1995.
- CHARAUDEAU, P. MAINGUENEAU, D. (eds.) (2002), *Dictionnaire de l'analyse du discours* Paris : Seuil.
- CHAUDRON, C. (1988), *Second language Classrooms: Research on Teaching and learning*, Cambridge: Cambridge University Press.
- CIAPUSCIO, E. (2007), « Genres et familles de genres: apports pour l'acquisition de la compétence générique dans le domaine académique », *Études de Linguistique Appliquée*, 148, pp. 405-416.

- COHEN, H. (1980). *"You can Negotiate Anything"*. Secaucus, N.J.: Lyle Stuart.
- COLÁS BRAVO, M.P. i BUENDÍA EISMAN, L. (1994), *Investigación educativa*, Sevilla: Alfar.
- CONDON, W. S. (1976), "An Analysis of behavioural organization", *Sign Language Studies*, 13, pp. 258-318.
- CONSEJO DE EUROPA (2001), *Marco común europeo de referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación*, Madrid: Secretaria General Técnica del MECD, Instituto Cervantes y Anaya.
- CORDER, S. P. (1967), «The significance of learners' errors», dins *IRAL*, 5, 161-170, recollit a Corder, S. P. (1981), *Error Analysis and Interlanguage*. Oxford: Oxford University Press.
- COROMINES, D. (2011), *La traducció de la ironia en l'obra de Günter Grass*, [Recurs electrònic] Tesi doctoral. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra. [ Disponible a <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/51246/tdcc.pdf?sequence=1> Consultat el 20/02/2015]
- CORTÉS, L., *Actas del I Simposio sobre Análisis del Discurso Oral*, Almería, 23-25 de noviembre de 1994, Almería: Universidad de Almería, pp. 125-145.
- COSTE, D. *et alii* (1976), *Un Niveau-Seuil*, Strasbourg: Council of Europe.
- COTS, J.M. (1996), "Bringing discourse analysis into the language classroom" dins *Links & Letters*, 3, pp. 77-101.
- CRESWELL, J. (2007), *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*, Oakland (California): Sage Publications Inc.
- CRUSE, D. ALAN (1995 [1986]): *Lexical semantics*, Cambridge University Press. (1995 [1986]).
- CRYSTAL, D. (1987), *Enciclopedia del lenguaje de la Universidad de Cambridge*, Madrid: Taurus 1994.
- CUENCA, M. J. (2007), "Repetició consecutiva i idiomàticitat", *Zeitschrift für Katalanistik*, n. 20, p. 189–219. [Disponible a <http://www.romanistik.uni-freiburg.de/pusch/zfk/20/11> Consultat el 11/03/2015]
- DE MUNCK, J. (2004,) « Prendre au sérieux les négociations », *Négociations*, 1, p.p. 5-11 [Disponibe a [www.cairn.info/revue-negociations-2004-1-page-5.htm](http://www.cairn.info/revue-negociations-2004-1-page-5.htm). Consultat el 8/09/2015]
- DIEZ, Mary E. (1986), "Negotiation competence: a conceptualization of the rules of negotiation interaction", dins D. G. Ellis & W. A. Donohue (eds.) *Contemporary issues in language and discourse processes*, Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 223-237.
- DOLÓN, R. (1997), "Actividad negociadora en ámbitos profesionales: caracterización genérica de una conducta institucionalizada", dins Briz, A., Cuenca M.J i Serra E. (eds.), *Quaderns de Filologia. Estudis Lingüístics*, 2, València: Universitat de València, pp. 39-51.

- DOLÓN, R., SUAU, F. (1996), "Linguistic approaches to negotiating activity", dins *Revista Española de Lingüística Aplicada*, 11, pp. 51- 61.
- DONAHUE, W A. (1981), "Analysing negotiation tactics: Development of a negotiation interact system", dins *Human Communication Research*, 17, 3, pp. 273-287.
- DONAHUE, W A., DIEZ, M., HAMILTON, M. (1984), "Coding Naturalistic Negotiation Interaction", *Human Communication Research*, 10, pp. 403-425.
- DONAHUE, W., DÍEZ, M. E. (1985), "Directive use in negotiation interaction", In *Communication and negotiation Monographs*, 52, pp. 305-318.
- DONNA, S. (2000), *Teach Business English*, Cambridge: Cambridge University Press.
- DUMAS, I.. (2004), "La négociation client/conseiller de clientèle à la banque, Analyse d'une négociation avec un client atypique», dins Grosjean, M., Mondada. L. (eds.) *La négociation au travail*, Lyon: ARCI/Presses Universitaires de Lyon, pp. 307-326.
- DURANTI, A. (1997), *Antropología Lingüística*, Madrid: Cambridge University Press.
- EDELSKY, C. (1981), "Who's got the floor?", *Language in Society*, 10, 383-421.
- EFRON, D. (1941), *Gesture and Environment*, Nova York: King's Crown.
- EKMAN, P. i W. V. FRIESEN (1969), "The repertoire of non verbal behavior: categories, origins, usage and coding", *Semiotica* 1, pp. 49-97.
- ELLIOTT, J. (1991), *La investigación-acción en educación*, Madrid: Morata.
- ELLIS, R. (1990), "Researching classroom language learning", dins Brumfit, C. i Mitchell, R. (eds.), *Research in the Language Classroom*, London: Modern English Publications.
- EQUIPO PRAGMA (1983), *Para empezar. Curso comunicativo de español para extranjeros* (A y B), Madrid: Edelsa/Edi-6.
- ERICKSON, F. (1981), "Some approaches to inquiry in school.community ethnography", dins Trueba, H. T., Guthrie, G. P., Au, H. P. (eds.) *Culture and the bilingual classroom: studies in classroom ethnography*, Rowley (Massachussets): Newbury House, pp. 17-35.
- ESCANDELL VIDAL, M.V. (1996), *Introducción a la pragmática*, Barcelona: Ariel.
- EWER, J.R., (1969), *A Course in basic Scientific English*, xxx Longman.
- FANT, L. (1990), "Conversational patterns in Spanish and Swedish business negotiation," *International Business Communication*, 2, 1, pp. 13-16.
- FANT, L. (1989), "Cultural Mismatch in Conversation: Spanish and Scandinavians communicative Behaviour in Negotiation Settings", *Hermes, Journal of Linguistics*, 2. pp. 247-265. The Åarhus School of Business.

- FANT, L. (1992), "Analysing negotiation talk-authentic data vs. role play", dins Grindstedt A. i Wagner, J. (eds.) *Communication for Specific Purposes*, Tübingen: Gunter Narr Verlag. pp. 164-175.
- FANT, L. (1992), "Scandinavians and Spaniards in Negotiation", dins Sjören, A. y Janson, L. (eds.) *Culture and Management in the field of Ethnology and Business Administration*. Stockolm: School of Economics, Institute of International Business.
- FANT, L. (1993), "Pull" and "Push" moves in Hispanic and Swedish Negotiation Talk", *Hermes, Journal of Linguistics*. Aarhus: Aarhus School of Business, 11, pp. 27-47.
- 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, 59, pp. 147-183.
- FERNÁNDEZ LOYA, C. (2005), "Estrategias de intensificación y de atenuación en el español y en el italiano coloquiales", *Actas del XXIII Congreso AISPI*, p.187-201.
- FERNÁNDEZ RAMÍREZ, S. (1951/1986), *Gramática española. 3.1. El nombre*, Madrid: Arco/Libros.
- FERRER, M. C., SÁNCHEZ C. LANZA (2001), "El realce en el diálogo coloquial", in A. Di Tulio i E. de Arnoux (eds.): *Homenaje a Ofelia Kovacci*, Buenos Aires: Eudeba, pp. 205-220.
- FIRTH, A. (1995), "Introduction and overview", dins Firth A. (ed.) *The discourse of negotiation. Studies of language in the work place*, Oxford: Pergamon, pp. 3-39.
- FIRTH, A. (1995), "Talking for a change: commodity negotiating by telephone", dins Firth A. (ed.) *The discourse of negotiation. Studies of language in the work place*, Oxford: Pergamon, pp. 183– 221.
- FIRTH, J. R. (1957), "On Sociological Linguistics", dins Hymes, D. (ed.1964), *Language and Culture & Society*. Londres: Harper International, pp.66-70.
- FISHER, R., URY, W. (1981), *Getting to yes*. New York: Houghton Mifflin & Co.
- FLORES, M. E. i INFANTE Bonfiglio, J.M. (2014), *La (des)cortesía en el discurso: Perspectivas interdisciplinarias (imagen, actos de habla y atenuación)*, UANL-Programa EDICE: Monterrey-Estocolmo..
- FRANCIS, D. (1988), "Game identities and activities: Some ethnomethodological observations. Communication and Simulation : From Two Fields to One Theme", Crookall, D., Saunders, D. (eds.) *Intercommunication*, 4, Clevedon . Philadelphia Ltd., pp. 51 – 68.
- FREEMAN, D. (1992), "Collaboration and co-constructing a shared understanding of the foreign language classroom", dins Nunan, D. (ed.) *Collaborative Language Learning and Teaching*, Cambridge: Cambridge University Press.
- FREIXA, J. (1998), «A propòsit de la repetició en el discurs», dins Payrató, LI. *Oralmènt: estudis de variació funcional*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, pp. 195– 222.



- FUENTES RODRÍGUEZ, C. (1993), "Claro: modalización y conexión", *Sociolingüística andaluza* n. 8. *Estudios sobre el relato oral*. Sevilla: Publicaciones de la Universidad, p. 99-126.
- GANNON, M. (1994), *Understanding global cultures*. London: Sage.
- GARCÍA IZQUIERDO, I. (1997), "El funcionamiento de los conectores ilativos y su papel en los encadenamientos discursivos.", dins Briz, A., Cuenca. J.M. i Serra, E. (eds.) pp.165-181.
- GARFINKEL, H. (1967), *Studies in Ethnomethodology*, Englewood Cliffs NJ: Prentice Hall.
- GEERTZ, C. (1973), *La interpretación de las culturas*, Barcelona: Gedisa.
- GIBBONS, P., BRADAC, J. J., BUSCH, J. D. (1992), « The role of Language in Negotiations: Threats and Promises », dins Putnam, L. i Roloff, M. (eds.) *Communication and Negotiation*. Sage Annual Reviews of Communication Research, 20. pp. 156 – 175.
- GLASER, B. i A. STRAUSS, (1967), *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*, Chicago: Aldine.
- GOFFMAN, E. (1967), *Interaction ritual: essays on face-to-face behaviour*, Harmondsworth: Penguin Books.
- GONZÁLEZ CALVO, J. M. (1984-1988), "Sobre la expresión de 'lo superlativo' en español I, II, III, IV y V", *Anuario de Estudios Filológicos* VII, 1984, pp. 172-205; VIII, 1985, pp. 113-146; IX, 1986, pp. 129-143; X, 1987, pp. 101-132 y XI, 1988, pp. 159-174.
- GREEN, J. R. (1968), *A Gesture Inventory for the Teaching of Spanish*, Filadelfia: Chilton Books.
- GREGG, K. (1989), "Second Language acquisition theory: the case for a generative perspective, dins Gass, S. i Schachter, J. (eds.), *Linguistic Perspectives on Second Language Acquisition*, New York: Cambridge University Press.
- GRELLET, F. (1981), *Developing Reading Skills*, Cambridge: University Press.
- GRICE, H. P. (1967), "Syntax and Semantics", dins Cole, P. i Morgan, J. (eds.) *Speech and acts*, 3. New York: Academy Press.
- GRICE, H. P. (1975), "Logic and conversation", dins P. Cole y J. L. Morgan (eds.) *Syntax and Semantics 3: Speech Acts*, Nova York: Academic Press, pp. 41-58.
- GRIESSHABER, W. (1987), *Authentisches und zitierenders Handeln*. Band I. Einstellungsgespräche, Tübingen: Gunter Narr Verlag.
- GRINDSTED, A. (1989), "Distributive communicative behaviour in Danish and Spanish negotiation interaction", *Hermes, Journal of Linguistics*, 3, pp. 267-269.
- GRINDSTED, A. (1990a), *Argumentative styles in Spanish and Danish negotiation interaction*, Ponència presentada a la Segona Conferència Internacional ISSA sobre argumentació. Amsterdam, 19-22 de juny de 1990.

GRINDSTED, A. (1990b), "How Conversation Is Organized in Spanish and Danish Negotiation Interaction". Merino, 7, pp. 1-18. Odense: Odense University.

GRINDSTED, A. (1994), "Argumentative Exchange Formats in Spanish and Danish Negotiations", Merino, 18, Odense: Odense University.

GRINDSTED, A. (1990c), "Polyadic Sequencing Patterns in Spanish and Danish Negotiations and their implications for the Interrelationships between the negotiators", Merino, 5, Odense: Odense University, pp. 1-21.

GRINDSTED, A. FANT, L. (1995), "Conflict and Consensus in Spanish, vs. Scandinavian Negotiation Interaction", Hermes, Journal of Linguistics, 15, pp. 11-141.

GROSJEAN. M, MONDADA, L. (2004), *La négociation au travail*, Grosjean, M., Mondada. L. (eds.) Lyon: ARCI/Presses Universitaires de Lyon.

GROTJAHN. R. (1987), "On the methodological basis of introspective methods", dins Faerch, C. i Kasper C. (eds.) *Introspection in Second Language Research*. Clevedon Avon, England: Multilingual Matters.

GUMPERZ, J. (1977), "Sociocultural knowledge in conversational inference", dins Saville-Troike, M. (comp.) *Linguistics and Anthropology*, Washington: Georgetown University Press, pp. 191-211

GUMPERZ, J.J. (1998), *Discourse Strategies*, Cambridge : Cambridge University Press.

GUTIÉRREZ, P. i PUJOL, M. (2014), "El estudio de caso como técnica para la enseñanza del español del sector turístico", dins *Congreso Internacional de Español para Fines específicos: CIEFE, El español lengua de comunicación profesional: Aportación para su enseñanza e investigación*, Amsterdam: Consejería de Educación.

HALL, E. (1966), *The Hidden Dimension*, Garden City, New York : Doubleday & Co.

HALL, E. (1974), *Handbook for Proxemic Research*, Washington: Society for the Anthropology of Visual Communication.

HALLIDAY, M. A. K., STREVEENS, P., MACINTOSCH, A. (1964), *The Linguistic Sciences and Language Teaching*, Oxford: Oxford University Press.

HALLIDAY, M.A.K. (1970), "*Language structure and language function*", dins Lyons J. (ed.) *New Horizons in Linguistics*, Harmondsworth: Penguin, pp. 140-165.

HALLIDAY, M.A.K. (1975), "Learning how to mean: explorations in the development of language", Doughty, P., Thornton, G. (eds.) *Language Study Series*, London:Edward Arnold, pp. x-164.

HALLIDAY, M.A.K. (1978), *Language as social semiotic*, London: Edward Arnold.

HALLIDAY, M.A.K., HASAN, R. (1976), *Cohesion in English*, London: Longman.

HAMAMOTO, H. (1998), "Irony from a cognitive perspective", dins Carston R. i Uchida S., *Relevance Theory*, Amsterdam: John Benjamins, p. 257-281.

HAMILTON, P. M. (2000), "Attaining agreement: A rethorical analysis of an NHS negotiation", *International Journal of Public Sector Management*, 13, 3, pp. 285-300.

HAMMERSLEY, M. i ATKINSON, P. (1983), *Ethnography, principles in practice*, London: Tavistock Publications.

HAVERKATE, H. (1984), *Speech acts, speakers and hearers. Reference and referential strategies in Spanish*, Amsterdam: John Benjamins.

HAVERKATE, H. (1985), "La ironía verbal, análisis pragmalingüístico", *Revista Española de Lingüística*, 15, 2, p. 343-391.

HAVERKATE, H. (1994), *La cortesía verbal. Estudio pragmalingüístico*, Madrid: Gredos.

HAVERKATE, H. (2004), "El análisis de la cortesía comunicativa: categorización pragmalingüística de la cultura española", dins Bravo, D. Briz, A., *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*, Barcelona: Ariel, p. 55-64.

HELD, G. (1989) "On the role of maximization in verbal politeness", *Multilingua* 8-2/3, pp. 167-206.

HERNANDO CUADRADO, L. A. (1988), *El español coloquial en «El Jarama»*, Madrid: Playor.

HERRERO, G. (1991), "Procedimientos de intensificación-ponderación en el español coloquial", *Español Actual*, 56, pp. 39-52.

HERRERO, G. (1995), "Las construcciones eco: exclamativas-eco en español, dins Cortés Rodríguez, L. (ed.), *El español coloquial. Actas del I Simposio sobre análisis del discurso oral*, Almería : Servicio de Publicaciones Universidad de Almería.

HERRERO, G. (1997), "La importancia del concepto de enunciado en la investigación del español coloquial: a propósito de los enunciados suspendidos", dins Briz, A., Gómez Molina, J. R., Martínez Alcalde, M. J. y Grupo Val.Es.Co., p.109-126

HEYDENFELDT, J.A. (2000), "The influence of individualism/collectivism on Mexican and US business negotiation", *International Journal of Intercultural Relations*, 24, pp. 383-407.

HIDALGO, A. (2013), "La Fono(des),cortesía: Marcas prosódicas (des),cortesés en español hablado: su estudio a través de corpus orales", *RLA, Revista de Lingüística Teórica y Aplicada*, 51 2, pp. 127-149.

HOFSTEDE, G. (1980), *Culture's consequences: international Differences in Work-Related Values*, Beverly Hills: Sage.

HOFSTEDE, G. (1999), *Culturas y Organizaciones. El Software Mental*, Madrid: Alianza Editorial.

- HOLEC, H. (1981), *Autonomy and Foreign Language Learning*, Oxford : Pergameon Press.
- HOLMES, JANET (1984), "Modifying illocutionary force", *Journal of Pragmatics*, 8, pp. 345-365.
- HUTCHINSON, T., WATERS. A. (1987), *English for Specific Purposes*, Cambridge University Press.
- HYMES, D. (1971), "Acerca de la competencia comunicativa", dins: Llobera, M. (coord.) (1995) *Competencia comunicativa. Documentos básicos en la enseñanza de lenguas extranjeras*, Madrid: Edelsa, pp. 27-46.
- HYMES, D. H. (1972), « Models of the Interaction of Language and Social Life », dins Gumperz, J. i Hymes D. H. (eds.), *Directions in Sociolinguistics. The ethnography of Communication*. New York: Basil Blackwell, pp. 35-71 .
- HYMES, D. H. (1982), "What is ethnography?", dins Gilmore, P. i Glatthorn, A.A (eds.), *Children in and out of school, Ethnography and education*, Washington DC: Center for Applied Linguistics, pp.21-32.
- HYMES, D.H. (1972), "On Communicative Competence", dins: Pride J.B. i Holmes J. (eds.) *Sociolinguistics. Selected Readings*. Harmondsworth: Penguin, p. 269-293.
- INSTITUT D'ESTUDIS CATALANS, *Diccionari de la llengua catalana* (2a edició), [Disponible a <http://dlc.iec.cat/> . Data de consulta: 20/02/2015.]
- INSTITUTO CERVANTES (2006), *Plan Curricular del Instituto Cervantes, Niveles de referencia para el español*, Madrid: Biblioteca Nueva.
- JAWORSKI, A., COUPLAND, N. (1998), *The Discourse reader*, London i New York: Routledge.
- JOHNSON, R.K. (1982), *Communicative Syllabus Design and Methodology*, Oxford: Pergamon.
- JOHNSTONE, B. (2000), *Qualitative methods in sociolinguistics*, New York: Oxford University Press.
- JOHNSTONE, B. *et alii*, (1994), "Repetition in Discourse: A dialogue", dins Johnstone, B. *Repetition in Discourse. Interdisciplinary Perspectives*, 1, Norwood, New Jersey: Ablex Publishing Corporation, pp. 1-20.
- JONES, K. (1982), "Simulations in Language Teaching", Cambridge: Cambridge University Press.
- JONES, K. (1995), "Masked negotiation in a Japanese work setting", dins A. Firth (ed.) *The discourse of negotiation. Studies of language in the work place*, Oxford: Pergamon, pp.141 – 157.
- JORDAN, R.R. (1997), *English for Academic Purposes. A guide and resource book for teachers*, Cambridge: Cambridge University Press.

JUCKER, A. (1994), «Irrelevant repetitions: A challenge to relevance theory», dins Fischer A., *Repetition*, Forma part de SPELL, Swiss Papers in English Language and Literature, 7. Gunter Narr Verlag Tübingen. pp. 47–60.

KARRASS, C. L. (1970), *The Negotiation Game*, Toronto : Thomas Y. Crowell.

KEMMNIS, S. i McHAGGART, R. (eds) (1988), *The Action Research Planner*. Geelong: Deakin University Press.

KENDON, A. (2000), “Language and Gesture. Unity or duality?”, dins Mc Neill (ed.), pp. 47-63.

KENDON, A. (2007), «Some topics in gesture studies”, dins Esposito A., Bratanic, M., Keller, E. Marinaro M. (eds.) *Fundamentals of Verbal and Nonverbal Communication and the Biometric issue*. Amsterdam: IOS press. pp. 3-19.

KEOUGH, C. (1992), “ Bargaining Arguments and Argumentative Bargainers”, dins Putnam, L. i Roloff, M. (eds.) *Communication and Negotiation*, 20, Sage Annual Reviews of Communication Research, pp. 209-127.

KERBRAT-ORECCHIONI, C. (2011), *Le discours en interaction*, Paris : Armand Colin.

KERBRAT-ORECCHIONI, C., (1990 - 1994), Les int eractions verbales, Vol. I, II, III. Paris : Armand Colin.

KERBRAT-ORECCHIONI, C., (1996), *La conversation*, Paris : Seuil.

KERBRAT-ORECCHIONI, C., (2001a), *Les actes de langage dans le discours*, Paris : Nathan.

KERBRAT-ORECCHIONI, C., (2001b), « Je voudrais un p’tit bifteck » , *Les Carnets du Cediscor* [on-line, URL : <http://cediscor.revues.org/307>, Consultat el 27/06/ 2012]

KERBRAT-ORECCHIONI, C., (2004a), « Analyse des n egotiations et n egotiations conversationnelles », dins Grosjean, M. i Mondada, L. (dir.) “La n egotiation au travail” , Lyon : Presses universitaires de Lyon, pp. 17-41.

KERBRAT-ORECCHIONI, C., (2004b), « N egotier dans les petits commerces » , *N egotiations*, 2, pp 7-22. [ Disponible on-line a : [www.cairn.info/revue-negotiations-2004-2-page-7.htm](http://www.cairn.info/revue-negotiations-2004-2-page-7.htm). Consultat el 8/08/2015]

KJ ERBECK, S. (1997), “The Organisation of Discourse Units in Mexican and Danish Business Negotiations”, *Journal of Pragmatics*, 30, pp. 347-362.

KNAPP, M. L. (1980), *La comunicaci on no verbal. El cuerpo y el entorno*. Barcelona: Paid os.

KRESS, G. (2010), *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*, London: Routledge.

KRESS, G. i VAN LEEUWEN, T. (2001), *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*, London: Arnold.

- KRÜGER, F. (1960), *El argentinismo ¡Es de lindo...!*, Madrid: CSIC.
- LABOV, W. (1984), "Intensity", dins D. Schiffrin (ed.): *Meaning, form and use in context: Linguistic applications*, Washington: Georgetown University Press, pp. 43-70.
- LACKSTROM, L. , SELINKER, L, i TRIMBLE, L. (1973), "Technical Rhetorical Principles and Grammatical Choice", Dins TESOL Quarterly 7, 2.
- LAMÍQUIZ, V. (1991), *La cuantificación lingüística y los cuantificadores*, Madrid: UNED.
- LAMPI, M. (1986), *Linguistic Components of Strategy in Business negotiation*, Helsinki: Helsinki School of Economics.
- LATOUR, B. (1974), *Elative und affirmative modälwörter*, Hamburg: Bu
- LAZARATON, A. (1995), "Qualitative research in Applied linguistics : A Progress Report". TESOL quarterly, 29. 3. pp. 689-699.
- LAZARATON, A. (2002), "Quantitative and Qualitative Approaches to Discourse Analysis". *Annual Review of Applied Linguistics*, 22, Cambridge University Press. pp. 32-51.
- LÁZARO CARRETER, F. (1977), *Diccionario de términos filológicos*, Madrid: Gredos.
- LECOMPTE, M, I GOERTZ, J. (1982), "Problems of reliability and validity in ethnographic research », *Review of Educational Research*, 52,1.
- LEECH, G. N. (1983), *Principles of Pragmatics*, London: Longman.
- LEVINSON, S. C. (1979), "Activity types and language", *Linguistics*, 17, pp. 365-399.
- LEVINSON, S. C. (1983), *Pragmatics*, Cambridge Textbooks in Linguistics. Cambridge: Cambridge University Press.
- LEVINSON, STEPHEN C. (1983/1989), *Pragmática*, Barcelona: Teide.
- LEWICKI, R.J., SAUNDERS, D. M., LITTERER, J.A. (1999), *Negotiation*. Homewood, IL: Richard D. Irwin.
- LINELL, P., FREDIN, E. (1995), "Negotiating terms in social welfare office talk" dins Firth A. (ed.) *The discourse of negotiation. Studies of language in the work place*, Oxford: Pergamon, pp. 299 – 317.
- LITTLEWOOD, W. (1981), *La enseñanza comunicativa de idiomas. Introducción al enfoque comunicativo*, Madrid: Cambridge University Press.
- LLAMAZARES, O. (2003), *Cómo negociar con éxito en 50 países*, Madrid: GMS.
- LLOBERA, M. (1995), "Una perspectiva sobre la competencia comunicativa y la didáctica de las lenguas extranjeras", dins Llobera, M. (coord.) *Competencia comunicativa. Documentos básicos en la enseñanza de lenguas extranjeras*, p. 5-26 Madrid: Edelsa.

- LLOBERA, M. (1996a), "Discourse and Foreign Language Methodology", dins Mc Laren, N. & Madrid, D. *A handbook for TEFL*. Alcoi: Marfil.
- LLOBERA, M. (1996b), "Discurso aplicado y generado en las clases de lengua extranjera", Siguán, M. (coord.) *Enfoques por tareas*. Barcelona: Horsori.
- LLOBERA, M. (2000), "Aspectos semióticos del discurso en la enseñanza de EpFE. Ideaciones y dimensión educativa", dins *Actas del I Congreso Internacional de Español para Fines Específicos*, Amsterdam 2000, Ministerio Cultura, Educación y Deporte, pp. 13-33.
- LLOBERA, M. (2003), Dossier de l'Assignatura "Anàlisi dels discursos dels professors i els aprenents de llengües", Programa de Doctorat DLL. Barcelona : Universitat de Barcelona.
- LONG, M. H. (1986), "Theory building in applied linguistics". Paper presented in the Applied Linguistics Association of Australia Annual Conference, Adelaide.
- LONG, M. H. (2005), *Second Language Needs Analysis*, Cambridge: Cambridge University Press.
- LORENZO-BASSON, M.C. (2004), "Les démarches de vente à domicile : évitement et ajustements des désaccords», dins *La négociation au travail*, Grosjean, M., Mondada. L. (eds.) Lyon: ARCI/Presses Universitaires de Lyon, pp. 327-344.
- LUPFER, M., JONES, M., SPAULDING, L. i ARCHER, R. (1971), "Risk-taking in cooperative and competitive dyads, *Journal of Conflict Resolution*, 15, p. 385-392.
- LYONS, J. (1977), *Semántica*, Barcelona: Teide.
- MAINGUENEAU, D. (1994), *L'énonciation en linguistique française*, Paris : Hachette.
- MALINOVSKI, B. (1936), "Native Education and Cultural Contact", dins *International Review of Missions*. 25.
- MALINOWSKI, B. (1923), "The problem of meaning in primitive languages", dins Ogden C.K. & Richards I.A., *The Meaning of Meaning. Influence of Language Upon Thought and of the Science of Symbolism*, New York: Harcourt, Brace and World. pp. 296-336.
- MANNINGS, P. K. (1979), "Metaphors of the field; Varieties of organizational discourse", *Administrative Science Quarterly*, 24, pp. 660-671.
- MARRIOTT, H. E. (1995), "Deviations" in an intercultural business negotiation", dins Firth A. (ed.) *The discourse of negotiation. Studies of language in the work place*, Oxford: Pergamon, pp. 247 –267.
- MARTÍN GARCÍA, J. (1998), "Los prefijos intensivos del español: caracterización morfo-semántica", *Estudios de Lingüística de la Universidad de Alicante* 12, pp.103-116.
- MARTÍN PERIS, E. (dir. et alii) (2008), *Diccionario de términos clave de ELE*, Madrid: SGEL i Instituto Cervantes.

MARTÍN PERIS, E., SABATER, M. LL. GACÍA SANTACECILIA, A. ( 2011 ), *Diseño curricular de Español para los negocios*. Instituto Cervantes.

MARTÍN PERIS, E., & SABATER, M. LI., GARCÍA-SANTACECILIA, A. (2012), *Guía para la elaboración de currículos especializados*. Madrid, Instituto Cervantes.

MARTÍN ZORRAQUINO, M.A. (2001), "Marcadores del discurso y estrategias de cortesía verbal en español", dins Montoya Ramírez, M. I. (ed.): *La lengua española y su enseñanza*, Universidad de Granada, pp. 55-74.

MARTÍN ZORRAQUINO, M.A., PORTOLÉS, J. (1999), "Los marcadores del discurso", dins Bosque I., Demonte, V., *Gramática descriptiva de la lengua española*, vol. II, Madrid: Espasa Calpe, pp. 4051-4213.

MASLOW, A. H. (1954), *Motivation and Personality*, New York Harper and Row Publishers Inc.

MAYNARD, D. W. (1984), *Inside plea Bargaining: The language of negotiation*", Nova York: Plenum.

MAZELAND, H., HUISMAN, M., SCHASFOORT, M. (1995), "Negotiating categories in travel agency calls", dins Firth A. (ed.) *The discourse of negotiation, Studies of language in the work place*, Oxford: Pergamon, pp. 273 - 297.

Mc GRATH, J. E., JULIAN, J. W. (1963), "Interaction process and task outcome in experimentally created negotiation process and task outcome in experimentally created negotiation groups", *Journal of Psychological Studies*, 14, pp. 117-138.

MC NEILL, D. (ed.) (2000), *Language and gesture*. Cambridge: Cambridge University Press.

MEY, J. (1993), *Pragmatics: an Introduction*, New York: Basil Blackwell.

MEY, J. L. (1985), *Whose language?*, Amsterdam: John Benjamins.

MEYER, H. (1988), "Atenuación e intensificación (análisis pragmático de sus formas y funciones en español hablado)", *Anuario de Estudios Filológicos*, 11, pp. 275-290.

MEYER, HERMANN, R. (1988), "Atenuación e intensificación (análisis pragmático de sus formas y funciones en español hablado)", *Anuario de Estudios Filológicos*, Universidad de Extremadura, 11, pp. 275-290.

MIRANDA, J. A. (1998), *Usos coloquiales del español*, Salamanca: Ediciones Colegio de España.

MOERMAN, M. (1996), « The field of analysing foreign language conversation », *Journal of Pragmatics* 26, pp. 147-158.

MOESCHLER, J., REBOUL, A. (1994), *Théorie pragmatique et pragmatique conversationnelle*, Paris : Ed. du Seuil.



MONDADA, L. (2002), « Analyse conversationnelle et « grammaire-pour-l'interaction », dins Berthoud, A.-C. Mondada, L. (eds.) *Modèles du discours en confrontation*. Berne: Peter Lang, pp. 23-42.

MONDADA, L. (2004), « L'interaction comme négociation: questionner la pertinence de la catégorisation des pratiques interactionnelles en termes de « négociation », dins Grosjean, M., Mondada, L. (eds.) *La négociation au travail*, Lyon : ARCI/Presses universitaires de Lyon, pp. 97-120.

MORRIS, Ch. W. (1938), *Foundations of the theory of signs*. Chicago: Chicago University Press.

MULHOLLAND, J. (1991), *The language of negotiation*, London and New York: Routledge.

MUNBY, J. (1978), *Communicative Syllabus Design*, Cambridge : Cambridge University Press

NADAL, R. M. (1977), "Superlativos propios y excéntricos", *Yelmo*, Madrid: Prensa Española, pp. 36-37.

NÁÑEZ, E. (1982), "La lengua del coloquio. Procedimientos expresivos" in A. Zamora, Mesa, *sobremesa*, Madrid: Coloquio.

NARBONA, A. (1989), "Sintaxis española: nuevos y viejos enfoques", Barcelona: Ariel.

NARBONA, A. (1997), "Sintaxis del español coloquial: algunas cuestiones previas", dins Briz, A., Gómez Molina, J. R., Martínez Alcalde, M. J. i Grupo Val.Es.Co. (eds.) pp. 157-175.

NEU, J., (1988), "Conversational structure: An explanation of bargaining behaviours in negotiations", *Management Communication Quarterly*, 2. pp. 23-45.

NEUMANN, I. (1995), "Realisation of requests in intercultural negotiations. On pragmatic method", *Hermes, Journal of Linguistics*, 15, pp. 31- 52.

NIERENBERG, G. (1981), *The Art of negotiating*, New York: Simon & Schuster.

NORRIK, N.R. (1987), «Functions of repetition in conversation», *An Interdisciplinary Journal For the Study of Discourse, Text*, 7, Amsterdam: Mouton de Gruyter, pp. 245–264

NUNAN, D. (1988), *The Learner-Centred Curriculum*, Cambridge: Cambridge University Press.

NUNAN, D. (1989), "Second language teacher education: Present trends and future prospects", dins Candlin, C. I Macnamara, T. (eds.), *Learning and Community*, Sidney: National Centre for English Language Teaching and Research.

NUNAN, D. (1992), *Research Methods in Language Teaching*. Cambridge: Cambridge University Press.

NUSSBAUM, L., TUSÓN, A. (1996), "El aula como espacio cultural y discursivo", dins SIGNOS: Teoría y práctica de la educación, 17, pp.14-21.

NUSSBAUM, L., TUSÓN, A. (1996), "El aula como espacio educativo", *SIGNOS : Teoría y práctica de la educación*, 17, pp.14-21.

NUTALL, C. (1982), *Teaching Reading Skills in a Foreign Language*, Heinemann.

O'DONNELL, K. (1990), "Difference and Dominance: How labor and management talk conflict", Grimshaw, Ad. D. (ed.) Cambridge: Cambridge University Press, pp. 210-240.

ÖBER, B. (1995), "Incipient miscommunication as resource in international negotiations", *Hermes, Journal of Linguistics*, 15, pp. 81- 110.

OTAOLA, C., (1988), "La modalidad (con especial referencia a la lengua española)", *Revista de Filología Española* 1-2, pp. 97-117.

OXFORD, R., CROOKALL, D. (1990), "Learning strategies. Making language learning more effective through simulation gaming", dins Crookall, D, and Oxford, R. L. (eds.) *Simulation, Gaming and language learnin*., New York: Newbury House. Ch. 8, pp. 109 – 117.

PADILLA, X. (1997), "Orden de palabras en español coloquial: problemas previos a su estudio", dins Briz, A., Gómez Molina, J. R., Martínez Alcalde, J. M. y Grupo Val.Es. Co., pp. 343-349.

PALISSE, S. (2004), "Je ne suis que la secrétaire". Rôles et pouvoirs de la secrétaire (PME) dans la négociation avec le client », dins *La négociation au travail*, Grosjean, M., Mondada. L. (eds.) Lyon: ARCI/Presses Universitaires de Lyon, pp. 289-305.

PARODI, G. (ed.) (2008), *Géneros académicos y géneros profesionales: accesos discursivos para saber y hacer*, Valparaíso: Ediciones Universitarias de Valparaíso.

PAYRATÓ, LI. (1990), *Català col.loquial. Aspectes de l'ús corrent de la llengua catalana*, València: Universitat de València.

PAYRATÓ, LI. (2002), "L'enunciació i la modalitat oracional", dins Solà, J. *et alii*, *Gramàtica del català contemporani*, vol. 2, Barcelona: Empúries.

PAYRATÓ, LI. (2003), "L'entorn pragmàtic: de corrents i perspectives", *Noves SL. Revista de sociolingüística*. [Disponible a <http://www.gen.cat./llengua/noves>. Consulta: 13/03/2015]

PAYRATÓ, LI. (2003), *Pragmàtica, discurs i llengua oral. Introducció a l'anàlisi funcional de textos*, Barcelona: Uoc.

PAYRATÓ, LI. (2004), "Lingüística i comunicació no verbal: breus apunts introductoris". Payrató, LI., Alturo, N., Payà, M. (eds.) *Les Fronteres del llenguatge : lingüística i comunicació no verbal*. Actes del Novè col.loqui lingüístic de la UAB (Club 9). pp. 13-38. Col.lecció Lingüística Catalana,7. Barcelona: Promociones y Publicaciones Universitarias,

PAYRATÓ, LL. (2004), "Lingüística i comunicació no verbal: breus apunts introductoris", dins Payrató, LI., Alturo, N., Payà, M. (eds.) *Les Fronteres del llenguatge : lingüística i comunicació no verbal*. Actes del Novè col.loqui lingüístic de la UAB (Club 9), pp. 13-38. Col.lecció Lingüística Catalana,7.Barcelona: Promociones y Publicaciones Universitarias, S.A.

PENAS, M. A. (1993/94), "Los intensivos léxicos y morfológicos", *Cuadernos de Investigación Filológica* XIX y XX, Universidad de La Rioja, Logroño, pp. 129-150.

PLANELLA, J., PAGÈS, A. (coord.) (2007), *Poéticas de la humanización: miradas de la antropología pedagógica*, Barcelona: Editorial UOC.

PONS, S. (2005), *La enseñanza de la pragmática en la clase de ELE*, Madrid: Arco Libros S.L.

PORTERO, C. (1997), *Intensificación: estudio de un clasema*, Tesis Doctoral, Universidad de Córdoba.

PORTOLÉS, J. (2003), "Pragmática y sintaxis", dins *Cuadernos de Lingüística Aplicada a la Comunicación (clac)*, Universidad Complutense de Madrid, 16, pp. 42-54.

POYATOS, F. (1983), *New perspectives in Nonverbal Communication: Studies in Cultural Anthropology, Social Psychology, Linguistics, Literatures and Semiotics*. Oxford/New York: Pergamon Press.

POYATOS, F. (1994), *La comunicación no verbal, I. Cultura, lenguaje y conversación*. Madrid: Istmo.

POYATOS, F. (2004), "Nuevas perspectivas lingüísticas en comunicación no verbal", dins Payrató, Ll., Alturo, N., Payà, M. (eds.) *Les Fronteres del llenguatge : lingüística i comunicació no verbal*. Actes del Novè col.loqui lingüístic de la UAB (Club 9), Col.leció Lingüística Catalana,7.Barcelona: Promociones y Publicaciones Universitarias, S.A., pp.57-91.

POYATOS, F. (2006), "La enseñanza del español a extranjeros a través de los estudios de comunicación no verbal", dins Cestero, A. M., *Lingüística aplicada, a la enseñanza de español como lengua extranjera: desarrollos recientes*. Alcalá de Henares: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Alcalá, pp. 27-46

PRUITT, D. G. (1981), *Negotiation Behaviour*, New York: Academic Press.

PUEYO, M. (2004), "Sociolingüística I comunicació no verbal", dins Payrató, Ll., Alturo, N., Payà, M. (eds.) *Les Fronteres del llenguatge : lingüística i comunicació no verbal*, Actes del Novè col.loqui lingüístic de la UAB (Club 9), Col.leció Lingüística Catalana,7. Barcelona: Promociones y Publicaciones Universitarias, S.A. pp. 39-46.

PUTNAM, L. (2003), "Book review of *Organizational Culture: Mapping the Terrain*", *Administrative Science Quarterly*, 48, 131-133.

PUTNAM, L. (2004), "Dialectical Tensions and Rhetorical Tropes in Negotiations", *Organization Studies*, 25, 1, pp. 35-53.

PUTNAM, L., ROLOFF, M. (1992), "Communication Perspectives on Negotiation", dins Putnam, L. i Roloff, M. (eds.) *Communication and Negotiation*, Sage Annual Reviews of Communication Research. Vol. 20. Pp. 1- 17.

PUTNAM, L., VAN HOEVEN, S., BULLIS, C. (1991), "The role of rituals and fantasy themes in teachers' bargaining". *Western Journal of Speech Communication*, 55, pp. 85-103.

PUTNAM, L.. JONES, T.S. (1992), "The role of communication in bargaining", dins *Human Communication Research*, 8, 3, pp. 262-280.

RAIFFA, H. (1982), *The Art and Science of Negotiation*, Harvard: Harvard University Press.

RAMIRO, M. (1995), *El énfasis en la prosa de Cela: la repetición como procedimiento connotativo*, Universidad de Valladolid.

RAMOS, M. M. (1993), "La intensificación del adjetivo y del adverbio en el discurso (sintaxis oral)", in C. Fuentes Rodríguez (ed.): *Sociolingüística andaluza* 8, Universidad de Sevilla, pp. 183-213.

REAL ACADEMIA DE LA LENGUA ESPAÑOLA (2012), *Diccionario de la lengua española*, [Disponible a <http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae> Data de consulta: 20/02/2015]

REICHARDT, C. i COOK, T. (1979), "Beyond qualitative versus quantitative methods », dins Cook T. i Reichardt C. (eds.) *Qualitative and Quantitative Methods in Evaluation Research*, Beverly Hills, California: Sage Publications.

REYES, G. (1990), *La pragmática lingüística. El estudio del uso del lenguaje*. Barcelona: Montesinos.

REYES, G. (1995), *El abecé de la pragmática*, Madrid: Arco Libros.

RICHARDS, J.C. i RODGERS, T.S. (eds.) (1986), *Enfoques y métodos en la enseñanza de idiomas*, Madrid: Cambridge University Press.

RIST, R. (1977), "On the relations among educational research paradigmas: from disdain to détente", *Anthropology and Education Quarterly*, 8, 42, pp. 42-49.

RIST, R. (1980), "Blitzkrieg ethnography: On the transformation of a method into a movement", *Educational Researcher*, 9 (2), pp. 8-10.

RODGERS, C. (1969), *Freedom to Learn*, Columbus, Ohio : C.E. Merrill Pub. Co.

RUBIN, J. Z., BROWN, B. R. (1975), *The Social Psychology of Bargaining and Negotiation*. New York: Harper and Row.

RUESCH, J. I W. KEES (1956), *Non-Verbal Communication: Notes in the Visual Perception of Human Relations*, Berkeley: University of California Press.

SABATER, M. LI. (2009), "Nuevas líneas de investigación para la elaboración de diseños curriculares y materiales didácticos de español para los negocios", dins *Actas del XX Congreso Internacional de la ASELE. El español en contextos específicos: enseñanza e investigación*, Comillas, pp. 147-158.

- SABATER, M. LI. (2011), "La simulación de casos, una actividad útil y eficaz en las clases de Español para Uso Profesional", dins *Actas IV Congreso Internacional de Español para Fines Específicos*, Amsterdam, novembre de 2011, pp. 132-149.
- SACKS, H. (1972), "On the analyzability of stories by children", dins Gumperz, J. J. And Hymes, D. (eds.) *Directions in sociolinguistics*, New York: Holt, Rinhart and Winston, pp. 329-345.
- SACKS, H., SCHEGLOFF, E. A., I JEFFERSON, G. (1974), "A simplest systematics for the organisation of turn-taking in conversation", *Language*, 50. pp. 696-735.
- SAPIR, E. (1933), "Language", dins *Culture, Language and Personality*, Berkeley: University of California Press, pp. 7-32.
- SAVILLE TROIKE, M. (1982), *The ethnography of communication: an introduction*, University Park. Baltimore.
- SBISÁ, M. (2001), "Illocutionary force and degrees of strength in language use", *Journal of Pragmatics* 33, pp. 1791-1814.
- SCHEGLOFF, E. (1968), "Sequencing in Conversational Openings", *American Anthropologist*, 70, pp. 1075-1095.
- SCHELLING, T. (1960), *The strategy of conflict*, Cambridge, Massachussets: Harvard University Press.
- SCHIFFRIN, D. (1997), "Why analyze discourse markers", *Discourse Markers*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 49-72.
- SCHIFFRIN, D. et al. (2001), *The handbook of Discourse Analysis*, Shiffrin, D., Tannen, D., Hamilton, H. (eds.) Blackwell Publishing Ltd.
- SCHNEIDER, S.C., BARSOUX J.L. (1997), *Managing across cultures*, London: Sage.
- SCOLLON, R. Y SCOLLON, S. W. (1995), *Intercultural Communication : A Discourse Approach*, Oxford, Basil Blackwell.
- SEARLE, J. (1969/1980), *Actos de habla. Ensayo de filosofía del lenguaje*, Madrid: Cátedra.
- SECO, M. (1970), *Arniches y el habla de Madrid*, Madrid: Alfaguara.
- SELINKER, L. (1972), «Interlanguage», dins *IRAL*, 5, 2, pp. 209-231.
- SELINKER, L (1979), "On the use of informants in discourse analysis and language for specialised purposes", *IRAL*, 17 , 3.
- SELINKER, L. i TRIMBLE, I. (1976), « Scientific and Technical Writing; the Choice of Tense", dins *English Teaching Forum*, 14, 4.
- SETO, K. (1998), "On non-echoic irony", dins Carston R., Uchida, S., *Relevance Theory*, Amsterdam: John Benjamins, pp. 239-255.

SHATZMAN, L. i STRAUSS, A. (1973), *Field research strategies for a natural sociology*. Prentice-Hall.

SINCLAIR, J., COULTHARD, M. (1975), *Towards an analysis of Discourse*, Oxford: Oxford University Press.

SLAGTER, PETER JAN (1979), «Un nivel umbral», Estrasburg: Consejo de Europa.

SOULÉ-SUSBIELLES, N. (1994), « La recherche en DLE. La classe de langue étrangère (CLE), centre de recherche », dins Lebel, E. (ed.) *La classe de FLE, lieu de recherche : observation de classe et analyse des discours*, Sevilla : LUOD, Universidad de Sevilla, pp. 11-28.

SPERBER, D. , WILSON, D. (1986), *Relevance*. New York: Basil Blackwell.

SPERBER, D., WILSON, D. (1981), "Irony and the use – Mention Distinction", dins Cole, P., *Radical Pragmatics*, New York: Academic Press, pp. 295-318.

STEEL, B. (1976), *A Manual of Colloquial Spanish*, Madrid: SGEL.

STENHOUSE, L. (1975/1987), *La investigación como base de la enseñanza*, Madrid: Morata.

STEVENS, Florence. (1985), "Simulations as research instruments", *System*, 13, 3, pp. 207-210.

STREVENS, P. (1977), *New Orientations in the teaching of English*, Oxford: Oxford University Press.

SUÑER, A., ROCA, F. (1997-98), "Reduplicación y tipos de cuantificación en español", *Estudi General 7*, Universitat de Girona, pp. 37-66.

SWALES, J. M. (1971), *Writing Scientific English*, London: Thomas Nelson.

SWALES, J. M. (1990), *Genre analysis: English in Academic and Research Settings*, Cambridge, Cambridge University Press.

SWALES, J. M. (ed.) (1988), *Episodes in ESP*. Hemel Hemsted, Prentice Hall International.

TANNEN, D. (1984), *Conversational style: Analysing talk among friends*, Norwood, N. J.: Ablex.

TANNEN, D. (1987), «Repetition in conversation as spontaneous formulaicity», *Text 7*, 3, *An Interdisciplinary Journal For the Study of Discourse*, Amsterdam: Mouton de Gruyter, pp.215-243.

TANNEN, D. (1989), *Talking Voices. Repetition, Dialogue and Imagery in Conversational Discourse*, Cambridge: Cambridge University Press.

TEN HAVE, P. (1995), "Disposal negotiations in general practice consultations", dins Firth A. (ed.) *The discourse of negotiation. Studies of language in the work place*, Oxford: Pergamon, pp. 320 – 343.

THEYE, I. D., SEILER, W. J. (1979), "Interaction analysis in collective bargaining: An alternative approach to the prediction of negotiated outcomes", dins Nimmo, D. (ed.), *Communication yearbook*, 3, New Brunswick, N. J.: Transaction-International Communication Association, pp. 375-392.

THOMAS, J. (1993), *Doing Critical Ethnography*, Sage Research Methods, Oakland, California: Sage.

TORODE, B. (1995), "Negotiating "advice" in a call to a consumer hepline", Firth A. (ed.) *The discourse of negotiation. Studies of language in the work place*, Oxford: Pergamon, pp. 346 – 371.

TRAVERSO, V. (1999), *L'analyse des conversations*, Paris: Nathan.

TRAVERSO, V. (2000), « La politesse et les usages dans les interactions : quelques aspects interculturels » . A : *Les langues modernes*,1, pp. 8-20.

TRAVERSO, V. (2010), « Quelques aspects de la négociation dans une boutique damascène », *Les Carnets du Cediscor* [on-line, URL : <http://cediscor.revues.org/867>. Consultat el 14/07/2013]

TROMPENAARS, F., HAMPDEN-TURNER, C. (1997), *Riding the waves of culture*, London: Nicholas Brealey publishing.

TROSBORG, A. (1989), "Strategies in negotiation", *Hermes, Journal of Linguistics*, 3, pp.195-218.

TUDOR, I. (1996), *Learner-centredness as Language Education*, Cambridge: Cambridge University Press.

TUSÓN, A. (1995), "L'etnografia de la comunicació i la investigació educativa: l'aula com a microcosmos", dins *Temps d'educació, Revista de la Divisió de Ciències de l'Educació*. Barcelona: Universitat de Barcelona, 14, pp. 149-161.

TUSÓN, A. (2002), "El análisis de la conversación: entre la estructura y el sentido", *Estudios de Sociolingüística*, 3,1, pp. 133-153.

TUSÓN, A. (2003), *Análisis de la conversación*, Barcelona, Ariel Practicum.

TUSÓN, A. (2009), "El concepto de competencia comunicativa y la enseñanza de español como lengua extranjera", dins *Marcoele*, 9, pp. 223-235.

ULIJIN, J. M. (1995), " The Anglo-Germanic and Latin concepts of politeness and time in cross-atlantic business communication: from cultural misunderstanding to management success," *Hermes, Journal of Linguistics*. Vol. 15. Pp. 53- 80.

ULIJN, J. M., VERWEIJ, M. J., BERENSCHOT B.V. (2000), "Questioning behaviour in monocultural and intercultural technical business negotiations: the Dutch-Spanish connection", *Discourse Studies*, 2, 2, pp. 217-248.

ULJIN, J. M. (1995), "The Anglo-Germanic and Latin concepts of politeness and time in cross-atlantic business communication: from cultural misunderstanding to management success", *Hermes, Journal of Linguistics*, 15, pp. 53- 80.

VALDIVIESO, H. (1975), "Los cuantificadores relativos", *Revista de lingüística teórica y aplicada*, Chile, Universidad de Concepción, pp. 43-62.

VAN EK, J. TRIMM, J. (1991), *Threshold Level 1990*, Cambridge: Cambridge University Press.

VAN EK, J. A. (1975), *The Threshold Level in a European Unit/Credit System for Modern Language Learning by Adults*, Estrasburg: Publicacions del Consell d'Europa.

VAN EK, J. A. (1986), *Objectives for Foreign Language Learning*, 1, Estrasburg: Consell d'Europa.

VAN EK, J. A. (1976), *A Threshold Level*, Strasbourg: Council of Europe.

VAN HOOFT, A., KORZILIUS, H. (2001), *La negociación intercultural: Un punto de encuentro. La relación entre uso de la lengua y los valores culturales*. [URL: <http://www.ub.es/filhis/culturele/vanhooft.htm>. Consultat el 24/08/2015]

VAN LIER, L. (1988), *The classroom and the language learner*. London: Longman.

VAN LIER, L. (1990), « Ethnography : Bandid, Banwagon or Contraband ? » In Brumfit, Ch. i Mitchell, R. (eds.) *Research in the language classroom*, University of Southampton, Modern English Publications and the British Council. *ELT Documents*,133. pp.33-53.

VERSCHUEREN, J. (1999/2002), *Para entender la Pragmática*, Madrid: Gredos.

VERSCHUEREN, J. (1995), "The Pragmatic Perspective", dins Verschueren et al. *Handbook of Pragmatics, Manual*. Amsterdam (Filadelfia): John Benjaminns, pp. 1-19.

VIGARA TAUSTE, A. M. (1980), *Aspectos del español hablado*, Madrid: SGEL.

VIGARA, A. M. (1992), *Morfosintaxis del español coloquial. Esbozo estilístico*, Madrid: Gredos.

VIGOTSKY, L. S. (1934/1973), *Pensamiento y lenguaje*. Buenos Aires: La Pléyade.

VILÀ, M. (2002), "Estratègies comunicatives de la llengua oral", dins Vilà, M., Ballesteros, C., Castellà, J. M., Cros, A. i Palou, J., *Didàctica de la llengua oral formal*, Barcelona: Graó, pp. 31-60.

VILLEMOS, A. (1990), "Culturally determined strategy preferences in Danish and Spanish business negotiation". Ponència presentada a l'AILA, 9<sup>è</sup> Congrés de Lingüística Aplicada of Applied Linguistics. Tossalònica, 15-21 d'abril de 1990.



VILLEMOES, A. (2003), "How do southern Spaniards create the conditions necessary to initiate negotiations with strangers?", *Hermes, Journal of Linguistics*, 31, pp. 119- 134.

VILLEMOES, A. *et alii.* (2003), *Negociar a lo español*, Arhus: Systime.

VION, R. (1992), *La communication verbale. Analyse des interactions*, Paris : Hachette.

VYGOTSKY, L.S. (1978), *Mind in society. The development of higher psychological processes*. Cambridge (Mass.): Harvard University Press.

WAGNER, J. (1995), "Negotiation activity in technical problem solving", dins Firth A. (ed.) *The discourse of negotiation. Studies of language in the work place*, Oxford: Pergamon, pp. 224 – 245.

WALKER, E. (1995), "Making a bid for a change: formulations in union/management negotiations", dins Firth A. (ed.) *The discourse of negotiation. Studies of language in the work place*, Oxford: Pergamon, pp. 102 – 139.

WALLACE, M. J. (1998), *Action research for language teachers*. Cambridge University Press.

WALTON, R.E., MC KERSIE, R. B. (1965), *A behavioral theory of labor negotiations: An analysis of a social interaction system*, New York: Mc. Graw-Hill.

WATSON, T. J. (1995), "Rethoric, discourse and argument in organizational sense making: A reflexive tale", *Organizational Studies*, 16, 5, pp. 805-821.

WATSON-GECEO, K. i ULICHNY, P. (1988), "Ethnographic inquiry into second language acquisition and instruction", *University of Haway Working Papers, ESL*, 7, 2.

WATSON-GECEO, K.A., (1988), "Ethnography in ESL: "Definig the Essentials", *TESOL QUARTERLY*, 22, 4, pp. 575-592.

WHEATLEY, J. (1995), "Locating negotiation activity within document design presentations", dins Firth A. (ed.) *The discourse of negotiation. Studies of language in the work place*, Oxford: Pergamon, pp. 374 – 397.

WHITE, R. (1997), "Back channelling, repair, pausing and private speech", *Applied Linguistics*, 18, 3, Oxford: Oxford University Press, pp. 314 – 344.

WIDDOWSON, H.G. (1978), *Teaching Language as Communication*, Oxford: Oxford University Press.

WIERZBICKA, A. (1991), *Cross-Cultural Pragmatics. The Semantics of Human Interaction*, Berlín: Mouton de Gruyter.

WILKINS, R. (1972), *Notional Syllabuses*. Oxford, Oxford University Press.

WILLEMS, M. R., HAGOORT, P. (2007), "Neural evidence for the interplay between language, gesture and action: A review", *Brain and Language*, 101. pp. 278-289.

WILSON, S.(1992), "Face and Facework in Negociation", dins Putnam, L. & Roloff, M. (eds.) *Communication and Negotiation*, 20, Sage Annual Reviews of Communication Research. pp. 176-205.

WITTGENSTEIN (1953), *Investigaciones filosóficas*, Barcelona: Crítica.

WOLCOTT, H. (1987), "On Ethnographic Intent", dins Spindler, G & L. (Eds) *Interpretive Ethnography of Education: At Home and Abroad*, Hikkdale, NJ: Erlbaum, pp. 1-14.

YULE, G. (1996), *Pragmatics*, Oxford: Oxford University Press.

ZANÓN, J. (1992), *Mediación semiótica y resolución de tareas en el aula de lengua extranjera*, Tesis doctoral, Universitat de Barcelona.

ZARTMAN, I. (1975), "Negotiations: Theory and reality", *Journal of International Affairs*, 9, pp. 69-77.

**ANNEX I.**  
TRANSCRIPCIÓ I ANÀLISI INTERPRETATIVA DE  
LA NEGOCIACIÓ 1.



## ANNEX I

## TRANSCRIPCIÓ I ANÀLISI INTERPRETATIVA DE LA NEGOCIACIÓ 1

## FITXA DE GRAVACIÓ

- **TÍTOL** : “VENTAS DE NAVIDAD »
- **DATA** : 3/06/05
- **TÈCNICA** : Gravació audiovisual feta amb una càmera COMPACT VHS GR-AX 588 SECAM JVC 12 X
- **CODIFICACIÓ DE LA TRANSCRIPCIÓ**: SABATER- OBS- MLL- 2005- ELE- UNI – Ventas de Navidad
- **ORIGEN DEL DOCUMENT** (Àmbit social) : Ecole Supérieure du Commerce Extérieur.
- **LLOC** : París. La Défense
- **RECOLLECTOR** : Maria Lluïsa Sabater i Torres
- **GÈNERE** : Joc de rols: negociació.
- **DURADA**: 27 minuts
- **DESCRIPCIÓ DE LA SITUACIÓ** :
  - **Participants.**
    1. **Nombre**: 6
    2. **Identitat**
      - Equip del l'empresa SEDATEX: Thomas, Annaëlle, Gaëlle (T, A, G)
      - Equip del « Corte Británico » Florian, Meiga, Jessy (F, M, J)
    3. **Papers autoassignats**:
      - SEDATEX
        - T: Director de Finances
        - A: Directora de Producció
        - G: Directora de Vendes
      - CORTE BRITÁNICO
        - J: Cap de Compres
        - F: Director de Finances
        - M: Cap dels magatzems de Madrid
    4. **Característiques comunes** :
      - Estudiants del quart curs de l'ESCE
      - Tots tenen el francès com a llengua materna.
      - Una és bilingüe (mare colombiana)
    5. **Nivell de castellà** :
      - 3 de nivell B2 (J, A, G)
      - Un de nivell C1 (T)
      - 1 de nivell C2 (M)
    6. **Localització** : Pôle Universitaire Leonardo de Vinci, Aula 9G
    7. **Tema** : NEGOCIACIÓ COMERCIAL.
    8. **Finalitat**: Dos equips de negociació, un que representa al possible comprador d'una mercaderia i l'altre que representa el possible venedor, han d'arribar a un acord sobre quatre punts diferents però absolutament lligats els uns als altres :
      - la data de lliurament
      - el nombre d'estampats dels productes
      - les condicions de pagament
      - possible descompte

## CODI DE TRANSCRIPCIÓ VERBAL

Per a fer la transcripció de la llengua emprada pels participants, hem adoptat el codi de signes del Grup d'investigació del Departament de Didàctica de la Llengua y la Literatura de la U.B al qual he afegit quatre elements propis per realitzar la transcripció dels dos darrers elements de la llista per necessitats de la meva anàlisi.

Per altra banda he utilitzat colors per a indicar diversos fenòmens:

- El negre per a escriure l'anàlisi interpretativa i per separar les diferents parts de la negociació.
- El vermell per indicar quan parla un membre del grup CB.
- El blau per indicar quan parla un membre de l'equip Sedatex.

Els noms dels participants no són els reals. He mantingut la lletra inicial del nom de cadascún d'ells.

AA	diversos participants
<b>Ct</b>	veu provinent d'un aparell audio, vídeo o informàtic
<b>FIEL</b>	èmfasi
YO	augment del volum de l'enunciació
↓	volum més baix de tot el que segueix
	pausa curta
	pausa més llarga
	pausa molt llarga
/	entonació ascendent
\	entonació descendent
¿... ?	interrogació
[ ]	encavalcament
>	(començament/continuació del discurs després d'una breu interrupció)
¡ ... !	exclamació
...	entonació en suspens
<b>n : :o</b>	allargament del so
<b>no : :</b>	allargament del so
<b>no : : :</b>	allargament excepcional
<b>pe-</b>	interrupció, ruptura de paraula
<b>*e : :</b>	adaptador, per guanyar temps
<b>mhm :</b>	so d'assentiment o de funció fàtica
<b>mmm :</b>	so de dubte
xxx:	paraula, enunciat incompreensible
(XXX):	incompreensible (un fragment sencer)
<b>(trabajar) :</b>	ítem suposat
<i>itálica :</i>	argot, paraula col.loquial, paraula en anglès
<u>necesitaría :</u>	autoreparació feta lentament
<i>de-de-de</i>	repetició ràpida i amb lleugeríssimes pauses
[parlen a la vegada]	explicació de l'observador en situacions confuses
[en français] :	paraules en francès

**ANÀLISI INTERPRETATIVA O MICROANÀLISI ETNOGRÀFICA  
SABATER- OBS- MLL- 2005- ELE- UNI – Ventas de Navidad  
NEGOCIACIÓ 1**

NEGOCIACIÓ 1. Durada: 27 minuts Data: 3/06/2005			
Transcripció			Anàlisi interpretativa
<b>1. Agraïment per la vinguda i definició dels objectius de la reunió.</b>			
1.	M.	↓pues   buen- [buenas tardes]/	M inicia la reunió amb una benvinguda: Parla molt ràpidament i no es para per acceptar la resposta a la seva salutació.
2.	G	[buenas]	G es la única que respon al mateix temps. No pot acabar perquè M no espera la seva intervenció.
3.	M.	gracias por haber venido/   este :: como sabéis estamos aquí para :: a ver  INTENTAAR    ponemos de acuerdo sobre las fechas de entrega y condiciones de pago   de las ventas de navidad de sus productos /    y bueno pues   para empezar quisiéramos saber un poco lo que :: lo que ustedes tienen para proponernos \	M no fa una presentació dels membres de l'equip. Es pot pensar que se sent en situació de prepotència pel fet de ser representants del CORTE BRITÁNICO. Només els agraeix d'haver-se desplaçat. Entra directament a resumir els objectius que discutiran en la reunió: dates de lliurament, condicions de pagament dels productes de SEDATEX i tot seguit vol saber quines són les propostes del possible client.
<b>2. Presentació dels membres de SEDATEX, de l'empresa i dels productes</b>			
4.	G.	*e: : pues que antes de todo les presentamos nuestros productos /    bueno   voy a presentar :: mis colegas / que son bueno   toma peti que es el director de : finanzas /    anael ribero que es : pues la : la directora de :: de la produccion /    y yo mismo gael : floclé / que : soy la :: la directora de :: de ventas \    y : *e :: bueno para :: *e :: bueno   sí somos una :: una- empresa de :: una- bueno- somos jov- somos jóvenes y hemos creado la empresa desde- bueno :  hace un poco de tiempo  pero tenEmos   bueno   productos bastante : sofisti- sofisti- <u>sofisti-CADOS</u> / y muy :: actuales pues   proponemos po : :r las navidades /  pañuelos y : : chales de seda \    bueno que : : sí- tienen un diseño muy actual / y : tambien muy sofistado- muy <u>sofisti-CADO</u> /   con : : bueno- \ y : : casual que tenemos buenos precios para- para poder : : venderlos	G pren la iniciativa de presentar els seus companys amb el nom i el càrrec que ocupen a l'empresa i ella es deixa pel final. Passa deprés a presentar l'empresa, insistint en el fet de que és molt jove i ells també, però que té productes sofisticats, de disseny i amb bons preus.

5.	M.	mhm	M intervé amb un signe fàtic després d'haver deixat parlar llargament G quan ha fet una pausa.
<b>3. Es posen d'acord sobre el preu ja estipulat</b>			
6.	G.	*e :: y yo creo que por teléfono ya habíamos :: un poco hablado de :: del precio justamente /	G al·ludeix al fet que prèviament ja han tingut un contacte telefònic i han parlat del preu.
7.	M.	Sí	M mostra el seu acord.
8.	G.	y :: nos había dicho que *e :: os interesaba :: cincuenta miles   bueno-unidades de ::   de :: un producto que :: proponemos /	G recorda que es van posar d'acord sobre la quantitat de cinquanta mil unitats del producte que volia CB
9.	M.	mhm	M intervé amb un signe fàtic d'assentiment.
10.	G.	*e :: y con un : precio de cincuenta euros \   era eso por teléfono \	G continua recordant els acords presos per telèfon sobre un preu de cinquanta euros.
11.	M.	el : precio de VENTa cincuenta euros \   o sea que nosotros su precio de venta era treinta ¿no?	M puntualitza que els cinquanta euros seran el preu de venda al públic, però que SEDATEX els els vendrà a trenta euros.
12.	F.	son [cincuent-]	F intervé mirant el paper i volent puntualitzar el que té per escrit.
13.	M.	[si no me equivoco \ ]	M confirma el que ha dit abans amb una actitud de seguretat sabent que no s'equivoca.
<b>4. Es produeix una situació de parèntesi i de confusió perquè se'ls havien donat fitxes de treball errònies a un grup: era una versió antiga en la qual els preus eren en pessetes mentre que l'altre equip ja els tenia en euros. S'ha de desfer el malentès amb la intervenció discreta de la professora.</b>			
14.	F.	son cinco mil pesetas \   o sea- o sea- hace treinta euros \   de compra \   el precio de compra \   incluido tambien el transporte y :: el aseguro \	F continua volent deixar clar quin és el preu, segons les instruccions que se li han donat, sense saber que hi ha un error.
15.	T.	(XXX parla a F en francès)	T baixet en francès a F per dir-li que hi ha un error a la fitxa, com acaba d'indicar la professora.
16.	F.	¿oqué?   son treinta euros que no :: que : bueno   el producto no :: no : los vende a \...	F no ha comprès l'error malgrat l'advertència de T, i continua volent fixar el preu.
17.	G.	no no /   eran cincuenta /	G no ha entès que hi ha un error a la fitxa d'instruccions.
18.	F.	son cinco [mil pesetas \ ]	F torna a insistir en el preu en pessetes.



19.	J.	[ CINCUENTA] es el precio : : que vamos a vender pues-	J vol puntualitzar que el preu de venda de la mercaderia ser� de cinquanta euros.
20.	T.	tienen cinco mil pesetas    tenemos cincuenta euros \    así que no tenemos el mismo precio de venta \    [para empezar \ ]	T explica el problema a la professora per aclarir la situació i no continuar amb instruccions diferents.
21.	G.	[no   eran] cincuenta euros/   que el [ precio nosotros]	G creu que l'altre equip és el que s'ha equivocat.
22.	T.	[nosotros] tenemos cincuenta   y ellos lo han transmitido a treinta \   asi que...	T continua veient on és el problema i ho explica de nou a la professora.
23.	G.	podemos venderlo a cincuenta euros /	G ho ha entès i fa una proposta de preu de venda final del CB al client.
25.	M.	>vale   nosotros a setenta y cinco \	M proposa el preu de venda final del CORTE BRITÁNICO al client, apujant-lo de vint-i-cinc euros.
26.	G.	ESO   era [eso]	G, que es� una mica perduda, sembla estar-hi totalment d'acord, quan no és cert, segons les instruccions.
27.	M.	[vale]	M ratifica l'acord.
28.	G.	nuestro precio de- de venta    *e : : es : cincuenta euros \	G fixa el preu de venda de SEDATEX a cinquanta euros.
29.	M.	vale   muy bien \	M demostra el seu acord.
30.	T.	TOMAMOS   TOMAMOS UNA BASE DE [CINCUENTA EUROS <i>si-si-si</i> ]	T comença a prendre la iniciativa i decideix per tots que el preu de venda al CORTE BRITÁNICO �s de cinquanta euros, però deixa entendre que �s una base de treball.
<b>5. S'acaba el malentès perquè s'han posat d'acord amb el preu de venda de SEDATEX i el preu de venda del CB. Comença la negociació.</b>			
31.	M.	[fue un error pero no   pero no ...]	M treu importància a l'assumpte dient que ha estat una equivocació.
32.	T.	tomamos una base de cincuenta euros /   y a partir de ahí   pues dependiendo en : en el tipo de contrato que hacemos   y : en la : : y en la duración y en la evolucion de las cosas   veremos la evolucion   pero sí que por telefono el precio   por el cual [habiamos : : e : :]	T puntualitza que per telèfon van prendre una base de preu de cinquanta euros, però deixa entendre que pot canviar segons el resultat de la negociació pel que fa a la quantitat de la comanda i també segons el futur de les seves relacions comercials.
33.	M.	[sí   s� que] estamos de acuerdo que eso incluye el transPORte / y todo �no?	M es vol assegurar que coses que ja estaven pactades no han canviat i deixa clar que el preu comprèn el transport de la mercaderia per part de SEDATEX.

34.	G.	si si   eso es   el seguro / y el transporte \]	G confirma que el preu cobreix el transport i l'assegurança.
35.	F.	en cada : : en cada : : tienda \   o sea si queremos bueno-	F, d'una manera poc clara, intenta dir que SEDATEX lliurarà la mercaderia a cadascun dels punts de venda del CORTE BRITÁNICO .
36.	M.	NO NO  eso es para [nosotros]	M veu que és una demanda desproporcionada i sense desautoritzar explícitament a F, del seu grup, deixa clar que el transport als punts de venda és cosa pròpia del CORTE BRITÁNICO.
37.	T.	[eso :] depende : : ya de vosotros...	T ratifica el que ha dit M.
38.	G.	y después son ustedes que va a- xxx [ soroll d'un objecte que cau que provoca rialles]     las mercancías /	G vol confirmar el mateix que T però la seva intervenció perd força a causa d'un soroll extern que fa riure el grup.
<b>6. ESTAMPATS: Comença la negociació. CB vol saber quants estampats els poden fer</b>			
39.	M.	pues a ver para empezar    quisieramos primero ver   CUANTOS estampados distintos nos pueden proponer /  ↓porque esta bien lo de cincuenta mil unidades pero : :/	M, vol que es puntualitzi el nombre d'estampats que SEDATEX els podrà fabricar.
40.	A.	esto va ya a depender   porque soy el director de la produccion /   y esto va ya a depender de la fecha de entrega \    porque para nosotros es posible hacer hasta veinte /   pero tenemos que tener tiempo para hacerlos \   claro    y : : esto : : dependra \    para nosotros lo mejor era tener una fecha de entrega del siete de diciembre \    y [esto : : /]	A, com a directora de producció, condiona el nombre d'estampats a la data de lliurament. La millor data és el set de desembre, però no diu la quantitat d'estampats que podrien fabricar.
41.	M.	[para veinte] estampados   por supuesto \	M s'assegura que seran vint estampats si és el set de desembre.
42.	A.	para veinte estampados \ claro \	A confirma la reafirmació de M.
43.	T.	claro despues todo- todo depende de : de lo que tenemos en- en existencias /   *e : : podemos ver para vosotros lo que esta dispuesto mas-mas-mas pronto/  pero para tener sí   un maximo de estampados /   el :   el :  plazo de de entrega   va a ser   mas-mas   [largo >claro]	T, que troba que ho están posant molt fàcil al CORTE BRITÁNICO, no vol contradir directament a A del seu equip, però introdueix l'informació que tot depèn del que tinguin en existència. Si ténen força mercaderia feta, podran lliurar més aviat però remarca que si volen un màxim d'estampats la data de lliurament serà més llunyana.
44.	G.	(xxx)	G vol intervenir però ho fa al mateix que T i no s'entén.

45.	A.	tenemos mucho en existencias   tenemos mucho y podemos   provee : : proveerles ya   pero \...	A fa costat a T i com a cap de producció confirma que ténen moltes existències que els permeten fer un lliurament molt aviat però, deixa la frase en suspens per indicant que depen de les exigències del CORTE BRITÁNICO.
46.	T.	porque tenemos como: como diez productos *e : : ESTRELLAS /   que vendemos mas y que siempre tenemos en-en en existencias /    despues tenemos a di- diferentes prendas que habéis visto en nuestro catalogo   que tambien estan dispuestas claro   pero : que necesitan un : un plazo de produccion si   pues eso   un poco mas   un poco mas exten- extenso /   y : : que tambien va a depender de : : de cuantas unidades de cada : : de cada estampado \	T subratlla que ténen els deu productes més venuts en existència, i que dels altres productes del catàleg també el CORTE BRITÁNICO en pot disposar, però que el lliurament es farà més tard perquè cal produir-los. També cal tenir en compte el nombre d'unitats de cada model que el CORTE BRITÁNICO vulgui per tenir-lo més o menys ràpidament
47.	G.	sí claro   [sí]	G recolza el que T ha dit.
48.	M.	[sí]	M hi està d'acord, però vol donar la paraula a J del seu grup.
<b>7.Comencen a negociar LA DATA concreta de lliurament que va lligada amb el nombre d'estampats que vol CB.</b>			
49.	J.	pues a : nosotros claro que : : que nos interesaria tener un : una gama amplia /   porque tenemos tambien una clientela amplia que : : queria tener una gama variada para : : para poder elegir /    pero : : nuestro : : principal problema es : claro   has dicho   es la fecha de entrega \    porque : empezamos las ventas   seis meses antes de navidad /    y tambien tenemos una : : una politica de : de : merchandaising para : : poner de : : de relieve sus *e : : su : sus productos /    y eso : : eso necesita mucho tiempo    entonces *e : : para nosotros /   *e : : lo mejor   seria tener la : : la mitad de los productos   el quince de noviembre /    y : : otra parte el treinta de noviembre	A J li interessa tenir un bon nombre d'estampats i ho justifica dient que ténen molts client i que són d'un tipus que volen poder escollir. Entén que la data propera que el CORTE BRITÁNICO necessita per tenir els productes és un problema per SEDATEX però intenta convencer-los que hi guanyaran lliurant la mercaderia aviat perquè així podran entrar dins la política de comunicació del CORTE BRITÁNICO i tenir publicitat gratuïtament. Però per això els caldria tenir la meitat dels productes el quinze de novembre i la resta el trenta.
50.	G.	>bueno e : el quince de noviembre me parece un poco : corto para nosotros porque : : o sea- como lo sab- bueno   tenemos tambien   otro clientes o sa [que proveer...]	G respon que la data del quinze de novembre és massa propera per poder lliurar la mercaderia i fa valer l'argument que ténen d'altres clients i implica que s'hi han compromès i que no podran deixar tot per acontentar el CORTE BRITÁNICO
51.	M.	[pero es que]	M intenta començar un argument però T agafa el torn de paraula en l'encavalcament que es produeix.

52.	T.	[pero eso] eso que tambien depende :   parece un poco corto   pero depende de que tipo pedido vais a [hacer- /]	T no vol tancar-se les sortides i el que realment li interessa saber és quina comanda farà el CORTE BRITÁNICO : ho pregunta indirectament.
53.	M	[claro]	M demostra el seu acord amb T.
54.	J	[si   claro]	J també assenteix i es produeix un encavalcament de tres interlocutors.
55.	T.	si-si estamos como he dicho de acuerdos    y creo que el director de la produccion nos puede confirmar eso \   si nos ponemos de acuerdo   sobre un pedido : : de del tipo de prendas que tenemos en existencias / [pues eso]	T continua demostrant que la comanda del CORTE BRITÁNICO li interessa. Procura no passar per davant del director de producció, que intervé molt poc, i amb reserva de la seva confirmació procura arribar a un acord sobre el nombre de productes que SEDATEX té en existència.
56.	M.	[si claro si]	M li dóna la raó.
57.	T.	os lo podemos entregar /   aunque bueno no- no lo cojamos de otros clientes /   pero lo podemos entregar mas pronto que : : que [productos]	T reafirma que els poden lliurar més aviat molts dels productes que té en existència, sense deixar cap de les comandes que té en, però.
58.	G.	(xxx)	G vol intervenir però ho fa al mateix que T i no s'entén.
59.	T.	mas variados que tenemos que producir /   y despues /  *e : : podemos estimar el: : el tiempo   la duracion de : : de produccion /   que que vamos a tardar para otras prendas /   y hacer otros contra- e : : otros contratos /   asi en duracion *e : : con diferentes   con diferentes fechas /   y que asi ya : : \   a digamos a finales de : de diciembre   o para cuando : : para cuando : sea	T continua argumentant que els articles que hagin de produir trigaran més, però que es pot fer un càlcul del temps que trigaran i arribar a acords per fer lliuraments en dates diferents. Apunta la possibilitat de finals de desembre, però amb flexibilitat per negociar la data.
60.	M.	si   pero si es para navidad /...	A M li interessa tenir una comanda per Nadal, no a finals de desembre, per això ho puntualitza deixant la frase en suspens implicant que si no és per Nadal no els interessa.
61.	G.	si pero-	G està una mica desconcertada per la intervenció de T, que no s'esperava, i el consulta amb la mirada invitant-lo a continuar amb la seva lògica.
62.	T.	no   pero depende de que que productos   ¿no ? pero : : [pero : : ]	T es veu obligat a intervenir, però no ho fa d'una manera clara. Veu que ha se l'ha pres al peu de la lletra amb la proposta de lliurament a finals de desembre i ho vol rectificar.

63.	J.	[pero] entonces los productos que ya teneis en existencias podemos decir que: : *e : el quince de noviembre /   podeis entregarnos : estos / y : : la [otra parte xxx]	J aprofita la indecisió de l'equip contrari i proposa que el primer lliurament es faci el quinze de novembre amb els productes que ja ténen en existència. Per la resta ho deixa obert a la discussió.
<b>8. Comença la negociació del tipus de pagament</b>			
64.	T.	[pero] I pero los productos si : entregamos *e : : productos el quince de noviembre una cosa que : : que va a tener que hacerse    es *e : : pago a la entrega   iporque   porque es un periodo bastante : : bastante : de actividad bastante intensa /    y tenemos muchas   e : : muchas   ↓ muchos criterios que : : que que rellenar   y : : bueno esto seria una : una de las [condiciones]	T actua com a director financer i exigeix que si els lliuren una part de la comanda el quinze de novembre, el CORTE BRITÁNICO haurà de pagar al lliurament. Ho justifica d'una manera molt poc clara.
65.	G.	[claro]	G recolza T del seu equip.
66.	T.	para esto    despues podemos hablar de : : de posibles descuentos /   pero : pero : el pago a la a la entrega sera : sera : [ indispensable]	T concedeix que es poden negociar descomptes possibles, però que el primer pagament al lliurament de la comanda és una condició <i>sine qua non</i> .
67.	G.	[muy importante]	G recolza T del seu equip.
68.	T.	pa- para nosotros que somos una   pequeña empresa /   y creo que [es-]	T intenta començar a argumentar que són una empresa encara petita i es produeix un encavalcament amb F.
69.	F.	[bueno pero...]	F, com a director financer, no hi està d'acord.
<b>9. Deixen de negociar el pagament, de moment, per tornar al nombre d'unitats i d'estampats.</b>			
70.	M.	[cuantos- cuantas] unidades serian \	M, molt pragmàtica, no respon a la demanda de pagament al lliurament i torna al nombre d'unitats que els podrien lliurar el quinze de novembre.
71.	A.	*e : : bueno   tenemos ya ahora /	A, la cap de producció de SEDATEX, comença un enunciat i es veu que no està segura del que ha de dir.
72.	G.	¿veinte ?	G avança un nombre però en forma de pregunta a A, per no desautoritzar-la.
73.	A.	veinte mil en existencias	A està segura ara del que ha de dir, perquè li ha suggerit.
74.	M.	¿veinte mil unidades? [¿cuantos estampados?]	M ratifica la quantitat amb una pregunta i fa, a més, la pregunta de l'assumpte que ha quedat amb la resposta pendent: el nombre d'estampats pel primer lliurament, insistint, de fet, amb la quantitat que el CORTE BRITÁNICO vol.

75.	T.	[cinco   cinco estampados \]	T pren el rol d'A i respon i contesta que poden lliurar cinc estampats pel quinze de novembre.
76.	M.	¿cinco nada mas ?	M ratifica la quantitat amb una pregunta que conté un intensificador per demostrar el seu desacord: troba que són massa pocs.
77.	T.	nada :   e : : cinco productos e : : [me parece bien   vamos]	T veu que l'oferta és insuficient però intenta defensar-la no massa convençut, dient que el nombre de cinc li sembla bé.
78.	G.	[si cinco estampados\]	G recolza el que T ha dit.
79.	M.	porque...	M comença un enunciat però F agafa el torn de paraula.
80.	F.	cuanto tiempo necesitas para : PRODUCIR   por ejemplo   DIEZ MIL unidades   con  quinze estampados diferentes \   yo quiero > cifras   bueno- preci-   bueno- mas o menos	F va elevat el to de veu i esdevé una mica agressiu. Vol saber quant temps els cal a SEDATEX per fabricar quinze estampats diferents.
81.	A.	[¿quinze estampados ?]	A contesta amb una pregunta. No queda clar si és per escandalitzar-se o perquè no sap la resposta.
82.	T.	[eso : : eso es-]	T, que no vol carregar-se amb una responsabilitat que no li pertoca, mira A perquè digui la data.
83.	A.	hasta el quince de noviembre \	A fa una altra pregunta sobre la data per guanyar temps.
84.	F.	[cuanto- cuanto tiempo necesitas \]	F pressiona amb la mateixa pregunta que no se li ha contestat.
85.	T.	[¿exactamente?]	T afegeix una pregunta per guanyar temps.
86.	A.	quinze estampados   hasta el quince de noviembre \	T, finalment, assegura que pot produir quinze estampats pel quinze de novembre.
87.	T.	eso es producción /   [asi que...]	T confirma la paraula del cap de producció que sap com va aquest assumpte.
88.	F.	[o sea] podemos tener   podemos tener   mas o menos treinta mil unidades   para el quince de noviembre \   eso se puede \	F busca l'assentiment per una quantitat doble de la que els proposa SEDATEX
89.	T.	[sí   eso se puede\]	T s'avança a la resposta del cap de producció afirmant que sí que serà possible produir trenta mil unitats pel quinze de desembre.
90.	A.	[el quince de noviembre tendran-]	A vol assegurar-se que ha entès bé la data de lliurament. Pregunta retòrica: ho ha entès molt bé i s'escandalitza del propòsit

			de F.
91.	G.	¡NO NO   NO!	G nega amb força que puguin lliurar trenta mil unitats el 15 de novembre.
92.	T.	sí   veinte mil [sí]	T torna a agafar el lideratge i es dirigeix a G, membre del seu grup per dir a tothom, de fet, que sí que podrán tenir vint mil productes pel quinze de novembre.
93.	F.	con] los veinte mil que ya : : ya teneis /   y los diez mil que- que-	F continua amb la seva idea de les trenta mil unitats i força la proposta de SEDATEX no formulada clarament: poden disposar de vint mil unitats pel quinze de novembre perquè les ténen en existència,
94.	M.	que podeis producir [de aqui alla \]	M continua la línia de F i dóna com a segur que en podrán fabricar deu mil més fins al quinze de novembre. Les trenta mil unitats queden assegurades.
95.	T.	[si   eso seria posible \]	T demostra el seu acord amb una petita reticència: el verb està en condicional. Parla en nom del seu grup, del qual ha assumit el lideratge.
96.	M.	entonces- eso estaria bien /   porque nos encontraríamos con VEINTE uni- e : : estampados /    no todas la unidades pero ya : : o sea ya todos los estampados distintos \    y luego : : si nos puede-	M assenteix i justifica l'assentiment perquè d'aquesta manera ja tindrien no tota la quantitat que demanen però sí tots els estampats.
97.	F.	a principios de nov- de diciembre [el resto]	F s'equivoca i s'autocorregeix per confirmar la data aproximada del primer lliurament.
98.	M.	[el quince] de noviembre   y luego en [el treinta]	M puntualitza la data concreta que han estipulat pel primer lliurament, el quinze de novembre i proposa el trenta de novembre pel segon lliurament.
99.	J.	[el treinta] mejor   mejor sí    y para vosotros tambien [seria mejor])	J aprofita l'ocasió per ratificar la data del trenta que li va molt bé i intenta convèncer SEDATEX que també seria millor per a ells.
100.	T.	[no   pero] pero despues para veinte mil mas /    hay que entender que : :	T comença a argumentar que per produir les vint mil unitats necessitaran més temps.
101.	A.	[tenemos que cambiar todo]	A, com a cap de producció destaca indirectament la dificultat tècnica que ténen per produir en quantitat.
102.	T.	[que necesitamos] dos semanas mas /	T la recolza i concreta, que és el que hauria hagut de fer A, que els caldran dues setmanes més.
103.	F.	si [si]	F assenteix.

104.	T.	[no] solo una semana...	T acaba la intervenció interrompuda a (99) precisant que amb una setmana entre el primer el segon lliurament ténen prou temps.
105.	F.	o sea   a principio de noviembre seria- de diciembre- /	F vol precisar i s'equivoca de mes, diu novembre en comptes de desembre. Això provoca un seguit d'intervencions simultànies que fan que no es pugui entendre el fragment (105).
106.	AA.	(XXX parlen varies persones a la vegada)	Vàries persones parlen a la vegada.
107.	T.	y asi a finales de diciembre   podeis tener la : :-	T no perd el fil i, donant la raó a F abans de les intervencions simultànies, explica que poden tenir gairebé tota la mercaderia a principi de desembre.
108.	F.	PERO MIRA NO    porque : : vendemos   bueno   la : : la mayoría de la : de la : de la : de la : : de lo [que-]	F no hi està d'acord i intenta explicar que venen la majoria dels productes abans, però no arriba a comunicar. Se n'adona i somriu a M del seu grup.
109.	T.	[YA]    PERO DEPENDE    DEPENDE UNA VEZ MAS QUE TIPO DE PRODUCTOS- /	T intenta argumentar que el fet que el fet que es venguin molt abans o no, depèn del tipus de productes.
110.	F.	los productos se venden por la navidad    o sea durante la period- el periodo de navidad   o sea que   lo necesitamos ante- bueno mucho tiempo antes   o sea dos semanas por lo menos /    y : seria ideal un mes   un mes antes    o sea...	F interromp T i vol convèncer SEDATEX de la necessitat de tenir els productes com a mínim, dues setmanes abans de Nadal i encara millor un mes abans.
111.	A.	no : :	A intenta aprofitar la frase en suspens de F (109) amb una negació, però T l'interromp perquè A no sembla tenir un argument massa sòlid i no arriba a expressar-lo.
112.	T.	ya pero lo que lo que pasa es que ya tendreis-	T intenta fer-los veure que ja tindran força mercaderia un mes abans, però no pot acabar la intervenció.
113.	J.	y es importante tambien para vosotros    si si queremos ven- vender sus productos-	J intenta convèncer l'equip de SEDATEX que és tan important pel Corte Británico com per SEDATEX de tenir els productes com més aviat millor per poder començar a vendre més aviat.
114.	T.	si pero si no podemos producir    no podemos   no podemos   *e : : daros la mercancia o sea \	T demostra amb pragmatisme que no podrán tenir-ho tot molt abans perquè ells no poden produir a un ritme de gran escala



115.	A.	el quince de noviembre	A fa una intervenció fora de lloc.
116.	G.	[pero]	G vol tornar a intervenir, però T li agafa el torn de paraula.
117.	T.	[yo creo] que si teneis treinta mil // hasta : : para para el treinta de noviembre /  ya podeis ir vendiendo estos productos que son que son muchos /  y ya [seria una buena venta /]	T resumeix la situació fent-los adonar que fins el trenta de novembre tindran trenta mil unitats i que és una quantitat respectable per començar a vendre.
118.	A.	[ que son quince estampados   ya]-	A remarca que tindran quinze estampats.
119.	M.	para el TRENTA VALE    pero para el siete de diciembre NO ES [POSIBLE]	M, pensant en el segon lliurament, es mostra contundent i refusa la data del set de desembre, però accepta la del trenta de novembre.
120.	A.	[no]   el treinta tendran quince estampados   pero   hacer cinco MAS   tenemos que mudar toda la cadena de produccion /   y no podemos hacerlo antes del siete de diciembre    asi que los cinco estampados mas [TENDREMOS quince]	A destaca altra vegada la dificultat tècnica de produir més estampats. Es compromet a tenir-ne quinze pel trenta de novembre, però no vint com vol CB perquè per fer-ho han de canviar massa coses de la cadena de producció. En canvi, sí que en poden produir vint mil més pel set de desembre.
121.	F.	[bueno]   xxx el el siete de diciembre    de acuerdo	F, contradint M, accepta la data del set de desembre.
122.	G.	[LOS TREINTA MIL MAS]	G intenta agafar la paraula sense aconseguir-ho.
123.	F.	[el resto de la produccion-]	F vol tractar de la resta de la producció.
124.	G.	VEINTE MIL MAS	G recorda que en quedaran vint mil més per produir.
125.	T.	EL QUE SI ES POSIBLE   [es el resto de los veinte mil mas / ]	T intenta començar a anunciar el nombre d'estampats del lliurament final, però hi ha un encavalcament amb G.
126.	G.	[CON CINCO ESTAMPADOS MAS]	G precisa que al lliurament final hi haura cinc estampats més al mateix temps que T.
127.	T.	[con cinco estampados]    y para diez estampados o quince    una semana mas	T declara que si el CORTE BRITÁNICO vol deu o quinze estampats més, s'hauran d'esperar una semana més.
128.	A.A	(XXX parlen tots a la vegada)	Parlen tots a la vegada.

129.	T.	porque representan otros cambios    y por eso   necesitabamos dos semanas para hacerlos \    pues los quince...	T justifica el temps suplementari de dues setmanes per les modificacions que s'hauràn de fer en la cadena de producció.
130.	F.	la verdad es que es para nosotros-	F vol intentar argumentar que també serà convenient per SEDATEX tenir la mercaderia abans.
131.	J.	vamos a empezar las ventas un poco mas tarde-	J vol començar a argumentar de nou que si es retrassa el lliurament, el CORTE BRITÁNICO haurà de començar a vendre més tard.
132.	T.	si y [es para nosotros]	Comença l'enunciat amb l'acord, en principi, que també és interessant per SEDATEX.pero
133.	J.	[y : : entonces]	J vol continuar l'argumentació iniciada a (129) però perd el torn de paraula perquè T ha fet una intervenció encavalcant-se amb la seva i li ha pres el torn de paraula.
134.	T.	pero tambien somos nosotros    que no podemos producir mas que-	T insisteix que SEDATEX tindrà problemes per produir i implica que és això el que compta en definitiva.
<b>10. La negociació no avança i CB intenta convèncer SEDATEX amb la notorietat de la marca CB.</b>			
135.	F.	IMAGINENSE   somos la primera cadena en españa \   en terminos de : : de : : prenda de : [de :]	F destaca que el CORTE BRITÁNICO és la primera cadena de distribució d'Espanya per fer pressió sobre SEDATEX.
136.	T.	[por eso] [estamos haciendo]	T diu que ho entén i és per això que fan (esforços). No pot acabar la intervenció perquè hi ha un encavalcament amb F.
137.	M i J	(es parlen en veu baixa)	M i J es concerten en veu baixa entre elles.
138.	F.	[es para vosotros]   vamos a hacer publicidad   vamos a comunicar sobre esta marc- sobre este producto >o sea que   si podeis hacer un GRAN esfuerzo   ponerlos de acuerdo que : : bueno   no : : nos proveen [ANTES y...]	F agafa el torn de paraula i vol temptar-los amb l'argument de la publicitat gratuïta que el CORTE BRITÁNICO pot fer a SEDATEX. Per això han de lliurar la mercaderia abans.  Tres maneres d'intensificar: REPETICIÓ, to de veu mes alt (+ gestualitat)
<b>11.SEDATEX contraataca esgrimint l'arma de l'ètica professional de l'empresa.</b>			

139.	G.	[sí   lo sabemos]    el problema es que : : la produccion se hace : : xxx determinado y...	G indica que són conscients del que els estan dient parlant en nom del grup. Intenta argumentar amb la dificultat de producció però varies persones es posen a parlar a la vegada i no es pot entendre res.
			Minimització
140.	AA.	(XXX parlen a la vegada)	Vàries persones parlen al mateix temps.
141.	T.	nosotros tenemos   tenemos una cierta- una cierta etica   de : : de [produccion] /	T reprèn l'argument de G i, probablement el porta cap al vessant de l'ètica de producció, concepte que, de moment, no queda clar.
142.	M.	[nosotros   tenemos una propuesta]	M intenta trobar una sortida a una negociació que s'està encallant, però no pot agafar el torn de paraula per fer una proposta.
143.	T.	una cierta etica   de : : de [produccion] /	T repeteix l'enunciat de l'argument que vol desenvolupar.
144.	J.	[si claro]	J indica comprensió.
145.	T.	de calidad /	T acaba la intervenció començada a (140). SEDATEX privilegia la qualitat de la producció.
146.	F.	[oquei]	Demostra una certa impaciència pels arguments que sap que vindran.
147.	M.	[si claro]	M, al mateix temps de l'intervenció (143) de F indica que se'n fa càrrec.
148.	AA.	(XXX parlen a la vegada)	Vàries persones parlen al mateix temps.
149.	T.	que que os podria decir   os podriamos decir *e: : Sí tendremos todo para esta fecha   pero si no lo vamos a : : a cumplir   me parece que va a ser un problema para nuestras rela- relaciones futuras /  para vues- vuestro plan de ventas / y todo eso    el caso es que : : una produccion tal para el siete de diciembre   con tantos estampados va a ser complicado   ↓asi queeee/	T, en una llarga intervenció els indica que SEDATEX no vol mentir dient-los que podrien tenir a punt la comanda que vol CB pel set de desembre, però que no volen fer-ho perquè indicaria una manca de serietat i aquest fet podria comprometre les futures relacions comercials d'ambdues companyies.
150.	F.	buenos nos ponemos de acuerdo para...	F vol arribar a un acord però la resta de participants es posa a parlar al mateix temps.
151.	AA.	( XXX varies persones parlen a la vegada)	Vàries persones parlen al mateix temps.
<b>12. Proposta de CB sobre les condicions de pagament</b>			

152.	G.	a ver   la propuesta	G aconsegueix donar la paraula a M perquè té interès per saber quina és la proposta de M.
153.	M.	↓↓tenemos una propuesta para- para empezar   que por supuesto la calidad importa y por eso les hemos elegido a ustedes \	M, veient que están en un punt mort, rellança la negociació. Imposa silenci aixecant al braç dret i anuncia una proposta que es basa en la qualitat del producte de SEDATEX que el CORTE BRITÁNICO reconeix i que és per aquesta raó que han escollit la jove empresa.
154.	G.	Claro	Resposta fàtica.
155.	M.	entonces   en principio   decimos que serian las primeras unidades el QUINCE de noviembre / y luego TODO EL SIETE de diciembre \    TENEIS QUE TENER EN CUENTA que si empezamos el siete de diciembre la rentabilidad no será tan buena   porque empezaremos a vender mas tarde    entonces queriamos volver a las condiciones de pago   que si decimos siete de diciembre el resto   pues el pago no seria a la entrega   el quince de noviembre sino treinta dias mas tarde \   ↓porque vamos a necesitar tesoreria y : : todas esas cosas para poder lanzar las [ventas]	M es basa en les les dues dates de lliurament que, de manera provisional, s'han acordat: el quinze de novembre i el set de desembre. Fa valer el fet que la segona no és gens convenient pel CORTE BRITÁNICO i els retardarà les vendes. Es per això que vol canviar les condicions de pagament. El CORTE BRITÁNICO pagarà a trenta dies la quantitat de productes lliurats el quinze de novembre i no pas al lliurament perquè necessitaràn tesoreria. Argumentació poc clara.
156.	J.	[si ] empezamos las ventas mas tarde claro que necesitamos [*e : : ]	J vol reforçar l'argument de M sense arribar a comunicar bé.
<b>13. Involució de la negociació: manca d'acord en les dates de lliurament.</b>			
157.	T.	[pero] por que solo quereis una- en : : hay algo que no entiendo \   la segunda parte solo el siete de diciembre /   si ya os podemos dar   e : : dos tercios de es-bueno o : : o : : la mitad de eso el treinta de [noviembre]	T fingeix que no entén la queixa que ha provocat proposta de M perquè, segons el que han acordat, el quinze de novembre el CORTE BRITÁNICO ja tindrà dos terços de la comanda el quinze de novembre i implica que no veu que això li provoqui problemes.
158.	M.	[o sea] seria- en en tres partes\	M vol assegurar-se que ha entès el que ha dit T, és a dir que el lliurament es faria en tres vegades, cosa que T no ha dit.
159.	G.	>si	G, que també està perduda, li confirma que ho ha entès bé.

159.	T.	para nosotros   bueno- <i>si-si-si</i> vosotros aceptais en tres partes /   va a ser   yo creo que   bueno- por lo menos ya tendremos mucho mas prendas para el treinta de noviembre   y no habra que esperar hasta el siete diciembre   porque   tres semanas para las veinte mil primeras prendas /   a lo mejor sera un poco : : un poco un poco justo y nos que : :daremos fuera de...	T aprofita l'ocasió que se li dóna per proposar un lliurament en tres dates, cosa que li convé perfectament perquè així SEDATEX podrà fraccionar la producció en tres dates.
161.	AA.	(XXX parlen tots a la vegada)	Tots parlen al mateix temps.
162.	G.	bueno   la : primera parte   la primera parte   -trenta mil : / e para el quince  era eso	G veu que s'estàn perdent en les dates i vol recapitular : trenta mil unitats pel quinze de novembre.
163.	T.	vente   vente    les : vente mil de existencias	T la corregeix i li diu que són vint mil unitats pel quinze, que són les que ténen en existència.
164.	G.	la primera el quince-	G no fa cas a T i continua resumint: el primer lliurament el quinze.
165.	F.	NO   son trenta mil   unidades -	F reacciona i s'adona que han acordat que el primer lliurament seria de trenta mil unitats.
166.	G.	son veinte mil   MAS diez mil	G no fa cas a T i continua resumint: el primer lliurament el quinze.
167.	M.	son veinte mas diez mil	M precisa l'exactitud de la quantitat donada per G
168.	F.	mas diez mil de produccion que vais [a hacer]	F acaba la intervenció precisant que SEDATEX en produirà deu mil més.
169.	G.	[trenta mil]   y despues quedan veinte mil   pues diez mil el treinta de [noviembre]	G continua precisant que, serán trenta mil el primer lliurament i que en quedaràn vint mil per lliurar. Reparteix les unitats en dos lliuraments més, deu mil unitats el trenta de novembre
170.	F.	[mhm]	Assentiment fàtic.
171.	G.	y diez mil el siete de diciembre	G Acaba el seu resum: deu mil el set de desembre.
172.	M.	vale	M està d'acord amb aquestes dates i les anota.
173.	J.	entonces para : : los-	J vol continuar però G l'interromp.
174.	G.	PERO para los diez mil-	G no veu clar el darrer lliurament de deu mil unitats.

14. Es renegocia el pagament.			
175.	J.	pero para las condiciones de pago seran un poco diferente /   y necesitamos : treinta dias   despues de la entrega   y para el resto : : /	J torna a la darrera proposta de pagament del CORTE BRITÁNICO: a trenta dies pel primer lliurament i deixa oberta a la negociació la resta del pagament.
176.	M.	o-o-o   que tal si hacemos para los primeros treinta mil   pago a [la entrega-]	M fa una proposta més raonable per SEDATEX: pagament el dia del lliurament dels primers trenta mil.
177.	T.	[si]	T accepta immediatament i també G al mateix temps.
178.	G.	[si claro]	G accepta al mateix temps que G perquè la proposta li interessa molt.
179.	M.	porque entendemos [que lo necesitan]	M explica que fa aquesta concessió perquè entén que SEDATEX ho necessita.
180.	T.	[sí   es indispensable] para nosotros -	T confirma la tesi de M amb encavalcament de torns.
181.	M.	por supuesto \    pero y luego para el treinta de noviembre   o sea los otros diez mil /    se los pagaríamos   en la primera entrega a sesenta /   y en la otra a treinta \	M està d'acord amb T i proposa el pagament a seixanta dies pel segon lliurament i a trenta dies el que queda.
182.	G.	pues por que no xxx	G intenta fer una altra proposta però M li pren la paraula.
183.	M.	o sea despues de haber recibido todo : : todo : : lo que falta   todo lo que nos falta-	M continua la seva intervenció interrompuda per justificar la seva proposta.
184.	T.	no   eso se : : eso podemos [hacerlo] \	T sembla acceptar sense estar ben convençut.
185.	J.	[eso es mejor] tambien para : : para : : los movimientos de CUENTAS etcetera \	J recolza el que ha dit M amb un argument de contabilitat.
186.	G.	porque la   la : la produccion del TRENTA /    *e : : sesenta dias mas   [¿para que ?]	G demostra la seva reticència a un pagament a seixanta dies pel lliurament del trenta de novembre.
187.	M.	[asi pagamos A LA VEZ]    treinta dias despues de la ultima entrega pagamos todo lo que   lo que nos falta   ↓ las veinte mil u- unidades que [nos faltan]	M intenta fer entendre, que l'avantatge per SEDATEX és que trenta dies després del darrer lliurament haurà cobrat tota la comanda.
188.	T.	[si porque] asi tendremos-	T indica al seu grup, concretament a G, que la proposta té avantatges.
189.	G.	[porque]	G vol continuar perquè no està convençuda, però T l'interromp.

190.	T.	[si si si]   son buenas condiciones [para nosotros]	T vol convencer G que són bones condicions per SEDATEX.
191.	G.	[A PARTIR] DEL SIETE DE DICIEMBRE   sesenta	G vol puntualitzar per entendre-ho bé i s'equivoca en la data.
192.	M.	Treinta \	M la corregeix: el trenta (de novembre)
193.	J.	a partir del siete TREINTA   y a partir del TREINTA *e : : sesenta   entonces pagaremos [al mismo tiempo /]	J confirma les condicions que el CORTE BRITÁNICO proposa.
194.	T.	[o sea el quince] de noviembre recibiremos   el dinero   para : : treinta mil prendas /	T es posa a fer el resum dirigint-se al seu equip perquè ho entengui bé. Sobretot vol que vegin que els pagaran immediatament el primer lliurament de trenta mil unitats, cosa que els soluciona molts problemes de tresoreria.
195.	G.	mhm	G considera el tracte que està a punt de fer i sembla que hi és favorable.
196.	F.	bueno   a setent- a : : sesenta dias teneis todo : : todo : : el dinero *e : : de las veinte mil unidades    IGUAL	F els recorda que al cap de seixanta dies del primer lliurament tindran els diners de les segones vint mil unitats.
197.	T.	SI SI SI   es este tema de las   de las finanzas   iniciales   que nos- que nos importaba   ↓ por eso si lo podemos arreglar asi...	T dóna l'acord i explica que el que realment els amoinava era el pagament inicial i que això es pot solucionar, ja no hi ha problema.
<b>15. El descompte.</b>			
198.	F.	bueno   tambien hay que quedar en : :   hay que- tener en cuenta el-el descuento porque   es verdad que es la primera vez que : : que tratamos juntos un-un   algo-algo parecido /    y TAMBIEN los vendeis cincuenta euros   y los vendemos setenta- sese- setenta y cinco euros \    o sea hay quince euros de : : de margen /   pero el margen NO   porque tenemos que repartir la : : -	F comença a negociar el descompte que els ha de fer SEDATEX. Preàmbul: és la primera vegada que treballen junts i no han negociat mai cap descompte. Es regereix al marge que el CORTE BRITÁNICO tindrà en el preu i s'equivoca: tindran un marge de vint-i-cinc euros i no de quinze com diu. Considera que aquest marge no és real perquè el CORTE BRITÁNICO es fa càrrec de la distribució. Intenta fer pressió per obtenir un bon descompte.
199.	T.	veinticinco   cincuenta por ciento \	T el corregeix breument: el marge serà de vint-i-cinc euros i representa un cinquanta per cent sobre el preu de compra.
200.	F.	pues veinticinco	F ha d'acceptar que F té raó.
200.	T.	cincuenta por ciento \	T repeteix que el marge representa un cinquanta per cent sobre el preu de compra. Vol que es tingui en compte per tal

			de negociar un descompte acceptable per SEDATEX.
201.	F.	pero tenemos que repartir todo /   y eso vale   vale un monton vale un...	F respon una mica enfadat per la insistència, que la distribució els costarà molts diners.
202.	M.	si y la distribucion es [xxx]	M recolza el que diu F.
203.	F.	[o sea o sea] vale MUCHO \	F insisteix en el cost de la distribució, preparant el terreny per un descompte alt.
204.	G.	pues   [lo que pasa es que]-	G comença una explicació pero F li pren el torn de paraula.
205.	F.	[y bueno [como es] bueno   somos un :: un cliente interesante para vosotros   primero \    la primera cadena en españa /   Y es verdad que con todos los clientes tenemos   *e :: los provee- proveedores tenemos *e :: condiciones   en lo que concierne los descuentos muy interesantes- lo sea que hay que hacer un un esfuerzo si quieren  si quieren   *e :: ser e :: referenzADOS en nuestra :: referenciados-	F prova de convèncer SEDATEX com és d'important ser un proveïdor del CORTE BRITÁNICO . Es la primera cadena de magatzems d'Espanya i tots els proveïdors els fan descomptes importants. Per tant, cal que SEDATEX els faci un bon descompte. A més, hi guanyaràn pel fet de quedar referenciats en el catàleg del CORTE BRITÁNICO.  To de veu més baix: ofereix una /contrapartida  <b>Intensificació amb minimització.</b>
206.	T.	yo creo que [(en particular)]	T comença una temptativa de proposta.
207.	F.	[le escuchamos]	F demostra molt d'interès pel que seguirà.
208.	T.	la primera   *e :: fecha de de entrega /   para la primera entrega /    podriamos podemos hacer un esfuerzo en el [descuento   porque habeis-]	T va parlant i es dirigeix las membres del seu equip demanant l'assentiment. Proposa fer un esforç pel primer lliurament.
209.	M.	[ademas pagamos a] ...	M recorda, sense acabar la frase, que els paguen immediatament en la primera data de lliurament.
210.	T.	[ya-ya-ya- lo he...]	T intenta continuar i insinuar que se'n fa càrrec
211.	G.	si claro	G recolza T.
212.	T.	[para esta] esta entrega  si que podemos *e :: hacer un un descuento de : mas o menos tres por ciento /	T fa una primera proposta pel terreny i proposa descomptar un tres per cent. Comet l'error d'afegir-hi més o menys, que indica la seva falta de convicció.



213.	M.	¿MAS   O MENOS ? [rialles]	M es riu directament de l'aproximació de la quantitat del descompte i els seus companys d'equip la segueixen.
214.	T.	de de un [tres por ciento]	T precisa que proposa un tres per cent.
215.	G.	[un tres por ciento]	G ho confirma al mateix temps.
216.	F.	entre tres y cuatro	F intenta fer pujar el percentatge entre el tres i el quatre per cent.
217.	T.	[no :: XXX]	T no ho accepta i els altres companya d'equip parlen tots a la vegada.
218.	F.	[↓ entre tres y cuatro por ciento]	F repeteix la seva contraproposta.
219.	G.	NO :: bueno   tres-tres por ciento...	G no vol que T canviï a 4 per cent però no n'està molt convençuda.
220.	T.	no   tres por ciento son las condiciones que   que hacemos a nuestros buenos clientes que ya tenemos desde   desde [desde mucho tiempo \    asi que   creemos que es fuerte-	T parla convençut del descompte del tres per cent i vol aparèixer molt segur davant l'equip contrari amb l'argument que el tres per cent és el descompte que fan als seus clients fidels.
221.	J.	si pero nosotros somos un cliente que :: que vais   que que va-	J intenta respondre dient que el CORTE BRITÁNICO és un client, però no té temps d'acabar perquè T li pren la paraula.
222.	T.	[po- por]	T així ho entén i respon que justament perquè CB és un client, però la resposta queda truncada per J.
223.	J.	[que que va a permitiros ]	J continua l'enunciat començat a (215), però que no pot acabar perquè T continua assentint al mateix temps.
224.	T.	[por eso]	T dona la raó a J al mateix temps que ella parla.
225.	J.	tener un notoriedad	J, malgrat la intervenció simultània de T acaba la intervenció començada a (215) que consisteix a voler demostrar a a SEDATEX que el CORTE BRITÁNICO és un client que li permetrà de tenir notorietat.
226.	T.	por eso os ofrecemos nuestra mejor propuesta    por eso os ofrecemos nuestras [mejores condiciones]	T interromp J perquè quedi clar que entén els arguments de CB i que és per això que els fa una proposta molt bona que SEDATEX no fa a tothom.
227	G.	bueno   estamos al primero de noviembre /   y dentro de quince dias   YA /    *e :: bueno   tendrei- si- tendran *e :: TRENTA MIL unidades que ::   a ver  ENORME en : quince días	G intenta fer entendre l'equip del CORTE BRITÁNICO que al cap de dues setmanes ja tindran un nombre important d'unitats.

228.	M.	xxx dias mas	Principi intel·ligible de l'intervenció de M
229.	F.	no   pero es un cinco-	F intenta fer una contraproposta de descompte exagerada.
230.	J.	si	J el recolza.
231.	F.	por ejemplo   es un cuatro por ciento con un tres coma y cinco por ciento   sobre el TOTAL de la facturacion	F, abans que SEDATEX li rebaixi la proposta, rebaixa el descompte a tres coma cinc per cent, però la fa extensiva a tota la comanda.
232.	G.	¡NOOO!   ¡es ENORME como esfuerzo ¡	G fa un refús absolut.
233.	AA.	(XXX criden tots a la vegada)	M i J de l'equip del CORTE BRITÁNICO es parlen entre elles i els membres de SEDATEX parlen entre ells animadament perquè troben la proposta abusiva.
234.	M.	NOS VALE EL CUATRO   pero sobre la primera entrega   luego : : ya veremos	M intenta una altra estratègia: demana un descompte del quatre per cent al primer lliurament i després tornaràn a negociar-lo.
235.	G.	¡UN CUATRO NOOO!	G ho refusa de ple.
236.	A.	cincuenta mil no es tanto   porque tenemos clientes que hacen pedidos mas-pedidos mas largos-	A intenta utilitzar l'estratègia de minimitzar la importància de la comanda del CORTE BRITÁNICO: ténen altres clients que els fan comandes més importants.
237.	M.	pero pero este es el PRIMER pedido   somos la PRIMERA cadena en españa   la notoriedad para ustedes va a ser ENORME	M, argumenta altra vegada que el fet de treballar amb el CORTE BRITÁNICO, la primera cadena de magatzems d'Espanya, els aportarà notorietat.
238.	A.	(XXX criden tots a la vegada)	Parlen tots a la vegada.
239.	M.	y pensamos reanudar los pedidos	M recorre a un altre argument per convèncer SEDATEX: els avança que ténen la intenció de continuar fent comandes.
240.	F.	y tambien somos nosotros que-que-que-hacen la [publicidad ]	F, altra vegada, utilitza l'argument de la publicitat gratuïta que obtindrà SEDATEX.
241.	G.	[pero-]	G vol fer una objecció però F l'interromp.
242.	F.	que hacen la comunicacion y tal o sea   UN ESFUERZO   bueno   en un : : en UN GOLPE ASI   EN UNA VEZ	F vol continuar l'argument de (235). La comunicació gratuïta que obtindrà SEDATEX compensa l'esforç de fer un descompte consistent, però comunica malament.

243.	G.	¡CUATRO NOOO !	G continua refusant categòricament el quatre per cent de descompte.
244.	AA.	(XXX criden tots a la vegada)	Parlen tots a la vegada.
245.	T.	y después   a cuanto habeis evaluado el esfuerzo de : : comertz- la comercializacion    darnos cifras concretas / y asi podemos hablar mas   mas concretamente de como repartir estos costes [porque ]	T intenta desfer l'argument del CORTE BRITÁNICO demanant-los que els diguin exactament quant han calculat que els costarà fer la campanya de comunicació de la qual parlen i d'aquesta manera podran veure com es reparteixen les despeses.
246.	M.	[pues]	M intenta contestar però com que no està segura del que ha de dir, T li pren el tron de paraula.
247.	T.	si hacemos un descuento de : : de veinte por ciento porque haceis el merchandaising ES UN POCO...	T expressa irònicament que no creu que els costos de <i>merchandaising</i> siguin tan elevats com per fer-los un descompte tan important.
248.	J.	no   pero este merchandaising va tambien permitir e : : vender mucho mas /   y [poner *e : : sus productos primero]	J intenta convèncer-lo de les avantatges per SEDATEX del <i>merchandaising</i> : els permetrà de vendre més perquè els productes estaràn exposats de tal manera que els clients els veuràn immediatament.
249.	T.	[CLARO CLARO   pero por eso] preguntamos exactamente que tipo de merchandaising es   porque si es poner papeles   un poco- [o poner un cartel]	T vol precisions sobre la publicitat que els faran. Irònicament dubta de la solidesa del <i>merchandaising</i> de CB, que creu que en realitat serà irrisori.
250.	J.	[no >nuestra idea] es poner sus productos mas de relieve que los otros en nue : : nuestras : en nuestras cadenas	J els diu el que pensen fer: posar més a la vista que els altres els productes de SEDATEX.
251.	T.	¿y habra tambien e : apoyos publicitarios ? o : : o : : tambien...	T es vol assegurar que no es limitaran a exposar els seus productes i que tindran suports de publicitat concrets.
252.	F.	de todo	F contesta amb una generalitat que no vol dir res i que és fins i tot ofensiva per un rprofesional.
253.	T.	[de todo]	T no es deixa enganyar i fa una repetició del que F acaba de dir en un to irònic.
254.	J.	[pero] usted sabe que lo mejor para vender un producto en este tipo de cadena   es poner el producto mas adelante que los [otros /]	J continua amb el mateix argument que abans: per vendre un producte, el que cal és que el públic els vegi més que els altres.
255.	T.	[pero ] esto no tiene [costes ]	T no es deixa enganyar: això no suposa despeses per CB:
256.	J.	[pero eso]	J vol continuar el seu argument però T

			agafa el torn de paraula.
257.	T.	es-es un esfuerzo de merchansaising lo [entiendo /]	T fa un petit gest conciliatori: accepta que faran un esforç amb el merchandising.
258.	J.	[si si]	J ho confirma.
259.	T.	pero no tiene costes	T insisteix altra vegada dient que el que farà CB no lo suposa costos.
260.	M.	SI tiene costes \	M fa una intervenció contradint frontalment T, però sense intentar donar arguments. De fet, deixa la paraula a J.
261.	J.	sí   tiene costes claro   tiene coste de : : (manutencion)   tiene coste de : : de : : salarios mas   tiene coste de : : de : : *e : : [de : ]	J fa una enumeració de costos poc convincent i poc clara perquè en realitat no té arguments.
262.	T.	[sí sí lo entiendo]	T diu que se'n fa càrrec, però sense massa convençiment.
263.	J.	de trabajos temporales   [que...]	J intenta introduir un altre cost que li suposarà aquesta comanda: pagar treballs temporals. Arguments fals: els contractes temporals de Nadal els tindien igual amb la comanda de SEDATEX o sense.
264.	T.	[pero] pero no tanto como   no tanto como l la publicidad	T encavalca el final de l'intervenció (258) i aprofitar per declarar que les despeses de les quals parla, no es poden comparar amb les despeses d'una publicitat real.
265.	M.	pero de todas formas teniamos planeado ponerle la publicidad   por POR LO MENOS AHORA EN NAVIDAD	M intenta convèncer T que, de tota manera, ja tenien pensat fer publicitat dels productes SEDATEX, almenys per Nadal.
266.	T.	PUES   PUES POR-POR ESO PREGUNTO PREGUNTO YO PUBLICAMENTE /  [LO QUE VAIS A HACER]	T s'enfada i demostra que no entén el que faran per fer publicitat i demana explicacions clares davant de tots.
267.	M.	[si saldra o no ...]	M introdueix un element de dubte sobre l'acceptació dels productes: de fet no saben si tindran èxit.
268.	T.	porque si   les damos un descuento por [ESO /]-	T continua amb el seu argument: SEDATEX no s'arriscarà a fer-los un descompte important si no ténen garanties d'una bona publicitat per part de CB.
269.	J.	[pero bueno...]	J intenta comenar una intervenció per calmar el joc, però T torn a agafar el torn de paraula.

270.	T.	pero no sabemos   concretamente que [vais a hacer]	T repeteix que no té clar què fara CB per promocionar els seus productes.
271.	M.	[justamente]   al ser la primera vez necesitamos tambien   o sea crear esa : : esa CONCIENCIA en los CLIENTES de que existen nuevos productos   que tenemos un nuevo proveedor   y entonces Sí vamos a empezar por un-un poquito de publicidad    luego VEREMOS si la continuamos o no   pero para la campaña de navidad sí está prevista \	M intenta convèncer T que com que és la primera vegada que treballen junts, s'ha d'anar a poc a poc i primer cal introduir la marca entre la seva clientela de CB i per això ténen pensat fer "una mica de promoció dels productes per Nadal. Després en faran més segons es desenvolupi o no la seva relació comercial.
272.	G.	vale porque   cuatro no : :   porque : : bueno : : es demasiado pero : : a ver  hasta el tres coma cinco : : / bueno-	G vol tornar al terreny concret del descompte. Refusa donar-los un descompte del quatre per cent, però proposa un tres i mig per cent d'una manera reticent.
273.	M.	tres coma cinco	M repeteix la proposta per tenir temps de pensar-s'ho.
274.	G.	bueno solo para : : para la primera la primera entrega	G es torna un xic enrere, precisant que només seria pel primer lliurament.
<b>15. Nova proposta inesperada.</b>			
275.	A.	al nivel de la produccion podemos bajar el precio si hacemos setenta mil unidades \   que nos diminue el cuest- el el : coste asi   creo que podemos hacer una un : descuento de cua- cuatro por ciento /   si   hacen un pedido de setenta mil unidades/	A que gairebé no ha intervingut fins ara fa una proposta bastant insòlita: si els fan una comanda de setanta mil unitats en comptes de cinquanta mil, poden fer el quatre per cent de descompte i busca l'aprovació de G del seu equip perquè no és una proposta que hagi estat convinguda abans i que es contradiu amb els arguments de dificultats tècniques de producció en gran quantitat.
276.	T.	eso   si quereis [añadir]	T, encara que no ha estat consultat, s'apodera de la proposta de A que , en definitiva és el cap de producció, i comença a desenvolupar-la
277.	J.	[¿setenta ?]	J mostra la seva sorpresa i vol estar segura de la nova quantitat.
278.	T.	veinte mil unidades para el principio del [año proximo/	T precisa quan seria el lliurament de les vint mil unitats suplementàries.
279.	M.	[o sea] añadir veinte mil [unidades]	M busca la comprensió i l'assentiment de J.
280.	F.	[pero eso :]	F internta formular una objecció.

281.	T.	añadir veinte mil para ENERO   [por ejemplo]	T proposa una data més concreta, però aproximada pel lliurament perquè veu que, com a mínim, dos dels elements de l'equip contrari semblen estar-hi d'acord.
282.	A.	[entonces] así ganas dinero y : nosotros también \	A, que veu que la seva proposta pot ser acceptada recolza T perquè CB accepti, amb l'argument que d'aquesta manera tots hi guanyen.
283.	T.	porque si vais a vender durante navidad   cincuenta mil productos /   seguramente tendreis *e : : clientes-	T vol fer veure a l'equip de CB que no s'arrisquen si els compren vint mil unitats més, perquè si per Nadal ja pensen vendre'n cinquanta mil, saben que tindran suficients clients per vendre'n vint mil més
284.	M.	[¿cuan- ? ¿cuan- ?]	M vol precisions però no arriba a formular la pregunta sencera.
285.	F.	[pero pero ¿cual es la pro- proposicion ?]	F no entén cap on es dirigeix la negociació i vol precisions.
286.	M.	a que precio nos podrian nos podrian entregar [las veinte mil unidades \]	M vol nombres molt concrets perquè sent que l'assumpte comença a escapar-se-li de les mans.
287.	A:	[si si] esto el siete de diciembre   tambien	A no respon a la pregunta i enreda encara més la negociació responent amb una data mentre que li han preguntat el preu.
288.	M.	¿el siete de diciembre ?   o sea ¿treinta mil en realidad el siete de diciembre?	M veu que no concorda el nombre d'unitats i la data que han negociat prèviament.
289.	G.	no : :	G tampoc no entén què és el que A proposa.
290.	J.	es un poco tarde   para : : para : : para el transporte   no se...	J està desconcertada i oposa resistència donant com a argument que tindran problemes de transport.
291.	J.M.	[XXXXXXXXXXXXXXXX parlen baixet]	J i M parlen baixet entre elles.
292.	F.	[PARA CINCUENTA MIL NO ES-]	F aixeca el volum de la veu per intentar demostrar la seva incomprensió per la proposta de fabricar setanta mil unitats en lloc de cinquanta mil.
293.	AAA	[XXX parlen tots a la vegada]	Parlen tots a la vegada.
294.	F.	o sea para cincuenta mil es imposible   y para setenta mil es posible   es que...))	F adopta un to irònic i acusa SEDATEX de contradir-se: diuen que ténen problemes per fabricar cinquanta mil unitats, però sembla que no en tindran per produir-ne setanta mil.
295.	A.	no porque   el problema es que que podemos [producir]	A intenta explicar l'aparent contradicció.

296.	M.	[¿ no nos puede ?...]	M vol fer una pregunta que no acaba.
297.	F.	a: : a: :   <i>oqué</i>   pueden producir mas..	F ratifica el que no ha quedat clar i que vol dir des del principi: que SEDATEX pot produir més del que proposa.
298.	J.	[y veinte i veinte /]	M segueix una altra línia: no fa retrets a l'altre equip per la incongruència de la proposta de A i continuatreure'n partit proposant dos lliuraments de vint mil unitats.
299.	A.	<i>podemos poner todo en marcha [y producir mismo dia y noche]</i>	A s'explica d'una manera poc professional i <u>ho vol solucionar amb els moviments enèrgics amb les mans i el cap.</u>
300.	M.	[mejor veinte veinte] y ya está \	M vol arribar a un acord que li convé i puntualitza el nombre de productes sobreentenenent les dates.
301.	J.	veinte el treinta   y veinte : : el siete	J recolza M y puntualitza el nombre i les dates: vint (mil) el trenta de noviembre i vint (mil) el set de diciembre.
302.	A.	<i>Sí</i>   tambien-	A hi està d'acord.
303.	M.	<i>sí</i>   ↓ tambien asi echamos la semanita despues de navidad	J troba que és un bon acord perquè tindran existències també la setmana entre Nadal i l'Any Nou, que també es bona per les vendes.
304.	A.	<i>porque tambien tenemos [clien-]</i>	J anava a recolzar i parafrasejar el que M ha dit, pero M l'interromp.
<b>16. Acceptació de la nova proposta i renegociació del descompte.</b>			
305.	M.	[pues] vale el descuento del cuatro \    AUMENTAMOS EL PEDIDO DE VEINTE MIL UNIDADES EL DESCUENTO DEL CUATRO POR CIENTO POR LO MENOS PARA LOS TREINTA MIL PRIMEROS	M creu que han arribat a un acord i en fa un resum, comptant que augmenten la comanda de vint mil unitats i que, per tant, obtindran un descompte del quatre per cent per les trenta mil unitats. Vol veure la reacció del SEDATEX amb "por lo menos", perquè preveu que no hi estaran d'acord.
306.	G.	<i>pues en lo que re- y pa : : para el resto /</i>	G està una mica perduda i poc convençuda. Vol saber quin descompte volen pel la resta de la comanda.
307.	M.	<i>para el resto son veinte mil y veinte mil   tres /    les vale/</i>	M fa una proposta de tres per cent de descompte pel la resta de la comanda. Comença afirmant, segura de que ha de ser així, però a la fi els demana l'acord en forma de pregunta que la fa sonar com a retòrica, com si donés per descomptat que les coses han d'anar com ella diu.

308.	A.	>sí	A, davant el silenci de G i T del seu grup, assenteix a la proposta de M.
309.	T.	no : : no   porque tres veces mejor   no : para las otras uno por ciento	T no es deixa convèncer i expressa el seu desacord i mira G per advertir-la que no ho poden acceptar. Proposa un ú percent de descompte pels dos darrers lliuraments,
310.	M.	[dos]	M aprofita una mínima pausa de T i immediatament fa una temptativa de contraproposta del dos per cent. ((mira T obliquament))
311.	T.	[ya hemos] ya hemos cumplido que   este cuatro por ciento [es excepcional]	T continua argumentant sobre el caracter excepcional del quatre per cent de descompte atorgat per la primera part del lliurament i el gest que significa haver-ho fet per part seva.
312.	G.	[¿dos?]	
313.	M.	[no : :]	M intenta treure-hi importància.
314.	G.	[cuatro por ciento es excepcional]	G recolza T i insisteix en el fet d'excepció del quatre per cent.
315.	T.	para el primer pedido   NOSOTROS [TAMBIEN SOMOS UNA EMPRESA JOVEN]	T continua argumentant dient que per una empresa jove com la d'ells no es fa mai un descompte tan important per la primera comanda.
316.	F.	[¿cuatro por ciento es excepcional ?]	F expressa la seva incredulitat amb una pregunta irònica
318.	A.	sí   claro	A sent la ironia i ratifica el que han dit T i G contestant la pregunta de F.
318.	T.	sí   hacemos tres por ciento a clientes regulares\    tres por ciento a nuestros mejores clientes \    [es que nosotros /]	T continua amb un altre argument dient que el tres per cent és el màxim que fan de descompte als seus millors clients
319.	M.	[pero vamos]-	M intenta maximitzar la quantitat de la comanda al mateix temps que F
320.	F.	[PERO VAMOS A COMPRAR] SETENTA MIL UNIDADES es es-	F agafa el torn de paraula i aconsegueix acabar la seva enunciació en l'encavalcament que es produeix amb M, argumentant que CB farà una comanda de setanta mil unitats i probablement intenta dir que és enorme, però T el talla.
321.	T.	pero <b>AUN NO</b> /    que yo sepa \   a- aun no tenemos- o sea   nosotros somos una empresa joven tampoco podemos-	T s'expressa d'una manera poc precisa. Sembla que vol dir encara no han assegurat realment que el CORTE BRITÁNICO comprarà setanta mil unitats i repeteix l'argument del poc temps que fa que SEDATEX existeix i implica que no poden permetre's el luxe de fer descomptes



			importants.
322.	F.	PERO TAMBIEN TENEIS SUBVENCIONES DEL GOBIERNO : : Y DE TAMBIEN [TAMBIEN DE : : ]	F contraataca demostrant que sap que ténen ajudes oficials.
323.	T.	[ pero no veo]   usted no conoce   yo soy el director financiero /   y se exactamente la : la situacion financiera   de nuestra empresa /   y se que hay-hay condiciones de-de venta que no se pueden hacer   porque va a poner en riesgo [el :]	T, que es comença a enfadar, replica que ell, com a director de finances sí que coneix la situació financera de SEDATEX i no pas F i que sap què pot acceptar i què no pot acceptar perquè comprometria la situació financera de l'empresa.
			<b>Argument 4</b>
324.	F.	[pero] tambien tenemos muchos proveedores   y [clientes-]	F prova d'utilitzar un altre argument: el CORTE BRITÁNICO tracta amb molts proveïdors i clients.
325.	G.	[SÍ   PERO...]	G intenta contraatacar i interrompre F sense èxit.
326.	F.	QUE NOS PROPONEN CUATRO POR CIENTO SINO MAS	F Acaba el seu argument dient que hi ha proveïdors que els proposen més del quatre per cent de descompte
327.	G.	[¡NO UN CUATRO POR CIENTO !]	G diu que no pot ser un quatre per cent, implicant que no s'ho creu.
328.	AA.	XXX (parlen tots a la vegada i el to de veu continua pujant)	Es produeix una situació confusa. Parlen tots a la vegada. Tots els membres del CORTE BRITÁNICO defensen el seu argument i els de SEDATEX el rebutgen.
329.	F.	[¡PERO CLARO QUE SI!]	F rebutja algun dels arguments que s'han produït en la cacofonia precedent, amb la veu molt alta i en un to agressiu.
330.	M.	[VAMOS A VER] no se puede-	M, després d'haver mirat a J del seu grup, intenta apaivagar els participants de la negociació, que estàn molt excitats
331.	T.	nosotros tambien   si añadimos   SI-SI subimos nuestro precio de diez por ciento   podemos hacer un descuento de quince por ciento   pero eso no es la cuestion /    además hacemos un precio   que : está cerca   del-del precio que nos cuesta    *e : : hacemos-	T torna a agafar el control de la situació. D'una manera poc clara al principi, sembla que vol demostrar que els seus preus són raonables i que si els féssin més alts sí que podrien fer descomptes més importants. Però el que realment compta és que els seus preus són ajustats, no excessius, amb poc marge per SEDATEX

332.	A.	no podemos hacer mas	Recolza el que diu T.
333.	T.	te- tenemos un un limite de descuento que : hemos establecido porque si no   no cubrimos [nuestros costes /]	T continua amb el seu argument: han calculat molt bé fins on poden arribar amb els descomptes sense deixar de cobrir els costos de producció, que és la condició que no poden abandonar.
334.	X	[dos con cinco]	Proposta d'algú que no s'identifica en l'enregistrament.
<b>17. Acord final.</b>			
335.	J.	entonces dos por ciento para el treinta   y uno por ciento para: para el siete \	J, de cop, fa una altra proposta perquè comprèn que han entrat en un cercle tancat. Intenta fer que ambdues parts hi guanyin: dos per cent de descompte pel primer dels dos últims lliuraments i ú percent pel darrer.
336.	T.	>> vale vale \    si quieres...	T es queda sorprès per la proposta. Ho reflecteix amb la pausa per reflexionar que fa abans de començar la seva frase i assenteix d'una manera sorprenent: deixa que decisió de J s'imposi, i així ho diu, però es nota que no està satisfet. (No intervindrà més en la negociació. Perd tot l'interès)
337.	G.	A VER    cuatro por ciento para la primera entrega [y dos y uno \]	G, que comprèn que estàn arribant a un acord interessant, s'afanya a resumir-lo.
338.	J.	[y dos y uno \]	J demostra el seu acord amb un encavalcament.
339.	M.	y dos y uno \    asi degresivo	M continua desenvolupant els diferents descomptes.
340.	J.	> si	J recolza M del seu equip.
341.	M.	y asi nos da tiempo a todos ver como : : ↓ como evoluciona el merCAdo   las : ventas que hacemos y : :	M continua justificant l'acord de la negociació dels descomptes. Hi veu l'avantatge que els permet a tots de veure com evoluciona el mercat i quin volum de vendes arriben a fer. <b>T</b>
342.	A.	y despues si hacen otro pedido/   [volveremos-]	A vol que quedi clar que és un acord per aquesta comanda únicament. Si n'hi ha d'altres s'haurà de renegociar.
343.	M.	[luego para otro pedido] SI   ↓ ya volveremos a negociar esas esas condiciones	M demostra el seu acord amb una renegociació de condicions en una altra comanda.
344.	G. A. T.	(XXX G A i T es miren i parlen breument entre ells en veu baixa)	G i A en realitat consulten breument T veu baixa i T sembla que dóna l'acord sense massa convicció.

345.	G.	¿ya ?	G sembla que tingui pressa per tancar la negociació i ratifica l'acord dels seus en veu alta.
346.	M.	bueno    pues entonces para resumir    nos <b>ENTREGARIAN</b>   treinta mil unidades el <b>QUINCE</b>	M comença de fer el resum de tots el punts que han negociat. Primer lliurament: data i quantitat.
347.	G.	Sí	G ho ratifica.
348.	M.	diez mil el treinta	M continua amb el segon lliurament i s'equivoca en la quantitat.
349.	J.	no   veinte mil	J del seu equip la corregeix.
350.	M.	vente mil el treinta   y vente mil el siete de diciembre \    el total llegara a los vente estampados que : : que proponen \    *este : : pago a la entrega para la primera entrega /    y luego   sesenta y treinta dias \	M es corregeix i continua amb les dates, les quantitats, el nombre d'estampats i el pagament
351.	G.	Eso	G ho ratifica.
352.	M.	y los DESCUENTOS //   cuatro por ciento para la primera /   dos   y uno por ciento \	M acaba resumint els descomptes que han acordat de fer.
353.	G.	sí    vale	G demostra el seu acord.
354.	M.	pues muy bien	M es mostra satisfeta.
355.	G.	Sí    vale	G dóna l'acord final.
356.	J.	muchas gracias	Dóna les gràcies i és la única a fer-ho.
357.	AA.	adios   hasta luego [només veus femenines]	Es despedeixen en desordre i només ho fan les noies.



**ANNEX II.**  
NEGOCIACIÓ 1  
TRANSCRIPCIÓ DE LES SEQÜÈNCIES  
CONFLICTIVES ANALITZADES.



**ANNEX II**  
**NEGOCIACIÓ 1**  
**TRANSCRIPCIÓ DE LES SEQÜÈNCIES CONFLICTIVES ANALITZADES**

**Seqüència 6**

**Comença la negociació. CB vol saber quants estampats els poden fer**

38. M pues a ver para empezar || quisieramos primero ver | CUANTOS estampados distintos nos pueden proponer /| ↓ porque esta bien lo de cincuenta mil unidades pero ::
39. A esto va ya a depender | porque soy el director de la produccion / | y esto va ya a depender de la fecha de entrega \ || porque para nosotros es posible hacer hasta veinte / | pero tenemos que tener tiempo para hacerlos \ ||claro || y :: esto :: dependra \ || para nosotros lo mejor era tener una fecha de entrega del siete de diciembre \ || y [esto :: /]
40. M [para veinte] estampados | por supuesto \
41. A para veinte estampados \ claro \
42. T claro despues todo- todo depende de : de lo que tenemos en- en existencias / | \*e :: podemos ver para vosotros lo que esta dispuesto *mas-mas-mas* pronto/| pero para tener sí | un maximo de estampados / | el : | el :| plazo de de entrega | va a ser | *mas-mas* | [largo >claro]
43. G (xxx)
44. A tenemos mucho en existencias | tenemos mucho y podemos | provee :: proveerles ya | pero \...
45. T porque tenemos como: como diez productos \*e :: ESTRELLAS / | que vendemos mas y que siempre tenemos *en-en en* existencias / || despues tenemos a di- diferentes prendas que habéis visto en nuestro catalogo | que tambien estan dispuestas claro | pero : que necesitan un : un plazo de produccion si | pues eso | un poco mas | un poco mas exten-extenso / | y :: que tambien va a depender de :: de cuantas unidades de cada : : de cada estampado \
46. G sí claro | [sí]
47. M [sí]

**Seqüència 7**

**Comencen a negociar la data concreta de lliurament**

48. J pues a : nosotros claro que :: que nos interesaria tener un : una gama amplia / | porque tenemos tambien una clientela amplia que :: queria tener una gama variada para :: para poder elegir / || pero :: nuestro :: principal problema es :|claro | has dicho | es la fecha de entrega \ || porque : empezamos las ventas | seis meses antes de navidad / || y tambien tenemos una :: una politica de : de : *merchandaising* para :: poner de :: de relieve sus \*e :: su : sus productos / || y eso :: eso necesita mucho tiempo || entonces \*e :: para nosotros / | \*e :: lo mejor | seria tener la :: la mitad de los productos | el quince de noviembre / || y :: otra parte el treinta de noviembre |
49. G >bueno e : el quince de noviembre me parece un poco : corto para nosotros porque :: o sea- como lo sab- bueno | tenemos tambien | otro clientes o sa [que proveer...]
50. M [pero es que]
51. T [pero eso] eso que tambien depende : | parece un poco corto | pero depende de que tipo pedido vais a [hacer- /]

52. M [claro]
53. J [si | claro]
54. T *si-si* estamos como he dicho de acuerdos || y creo que el director de la produccion nos puede confirmar eso \ | si nos ponemos de acuerdo | sobre un pedido : : de del tipo de prendas que tenemos en existencias / [pues eso]
55. M [si claro si]
56. T os lo podemos entregar / | aunque bueno no- no lo cojamos de otros clientes / | pero lo podemos entregar mas pronto que : : que [productos]
57. G (xxx)
58. T mas variados que tenemos que producir / | y despues /| \*e : : podemos estimar el: : el tiempo | la duracion de : : de produccion / | que que vamos a tardar para otras prendas / | y hacer otros contra- e : : otros contratos / | asi en duracion \*e : : con diferentes | con diferentes fechas / | y que asi ya : : \ | a digamos a finales de : de diciembre | o para cuando : : para cuando : sea |
59. M si | pero si es para navidad /...
60. G si pero-
61. T no | pero depende de que que productos | ¿no ? pero: : [pero: : ]
62. J [pero] entonces los productos que ya teneis en existencias podemos decir que: : \*e : el quince de noviembre / | podeis entregarnos : estos / y : : la [otra parte xxx]

## Seqüència 8

### Comença la negociació del tipus de pagament

63. T [pero] I pero los productos si : entregamos \*e : : productos el quince de noviembre una cosa que : : que va a tener que hacerse || es \*e : : pago a la entrega | porque | porque es un periodo bastante : : bastante : de actividad bastante intensa / || y tenemos muchas | e : : muchas | ↓muchos criterios que : : que que rellenar | y : : bueno esto seria una : una de las [condiciones]
64. G [claro]
65. T para esto || despues podemos hablar de : : de posibles descuentos / | pero : pero : el pago a la la entrega sera : sera : [ indispensable]
66. G [muy importante]
67. T pa- para nosotros que somos una | pequeña empresa / | y creo que [es-]
68. F [bueno pero: :]

## Seqüència 9

### Deixen de negociar el pagament, de moment, per tornar al nombre d'unitats i d'estampats

69. M [cuantos- cuantas] unidades serian \
70. A \*e : : bueno | tenemos ya ahora / |
71. G ¿veinte ?



72. A veinte mil en existencias
73. M ¿veinte mil unidades? [¿cuantos estampados?]
74. T [cinco | cinco estampados \]
75. M ¿cinco nada mas ?
76. T nada : | e : : cinco productos e : : [me parece bien | vamos]
77. G [si cinco estampados\]
78. M. porque...
79. F cuanto tiempo necesitas para : PRODUCIR | por ejemplo | DIEZ MIL unidades | con [quince estampados diferentes \ | yo quiero > cifras | bueno- preci- | bueno- mas o menos
80. A [¿quince estampados ?]
81. T [eso : : eso es-]
82. A hasta el quince de noviembre \
83. F [cuanto- cuanto tiempo necesitas \ ]
84. T [¿exactamente?]
85. A quince estampados | hasta el quince de noviembre \
86. T eso es producción / | [asi que /...]
87. F [o sea] podemos tener | podemos tener | mas o menos treinta mil unidades | para el quince de noviembre \ | eso se puede \ |
88. T [sí | eso se puede\]
89. A [el quince de noviembre tendran-]
90. G ¡NO NO | NO!
91. T sí | veinte mil [sí]
92. F con] los veinte mil que ya : : ya teneis / | y los diez mil *que- que-*
93. M que podeis producir [de aqui alla \]
94. T [si | eso seria posible \]
95. M entonces- eso estaria bien / | porque nos encontraríamos con VEINTE uni- e : : estampados / || no todas la unidades pero ya : : o sea ya todos los estampados distintos \ || y luego : : si nos puede-
96. F a principios de nov- de diciembre [el resto]
97. M [el quince] de noviembre | y luego en [el treinta]
98. J [el treinta] mejor | mejor sí || y para vosotros tambien [seria mejor]
99. T [no | pero] pero despues para veinte mil mas / || hay que entender que : :
100. A [tenemos que cambiar todo]
101. T [que necesitamos] dos semanas mas /

102. F si [si]
103. T. [no] solo una semana...
104. F o sea | a principio de noviembre seria- de diciembre- /
105. AA (XXX parlen varies personas a la vegada)
106. T y asi a finales de diciembre | podeis tener la : :-
107. F PERO MIRA NO || porque : : vendemos | bueno | la : : la mayoría de la : de la : de la : de la : : de lo [que-]
108. T [YA] || PERO DEPENDE || DEPENDE UNA VEZ MAS QUE TIPO DE PRODUCTOS- /
109. F. los productos se venden por la navidad || o sea durante la period- el periodo de navidad | o sea que | lo necesitamos ante- bueno mucho tiempo antes | o sea dos semanas por lo menos / || y : sería ideal un mes | un mes antes || o sea...
110. A no : :
111. T ya pero lo que lo que pasa es que ya tendreis-
112. J y es importante tambien para vosotros || si si queremos ven- vender sus productos-
113. T si pero si no podemos producir || no podemos | no podemos | \*e : : daros la mercancia o sea \
114. A. el quince de noviembre
115. G [pero]
116. T [yo creo] que si teneis treinta mil /|| hasta : : para para el treinta de noviembre /| ya podeis ir vendiendo estos productos que son que son muchos /| y ya [sería una buena venta /]
117. A. [ que son quince estampados | ya]-
118. M. para el TRENTA VALE || pero para el siete de diciembre NO ES [POSIBLE]
119. A. [no] | el trenta tendran quince estampados | pero | hacer cinco MAS | tenemos que mudar toda la cadena de produccion / | y no podemos hacerlo antes del siete de diciembre || asi que los cincos estampados mas [TENDREMOS quince]
120. F [bueno] | xxx el el siete de diciembre || de acuerdo
121. G [LOS TREINTA MIL MAS]
122. F [el resto de la produccion-]
123. G VEINTE MIL MAS
124. T EL QUE SI ES POSIBLE | [es el resto de los veinte mil mas / ]
125. G [CON CINCO ESTAMPADOS MAS]
126. T [con cinco estampados] || y para diez estampados o quince || una semana mas
127. AA (XXX parlen tots a la vegada)
128. T porque representan otros cambios || y por eso | necesitabamos dos semanas para hacerlos \ || pues los quince...
129. F la verdad es que es para nosotros-

130. J vamos a empezar las ventas un poco mas tarde-
131. T si y [es para nosotros]
132. J [y :: entonces]
133. T pero tambien somos nosotros || que no podemos producir mas que-

### Seqüència 10

#### La negociació no avança i CB intenta convèncer SEDATEX amb la notorietat de la marca CB

134. F IMAGINENSE | somos la primera cadena en españa \ ||en terminos de :: de :: prenda de : [de :]
135. T [por eso] [estamos haciendo]
136. M i J (es parlen en veu baixa)
137. F [es para vosotros] | vamos a hacer publicidad | vamos a comunicar sobre esta marc- sobre este producto >o sea que | si podeis hacer un GRAN esfuerzo | poneros de acuerdo que :: bueno | no : no : : nos proveen [ANTES y...]

### Seqüència 11

#### SEDATEX contraataca esgrimint l'arma de l'ètica professional de l'empresa

138. G [sí | lo sabemos] || el problema es que :: la produccion se hace :: xxx determinado y...
139. AA (XXX parlen a la vegada)
140. T nosotros tenemos | tenemos una cierta- una cierta etica | de :: de [produccion] /|
141. M [nosotros | tenemos una propuesta]
142. T una cierta etica | de :: de [produccion] /|
143. J [si claro]
144. T de calidad /
145. F [oque]
146. M [si claro]
147. AA (XXX parlen a la vegada)
148. T que que os podría decir | os podriamos decir \*e: : Sí tendremos todo para esta fecha | pero si no lo vamos a :: a cumplir | me parece que va a ser un problema para nuestras rela- relaciones futuras /| para vues- vuestro plan de ventas / y todo eso || el caso es que :: una produccion tal para el siete de diciembre | con tantos estampados va a ser complicado | ↓asi quee/
149. F buenos nos ponemos de acuerdo para...
150. AA ( XXX vàries persones parlen a la vegada)

## Seqüència 12

## Proposta de CB sobre les condicions de pagament

151. G a ver | la propuesta
152. M. ↓↓tenemos una propuesta para- para empezar | que por supuesto la calidad importa y por eso les hemos elegido a ustedes \ |
153. G Claro
154. M entonces | en principio | decimos que serian las primeras unidades el QUINCE de noviembre / y luego TODO EL SIETE de diciembre \ || TENEIS QUE TENER EN CUENTA que si empezamos el siete de diciembre la rentabilidad no será tan buena | porque empezaremos a vender mas tarde || entonces queriamos volver a las condiciones de pago | que si decimos siete de diciembre el resto | pues el pago no sería a la entrega | el quince de noviembre sino treinta dias mas tarde \ | ↓porque vamos a necesitar tesoreria y : : todas esas cosas para poder lanzar las [ventas]
155. J [si ] empezamos las ventas mas tarde claro que necesitamos [\*e : : ]

## Seqüència 13

## Involució de la negociació: manca d'acord en les dates de lliurament

156. T [pero] por que solo quereis una- en : : hay algo que no entiendo \ | la segunda parte solo el siete de diciembre / | si ya os podemos dar | e : : dos tercios de es- bueno o : : o : : la mitad de eso el treinta de [noviembre]
157. M [o sea] seria- en en tres partes\
158. G >si
159. T para nosotros | bueno- si-sí-sí vosotros aceptais en tres partes / | va a ser | yo creo que | bueno- por lo menos ya tendremos mucho mas prendas para el treinta de noviembre | y no habra que esperar hasta el siete diciembre | porque | tres semanas para las veinte mil primeras prendas / | a lo mejor sera un poco : : un poco un poco justo y nos que : : daremos fuera de...
- 160.AA (XXX parlen tots a la vegada)
161. G bueno | la : primera parte | la primera parte |-trenta mil : / e para el quince| era eso
162. T veinte | veinte || les : veinte mil de existencias
- 163 G la primera el quince-
164. F NO | son treinta mil | unidades -
165. G son veinte mil | MAS diez mil
166. M son veinte mas diez mil
167. F mas diez mil de produccion que vais [a hacer]
168. G [trenta mil] | y despues quedan veinte mil | pues diez mil el treinta de [noviembre]
169. F [mhm]
170. G y diez mil el siete de diciembre
171. M vale

172. J. entonces para : : los-

173. G PERO para los diez mil-

## Seqüència 14

### Es renegocia el pagament

174. J pero para las condiciones de pago seran un poco diferente / | y necesitamos : treinta dias | despues de la entrega | y para el resto : : /

175. M. o-o-o | que tal si hacemos para los primeros treinta mil | pago a [la entrega-]

176. T [si]

177. G [si claro]

178. M. porque entendemos [que lo necesitan]

179. T [sí | es indispensable] para nosotros -

180. M por supuesto \ || pero y luego para el treinta de noviembre | o sea los otros diez mil / || se los pagaríamos | en la primera entrega a sesenta / | y en la otra a treinta \

181. G pues por que no xxx

182. M o sea despues de haber recibido todo : : todo : : lo que falta | todo lo que nos falta-

183. T no | eso se : : eso podemos [hacerlo] \

184. J [eso es mejor] tambien para : : para : : los movimientos de CUENTAS etcetera \

185. G porque la | la : la produccion del TREINTA / || \*e : : sesenta dias mas | [¿para que ?]

186. M [asi pagamos A LA VEZ] || treinta dias despues de la ultima entrega pagamos todo lo que | lo que nos falta | ↓ las veinte mil u- unidades que [nos faltan]

187. T. [si porque] asi tendremos-

188. G. [porque]

189. T. [si si si] | son buenas condiciones [para nosotros]

190. G. [A PARTIR] DEL SIETE DE DICIEMBRE | sesenta

191. M Treinta \

192. J .a partir del siete treinta | y a partir del TREINTA \*e : : sesenta | entonces pagaremos [al mismo tiempo /]

193. T. [o sea el quince] de noviembre recibiremos | el dinero | para : : treinta mil prendas /

194. G mhm

195. F bueno | a setent- a : : sesenta dias teneis todo : : todo : : el dinero \*e : : de las veinte mil unidades || IGUAL

196. T SI SI SI|| es este tema de las | de las finanzas | iniciales | que nos- que nos importaba | ↓ por eso si lo podemos arreglar asi...

## Seqüència 15

## Es negocia el descompte

197. F bueno | tambien hay que quedar en :: | hay que- tener en cuenta *el-el* descuento porque | es verdad que es la primera vez que :: que tratamos juntos *un-un* | *algo-algo* parecido / || y TAMBIEN los vendeis cincuenta euros | y los vendemos setenta- sese- setenta y cinco euros \ || o sea hay quince euros de :: de margen / | pero el margen NO | porque tenemos que repartir la :: -
198. T veinticinco | cincuenta por ciento \
199. F pues veinticinco
200. T cincuenta por ciento \
201. F pero tenemos que repartir todo / | y eso vale | vale un monton vale un...
202. M si y la distribucion es [xxx]
203. F [o sea o sea] vale MUCHO \
204. G pues | [lo que pasa es que]-
205. F [y bueno [como es] bueno | somos un :: un cliente interesante para vosotros | primero \ || la primera cadena en españa / | Y es verdad que con todos los clientes tenemos | \*e :: los provee- proveedores tenemos \*e :: condiciones | en lo que concierne los descuentos muy interesantes- ¿o sea que hay que hacer un un esfuerzo si quieren |si quieren | \*e :: ser e :: referenzADOS en nuestra :: referenciados-
206. T yo creo que [(en particular)]
207. F [le escuchamos]
208. T. la primera | \*e :: fecha de de entrega / | para la primera entrega / || podriamos podemos hacer un esfuerzo en el [descuento | porque habeis-]
209. M [ademas pagamos a] ...
210. T. [ya-ya-ya- lo he...]
211. G si claro
212. T [para esta] esta entrega |si que podemos \*e :: hacer un un descuento de : mas o menos tres por ciento /
213. M ¿MAS | O MENos ? [rialles]
214. T de de un [tres por ciento]
215. G [un tres por ciento]
216. F entre tres y cuatro
217. T. [no :: XXX]
218. F [↓ entre tres y cuatro por ciento]
219. G NO :: *bueno* | *tres-tres por ciento...*
220. T no | tres por ciento son las condiciones que | que hacemos a nuestros buenos clientes que ya tenemos desde | desde [desde mucho tiempo \ || asi que | creemos que es fuerte-

221. J. si pero nosotros somos un cliente que : : que vais | que que va-
222. T [po- por]
223. J. [que que va a permitiros ]
224. T. [por eso]
225. J tener un notoriedad
226. T por eso os ofrecemos nuestra mejor propuesta || por eso os ofrecemos nuestras [mejores condiciones]
227. G bueno | estamos al primero de noviembre / | y dentro de quince días | YA / || \*e : : bueno | tendrei- si- tendran \*e : : TRENTA MIL unidades que : : | a ver| **ENORME** en : quince días
228. M xxx dias mas
229. F no | pero es un cinco-
230. J si
231. F por ejemplo | es un cuatro por ciento con un tres coma y cinco por ciento | sobre el TOTAL de la facturacion
232. G ¡NOOOO|| ¡es ENORME como esfuerzo !
233. AA (XXX criden tots a la vegada)
234. M NOS VALE EL CUATRO | pero sobre la primera entrega | luego : : ya veremos
235. G ¡UN CUATRO NOOO!
236. A cincuenta mil no es tanto | porque tenemos clientes que hacen pedidos mas- pedidos mas largos-
237. M pero pero este es el PRIMER pedido | somos la PRIMERA cadena en españa | la notoriedad para ustedes va a ser **ENORME** |
238. A (XXX criden tots a la vegada)
239. M y pensamos reanudar los pedidos
240. F y tambien somos nosotros *que-que-que-* hacen la [publicidad ] |
241. G [pero-]
242. F que hacen la comunicacion y tal o sea | UN ESFUERZO | bueno | en un : : en UN GOLPE ASI | EN UNA VEZ
243. G ¡UN CUATRO NOOO!
244. AA (XXX criden tots a la vegada)
245. T y después | a cuanto habeis evaluado el esfuerzo de : : comerz- la comercializacion || darnos cifras concretas / y asi podemos hablar mas | mas concretamente de como repartir estos costes [porque ]
246. M [pues]
247. T si hacemos un descuento de : : de veinte por ciento porque haceis el *merchandaising* ES UN POCO...

248. J no | pero este *merchandaising* va tambien permitir e : : vender mucho mas / | y [poner \*e : : sus productos primero]
249. T [CLARO CLARO | pero por eso] preguntamos exactamente que tipo de *merchandaising* es | porque si es poner papeles | un poco- [o poner un cartel]
250. J [no >nuestra idea] es poner sus productos mas de relieve que los otros en nue : : nuestras : en nuestras cadenas
251. T ¿y habra tambien e : apoyos publicitarios ? o : : o : : tambien...
252. F de todo
253. T [de todo]
254. J [pero] usted sabe que lo mejor para vender un producto en este tipo de cadena | es poner el producto mas a- adelante que los [otros /]
255. T [pero ] esto no tiene [costes ]
256. J [pero eso]
257. T es-es un esfuerzo de *merchandaising* lo [entiendo /]
258. J [si si]
259. T pero no tiene costes
260. M Si tiene costes \
261. J sí | tiene costes claro | tiene coste de : : (manutencion) | tiene coste de : : de : : salarios mas | tiene coste de : : de : : \*e : : [de : ]
262. T. sí sí lo entiendo]
263. J de trabajos temporales | [que...]
264. T. [pero] pero no tanto como | no tanto como l la publicidad
265. M pero de todas formas teniamos planeado ponerle la publicidad | por POR LO MENOS AHORA EN NAVIDAD
266. T PUES | PUES *POR-POR* ESO PREGUNTO PREGUNTO YO PUBLICAMENTE /| [LO QUE VAIS A HACER]
267. M [si saldra o no ...]
268. T porque si | les damos un descuento por [ESO /]-
269. J [pero bueno...]
270. T pero no sabemos | concretamente que [vais a hacer]
271. M [justamente] | al ser la primera vez necesitamos tambien | o sea crear esa : : esa CONCIENCIA en los CLIENTES de que existen nuevos productos | que tenemos un nuevo proveedor | y entonces Sí vamos a empezar por un-un poquito de publicidad || luego VEREMOS si la continuamos o no | pero para la campaña de navidad Sí ESTÁ PREVISTA \
272. G vale porque | cuatro no : : | porque : : bueno : : es demasiado pero : : a ver| hasta el tres coma cinco : : / bueno-
273. M tres coma cinco



274. G bueno solo para : : para la primera la primera entrega

## Seqüència 16

### Nova proposta inesperada

275. A al nivel de la produccion podemos bajar el precio si hacemos setenta mil unidades \ | que nos diminue el cuest- el el : coste asi | creo que podemos hacer una un : descuento de cua- cuatro por ciento / | si | hacen un pedido de setenta mil unidades

276. T eso | si quereis [añadir]

277. J [¿setenta ?]

278. T veinte mil unidades para el principio del [año proximo/

279. M [o sea] añadir veinte mil [unidades]

280. F [pero eso :]

281. T añadir veinte mil para ENERO | [por ejemplo]

282. A [entonces] asi ganas dinero y : nosotros tambien \

283. T porque si vais a vender durante navidad | cincuenta mil productos / | seguramente tendreis \*e : : clientes-

284. M [¿cuan- ? ¿cuan

285. F [pero pero ¿cual es la pro- proposicion ?]

286. M a que precio nos podrian nos podrian entregar [las veinte mil unidades \]

287. A [si si] esto el siete de diciembre | tambien

288. M ¿el siete de diciembre ? | o sea ¿treinta mil en realidad el siete de diciembre?

289. G no : :

290. J es un poco tarde | para : : para : : para el transporte | no se...

291. J i M [XXXXXXXXXXXXXXXXX parlen baixet]

292. F [PARA CINCUENTA MIL NO ES-]

293. AA [XXX parlen tots a la vegada]

294. T eso es producción / | [asi que /...]

295. A no porque | el problema es que que podemos [producir]

296. M [¿ no nos puede ?...]

297. F a : : a : : | oqué | pueden producir mas..

298. J [y veinte i veinte /]

299. A podemos poner todo en marcha [y producir mismo dia y noche]

300. M [mejor veinte veinte] y ya está \

301. J veinte el treinta | y veinte : : el siete

302. A Sí | también-
303. M sí ||↓ también así echamos la semanita después de navidad
304. A porque también tenemos [clien-]

## Seqüència 17

### Acceptació de la nova proposta i renegociació del descompte

305. M [pues] vale el descuento del cuatro \ || AUMENTAMOS EL PEDIDO DE VEINTE MIL UNIDADES EL DESCUENTO DEL CUATRO POR CIENTO POR LO MENOS PARA LOS TREINTA MIL PRIMEROS
306. G pues en lo que re- y pa : : para el resto /
307. M para el resto son veinte mil y veinte mil | tres / || ¿les vale?
308. A >sí
309. T no : : no | porque tres veces mejor | no : para las otras uno por ciento |
310. M [dos]
311. T [ya hemos] ya hemos cumplido | que | este cuatro por ciento [es excepcional]
312. G [¿dos?]
313. M [no : :]
314. G [cuatro por ciento es excepcional]
315. T para el primer pedido | NOSOTROS [TAMBIEN SOMOS UNA EMPRESA JOVEN]
316. F [¿cuatro por ciento es excepcional ?]
317. A sí | claro
318. T sí | hacemos tres por ciento a clientes regulares \ || tres por ciento a nuestros mejores clientes \ || [es que nosotros /]
319. M [pero vamos]-
320. F [PERO VAMOS A COMPRAR] SETENTA MIL UNIDADES es es-
321. T pero **AUN NO** / || que yo sepa \ | a- aun no tenemos- o sea | nosotros somos una empresa joven tampoco podemos-
322. F PERO TAMBIEN TENEIS SUBVENCIONES DEL GOBIERNO : : Y DE TAMBIEN [TAMBIEN DE : :]
323. T [ pero no veo] | usted no conoce | yo soy el director financiero / | y se exactamente la : la situación financiera | de nuestra empresa / | y se que *hay-hay* condiciones *de-de* venta que no se pueden hacer | porque va a poner en riesgo [el :]
324. F [pero] también tenemos muchos proveedores | y [clientes-]
325. G [Sí | PERO...]
326. F QUE NOS PROPONEN CUATRO POR CIENTO SINO **MAS**

327. G [¡NO UN CUATRO POR CIENTO !]

328. AA XXX

329. F [¡PERO CLARO QUE SI!]

330. M [VAMOS A VER] no se puede-

331. T nosotros tambien | si añadimos | SI-SI subimos nuestro precio de diez por ciento | podemos hacer un descuento de quince por ciento | pero eso no es la cuestion / || además hacemos un precio | que : está cerca | *de/-de/* precio que nos cuesta || \*e : : hacemos-

332. A no podemos hacer mas

333. T te- tenemos un un limite de descuento que : hemos establecido porque si no | no cubrimos [nuestros costes /]

334. X [dos con cinco]



### **ANNEX III.**

TRANSCRIPCIÓ DE LA NEGOCIACIÓ 1 AMB LA  
CODIFICACIÓ DE LA CV I DE LA CNV.



## ANNEX III

## TRANSCRIPCIÓ DE LA NEGOCIACIÓ 1 AMB LA CODIFICACIÓ DE LA CV I DE LA CNV

Aclariments: Per tal de tenir una visió acurada de la relació entre la intensificació verbal i la no verbal, s'han subratllat amb groc els elements de cada columna que es corresponen i que es situen cronèmicament en el mateix espai.

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal				
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica	
		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors	Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte
<b>1. Agraïment per la vinguda i definició dels objectius de la reunió.</b>							
1.	M.	pues   buen- [buenas tardes]/					
2.	G	[buenas]					
3.	M.	gracias por haber venido/   este : : como sabéis estamos aquí para : : a ver   INTENTAAR    ponernos de acuerdo sobre las fechas de entrega y condiciones de pago   de las ventas de navidad de sus productos /    bueno pues   para empezar quisiéramos saber un poco lo que : : lo que ustedes tienen para proponernos \					

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors	Mov. Cos en l'espai	
						Auto	Objecte	
<b>2. Presentació dels membres de SEDATEX, de l'empresa i dels productes.</b>								
4.	G.	*e: : pues que antes de todo les presentamos nuestros productos /    bueno   voy a presentar : : mis colegas / que son bueno   toma peti que es el director de : finanzas /    anael ribero que es : pues la : la directora de : : de la produccion   y yo mismo gael : floclé / que : soy la : : la directora de : : de ventas \    y : *e : : bueno para : : *e : : bueno   sí somos una : : una- empresa de : : una- bueno- somos jov- somos jovenes y hemos creado la empresa desde- bueno :  hace un poco de tiempo  pero tenEmos   bueno   productos bastante : sofisti- sofisti- sofisti-CADOS/  y muy : : actuales pues   proponemos po : : r las navidades /   pañuelos y : : chales de seda /    bueno que : : sí- tienen un diseño muy actual / y : tambien muy sofisticado- muy <u>sofisti-CADO</u> /   con : : bueno- \ y : : : casual que tenemos buenos precios \ para- para poder : : venderlos						
5.	M.	mhm						



Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
<b>3. Es posen d'acord sobre el preu ja estipulat</b>								
6.	G.	*e :: y yo creo que por teléfono ya habíamos :: un poco hablado de :: del precio justamente /						
7.	M.	Sí						
8.	G.	y :: nos había dicho que *e :: os interesaba :: cincuenta miles   bueno- unidades de :   de :: un producto que :: proponemos /						
9.	M.	mhm						
10.	G.	*e :: y con un : precio de cincuenta euros   era eso por teléfono \						
11.	M.	el : precio de VENTa cincuenta euros \   o sea que nosotros su precio de venta era treinta ↓ ¿no?						
12.	F.	son [cincuent-]						
13.	M.	[si no me equivoco \ ]						

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
		Transcripció	CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
4. Es produeix una situació de parèntesi i de confusió perquè se'ls havien donat fitxes de treball errònies a un grup: era una versió antiga en la qual els preus eren en pessetes mentre que l'altre equip ja els tenia en euros. S'ha de desfer el malentès amb la intervenció discreta de la professora.								
14.	F.	son cinco mil pesetas \   o sea- o sea- hace treinta euros \    de compra \   el precio de compra \    incluido tambien el transporte y : : el aseguro \						
15.	T.	XXXXXXXXXXXXXX						
16.	F.	¿oqué?   son treinta euros que no : : que : bueno   el producto no : : no : los vende a \...						
17.	G.	no no /   eran cincuenta						
18.	F.	son cinco [mil pesetas \ ]						
19.	J.	[ CINCUENTA] es el precio : : que vamos a vender pues-						
20.	T.	tienen cinco mil pesetas    tenemos cincuenta euros \    así que no tenemos el mismo precio de venta \    [para empezar \ ]						









Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
21.	G.	[no   eran] cincuenta euros/   que el [ precio nosotros]						
22.	T.	[nosotros] tenemos cincuenta   y ellos lo han transmitido a treinta \   asi que...						
23.	G	podemos venderlo a cincuenta euros /						
25.	M.	>vale   nosotros a setenta y cinco \						
26.	G.	ESO   era [eso]						
27.	M.	[vale]						
28.	G.	nuestro precio de- de venta    *e :: es : cincuenta euros \						
29.	M.	vale   muy bien \						
30.	T.	TOMAMOS  TOMAMOS UNA BASE DE [CINCUENTA EUROS si-si-si]						
<b>5. S'acaba el malentès perquè s'han posat d'acord amb el preu de venda de SEDATEX i el preu de venda del CB. Comença la negociació</b>								
31.	M.	[fue un error pero no   pero no ...]	nega	☹ ==				avança

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
32.	T.	tomamos una base de cincuenta euros /   y a partir de ahí   pues dependiendo en : en el tipo de contrato que hacemos   y : en la : : y en la duración y en la evolucion de las cosas   veremos la evolucion   pero sí que por telefono el precio   por el cual [habiamos : : e : :]	assenteix	↔ △ ↓ ↗  🕒				
33.	M.	[sí   sí que] estamos de acuerdo que eso incluye el transPORte / y todo ¿no?	assenteix	"↑⚡" ↑↑				
34.	G.	si si   eso es   el seguro / y el transporte \]	assenteix	▲ ↓ ▲				
35.	F.	en cada : : en cada : : tienda \   o sea si queremos bueno-		↓ ↺			llapis	
36.	M.	NO NO   eso es para [nosotros]						
37.	T.	[eso :] depende : : ya de vosotros...	nega	↻				
38.	G.	y después son ustedes que va a- xxx (OBJECTE QUE CAU A TERRA) (RIALLES)     las mercancías /		▲ ↻ ↑	rialles			avança

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
<b>6. ESTAMPATS: Comença la negociació. CB vol saber quants estampats els poden fer</b>								
39.	M.	pues a ver para empezar    quisieramos primero ver   CUANTOS estampados distintos nos pueden proponer /  ↓ porque esta bien lo de cincuenta mil unidades pero: : /	aixeca  assenteix inclina	↓ ⇔ "↑‡"  ↓△				retira  inclina
40.	A.	esto va ya a depender   porque soy el director de la produccion /   y esto va ya a depender de la fecha de entrega \    porque para nosotros es posible hacer hasta veinte /   pero tenemos que tener tiempo para hacerlos \   claro     y : : esto : : dependra \    para nosotros lo mejor era tener una fecha de entrega del siete de diciembre \    y [esto : : /]	sacseja	↔ ↻  "↑‡"  ‡ ↔ ‡	espatlles		paper	avança
41.	M.	[para veinte] estampados   por supuesto \	cap inclinat			barbeta	llapis	inclina
42.	A.	para veinte estampados \ claro \	assenteix	"↑‡"				




Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
43.	T.	claro despues todo- todo depende de : de lo que tenemos en- en existencias /   *e : : podemos ver para vosotros lo que esta dispuesto <i>mas-mas-mas</i> pronto/  pero para tener sí   un maximo de <b>estampados</b> /   el :   el :  plazo de de entrega   va a ser   <i>mas-mas</i>   [largo <b>claro</b> ]	cap inclinat  <b>cap inclinat</b>  <b>abaixa</b>	↓‡  ↓ "↔↔"  ⌚				
44.	G.	[XX]						
45.	A.	<b>tenemos mucho en existencias</b>   <b>tenemos mucho</b>  y podemos   provee : : proveerles ya   pero \...	<b>assenteix</b>	↔  "↑‡"			llapis	<b>avança</b>




Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
<b>7.Comencen a negociar LA DATA concreta de lliurament que va lligada amb el nombre d'estampats que vol CB</b>								
49.	J.	<p>pues a : nosotros claro que ::</p> <p>que nos interesaria tener un : una gama amplia /   porque tenemos tambien una clientela amplia</p> <p>que :: queria tener una gama variada para :: para poder elegir /    pero :: nuestro :: principal problema es : claro   has dicho   es la fecha de entrega    porque : empezamos las ventas   seis meses antes de navidad /    y tambien tenemos una :: una politica de : de : <i>merchandaising</i> para :: poner de :: de relieve sus *e :: su : sus productos /    y eso :: eso necesita mucho tiempo   </p> <p>entonces *e :: para nosotros /  </p> <p>*e :: lo mejor   seria tener la :: la mitad de los productos   el quince de noviembre /    y :: otra parte el treinta de noviembre  </p>	assenteix	       				














Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
50.	G.	>bueno e : el quince de noviembre me parece un poco : corto para nosotros porque : : o sea- como lo sab- bueno    tenemos tambien   otro clientes o sá [que proveer...]	assenteix	↑  ↻				balanceja
51.	M.	[pero es que]		"↔↔"				
52.	T.	[pero eso] eso que tambien depende :   parece un poco corto   pero depende de que tipo pedido vais a [hacer- /]	assenteix	"↕↔△"				
53.	M	[claro]	assenteix	↔ ↑				
54.	J	[si   claro]	assenteix	↑				
55.	T.	si-si estamos como he dicho de acuerdos    y creo que el director de la produccion nos puede confirmar eso \   si nos ponemos de acuerdo   sobre un pedido : :  de del tipo de prendas que tenemos en existencias / [pues eso]	apuja i abaixa	↗ ↻  ↓ »↗△»				
56.	M.	[si claro si]	assenteix	↻				

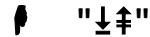









Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
57.	T.	os lo podemos entregar /   aunque bueno no- no lo cojamos de otros clientes /  pero lo podemos entregar <b>mas pronto</b> <b>que : : que [productos]</b>	assenteix					
58.	G.	[ XX ]						
59.	T.	mas variados que tenemos que producir   y despues /   e : podemos estimar el: : el tiempo   la duracion de : : de produccion /    que que vamos a tardar para otras prendas /   y hacer otros contra- e : : otros contratos /   asi en duracion *e : :  con diferentes   con diferentes fechas /   y  que asi ya : : \   a digamos a finales de : de diciembre   o para cuando : : para cuando : sea	apuja i abaixa					
60.	M.	si   pero si es para navidad /...	<b>inclina</b>		<b>somriu</b>			
61.	G.	si pero-						

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
62.	T.	no   pero depende de que que productos   ¿no ? pero: : [pero: : ]	assenteix abaixa					
63.	J.	[pero] entonces los productos que ya teneis en existencias podemos decir  que: : e : el quince de noviembre /   podeis entregarnos : estos /  y : : la [otra parte]	assenteix	↑✚  "✚✚"  ↻ ▲				
<b>8.Comença la negociació del tipus de pagament</b>								
64.	T.	[pero]   pero los productos si : entregamos *e : : productos el quince de noviembre una cosa que : : que va a tener que hacerse    es *e : : pago a la entrega    ↓porque   porque es un periodo bastante : : bastante : de actividad bastante intensa    y tenemos muchas   e : : muchas   muchos criterios que : : que que rellenar   y : : bueno esto seria una : una de las [condiciones]	inclina i abaixa  sacseja	↓  « mans sota la taula »  «↑ ( ) »		front		
65.	G.	[claro]	assenteix					

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal				
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica	
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors	Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte
66.	T.	para esto    despues podemos hablar de : : de posibles descuentos /   pero : pero : el pago a la a la entrega sera : sera : [ indispensable]	inclina	« mans sota la taula »  ↓		mans sobre els genolls	
67.	G.	[muy importante]	assenteix				avança
68.	T.	pa- para nosotros  que somos una   pequeña empresa /   y creo que [es-]	inclina i sacseja	↻  «↑ ( )»			
69.	F.	[bueno pero...]		↑ ←			
<b>9.Deixen de negociar el pagament, de moment, per tornar al nombre d'unitats i d'estampats</b>							
70.	M.	[cuantos- cuantas] unidades serian \	aixeca	☺		barbeta	retira
71.	A.	*e : : bueno   tenemos ya ahora /		↓			llapis
72.	G.	¿veinte ?					
73.	A.	veinte mil en existencias \	assenteix	↓			
74.	M.	¿veinte mil unidades? [¿cuantos estampados?]	assenteix inclina			barbeta	
75.	T.	[cinco   cinco estampados \]	assenteix	☺			

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal				
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica	
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors	Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte
76.	M.	¿cinco nada mas ?	aixeca			barbeta	
77.	T.	nada :   e :: cinco productos e :: [me parece bien   vamos]	assenteix				
78.	G.	[si cinco estampados\]	assenteix				
79.	M.	porque...	inclina			barbeta	
80.	F.	cuanto tiempo necesitas para : PRODUCIR    por ejemplo   DIEZ MIL unidades   con   quince estampados diferentes \    yo quiero    cifras   bueno- preci-   bueno- mas o menos	apuja abaixa  assenteix  assenteix	  "●"  agita la mà amb els dits agrupats   ●  agita la mà amb els dits agrupats 			
81.	A.	[quince estampados]	assenteix				llapis
82.	T.	[eso :: eso es-]					
83.	A.	hasta el quince de noviembre \	assenteix				llapis
84.	F.	[cuanto- cuanto tiempo necesitais \ ]					
85.	T.	[¿exactamente?]					



















Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
86.	A.	quince estampados   hasta el quince de noviembre \	assenteix	!				
87.	T.	eso es produccion   [asi que...]		↻ (assenyala la seva companya A)				
88.	F.	[o sea] podemos tener   podemos tener   mas o menos treinta mil unidades   para el quince de noviembre /   eso se puede \	abaixa	↓ ↓				
89.	T.	[sí   eso se puede\]	assenteix					
90.	A.	[el quince de noviembre tendran-]		↓			llapis	
91.	G.	¡NO NO   NO!	abaixa i apuja	!				
92.	T.	sí   veinte mil [sí]	(mira G)	↘				
93.	F.	con] los veinte mil que ya : : ya teneis /   y los diez mil que- que-	assenteix	↓↓				
94.	M.	que podeis producir [de aqui alla \]	assenteix	↶				
95.	T.	[si   eso seria posible \]	assenteix					






Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
96.	M.	entonces- eso estaria bien /   porque nos encontraríamos con VEINTE uni- e : : estampados /    no todas la unidades pero ya : : o sea ya todos los estampados distintos \      y luego : : si nos puede-	assenteix					retira
97.	F.	a principios de nov- de diciembre [el resto]	abaixa					
98.	M.	[el quince] de noviembre   y luego en [el treinta]	abaixa inclina					
99.	J.	[el treinta] mejor   mejor sí    y para vosotros tambien [seria mejor]	assenteix					
100.	T.	[no   pero] pero despues para veinte mil mas /    hay que entender que :	assenteix					
101.	A.	[tenemos que cambiar todo]						
102.	T.	[que necesitamos] dos semanas mas /	assenteix					
103.	F.	si [si]	assenteix					
104.	T.	[no] solo una semana...						
105.	F.	o sea   a principio de noviembre seria- de diciembre- /	assenteix					

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
106.	AA.	XX						
107.	T.	y asi a finales de diciembre   podeis tener la : :-	inclina dreta	"más o menos" ↶				
108.	F.	PERO MIRA NO     porque : : vendemos   bueno   la : : la mayoria de la : de la : de la : de la : : de lo [que]...	nega	"↶↷↶↷"»  ↕				
109.	T.	[ YA ]    PERO DEPENDE    DEPENDE UNA VEZ MAS QUE TIPO DE PRODUCTOS- /	apuja i abaixa	"↶↷↶↷"				
110.	F.	los productos se venden por la navidad    o sea durante la period- el periodo de navidad o sea que   lo necesitamos ante- bueno mucho tiempo antes    o sea dos semanas por lo menos /    y : seria ideal un mes   un mes antes    o sea...	sacseja	"↶↷" ↶  ↷  ↷ ↶ ↷	espatlles			
111.	A.	no : :						
112.	T.	ya pero lo que lo que pasa es que ya tendreis-	inclina	↶ ↷				



Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
113.	J.	y es importante tambien para vosotros    si si queremos ven- vender sus productos-	assenteix.	▲ ↶ ↷				
114.	T.	si pero si no podemos producir    no podemos   no podemos   *e : : daros la mercancia o sea \	nega	↑⚡ ↷				
115.	A.	el quince de noviembre						
116.	G.	[pero]						
117.	T.	[yo creo] que si teneis treinta mil /   hasta : : para para el treinta de noviembre /  ya podeis ir vendiendo estos productos  que son que son muchos /  y ya [seria una buena venta /]	apuja i abaixa	☞ ↑ ☞ "↗☞" ⌚  ↓				
118.	A.	[ que son quince estampados   ya]-		☞				
119.	M.	para el TRENTA VALE     pero para el siete de diciembre NO ES [POSIBLE]	assenteix  nega	☞  « nega amb el dit »				avança

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors	Mov. Cos en l'espai	
						Auto	Objecte	
120.	A.	[no]   el trenta tendran quince estampados   pero    hacer cinco MAS   tenemos que mudar toda la cadena de produccion /   y no podemos  hacerlo antes del siete de diciembre    asi que los cinco estampados mas TENDREMOS quince]	assenteix	       				llapis
121.	F.	[bueno]   xxx el el siete de diciembre    de acuerdo	saceja	  				llapis
122	G.	[LOS TREINTA MIL MAS]						
123	F.	[el resto de la produccion-]	sacseja					llapis
124.	G.	VEINTE MIL MAS	apuja					
125.	T.	EL QUE SI ES POSIBLE   es el resto de los veinte mil mas /	apuja i abaixa	 				
126	G.	[CON CINCO ESTAMPADOS MAS]		 				llapis
127.	T.	[con cinco estampados]    y para diez estampados o quince    una semana mas	apuja i	 				

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
128.	A. A.	(XXX parlen tots a la vegada)						
129.	T.	porque representan otros cambios    y por eso   necesitabamos dos semanas para hacerlos \    pues los quince...	apuja i abaixa					
130	F.	la verdad es que es para nosotros-	abaixa	==				
131.	J.	vamos a empezar las ventas un poco mas tarde-	assenteix	 				
132	T.	si y [para nosotros]	inclina					
133.	J.	[y :: entonces]	assenteix	==				
134	T.	pero tambien somos nosotros    que no podemos producir mas que-	inclina	« mans sota la taula »	espatlles			
<b>10. La negociació no avança i CB intenta convèncer SEDATEX amb la notorietat de la marca CB.</b>								
135.	F.	IMAGINENSE   somos la primera cadena en españa \     en terminos de :: de :: prenda de : [de :]	assenteix	"  ●" « agita la mà amb els «dits agrupats »  				
136.	T.	[por eso] [estamos haciendo]	assenteix	« mans sota la taula »				

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal				
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica	
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors	Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte
137.	M i J	(es parlen en veu baixa)					
138.	F.	[es para vosotros]  vamos a hacer publicidad   vamos a comunicar sobre esta marc- sobre este producto o sea que    si podeis hacer un GRAN esfuerzo   poneros de acuerdo que : : bueno   no : no : : nos proveen [ ANTES y	assenteix  assenteix	"↑●" ↻  "●↻" «  "  ↻●" ↘↻ ↻  ↻ ⊗⊗			
<b>11.SEDATEX contraataca esgrimint l'arma de l'ètica professional de l'empresa</b>							
139.	G.	[sí   lo sabemos]    el problema es que : : la produccion se hace : : xxx determinado y...	assenteix	↘ ↗			balanceja
140.	AA.	XXX (parlen tots a la vegada)					
141.	T.	nosotros tenemos   tenemos una cierta- una cierta etica   de : : de [produccion] /	assenteix	↘↻			
142.	M.	[nosotros   tenemos una propuesta]		"calma"			
143.	T.	una cierta etica   de : : de [produccion] /		↓			









Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal						
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica			
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai	
						Auto	Objecte		
144.	J.	[si claró]	assenteix	↑					
145.	T.	de calidad /		"↓" ↑					
146.	F.	[oque]	assenteix	↙					
147.	M.	[si claró]	assenteix	"↑‡"					
148.	AA	XXX (parlen tots a la vegada)							
149.	T.	que que os podria decir   os podriamos decir *ehh Sí tendremos todo para esta fecha    pero si no lo vamos a : : a cumplir   me parece que va a ser un problema para nuestras rela- relaciones futuras /  para vues- vuestro plan de ventas / y todo eso     el caso es que : : una produccion tal para el siete de diciembre   con tantos estampados va a ser complicado   ↓asi que : : /	apuja i abaixa     apuja i abaixa	↖ ↑ ↷  ↶ ↷ ↶ ↷  ↶ ↷ ↓				genoll	
150.	F.	buenos nos ponemos de acuerdo para...		↓					
151.	AAA.	XXX (vàries persones parlen a la vegada)							

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
<b>12.Proposta de CB de condicions de pagament</b>								
152.	G.	a ver   la propuesta		↑				
153.	M.	↓↓tenemos una propuesta para- para empezar   que por supuesto la calidad importa y por eso les hemos elegido a ustedes	assenteix	"calma" "↔" «↑»	espatlles			avança
154.	G.	Claro	assenteix					

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
155.	M.	<p>entonces   en principio   decimos que serian las primeras unidades el QUINCE de noviembre /</p> <p>y luego <b>TODO EL SIETE</b> de diciembre \    <b>TENEIS QUE TENER EN CUENTA</b> que si empezamos el siete de diciembre la rentabilidad no será tan buena  </p> <p>porque empezaremos a vender mas tarde    entonces queriamos volver a las condiciones de pago   que si decimos siete de diciembre el resto   pues el pago no seria a la entrega   el quince de noviembre sino treinta dias mas tarde \   porque vamos a necesitar tesoreria y : : todas esas cosas para poder lanzar las [ventas]</p>	<p>apuja i abaixa</p> <p><b>assenteix</b></p> <p><u>sacseja</u></p> <p>puja i abaixa</p>	<p>↓ ↘ ♀</p> <p><b>↻</b> <b>"↑↻"</b></p> <p>⌚ ♀</p> <p>== ♀</p>	espatlles			avança
156.	J.	[si ] empezamos las ventas mas tarde <b>claro que necesitamos</b> [*e: : ]	<b>assenteix</b>	▲ <b>"↑↻"</b> ▲				

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
<b>13. involució de la negociació: manca d'acord en les dates de lliurament</b>								
157.	T.	[pero] por que solo quereis una- en :: hay algo que no entiendo \   la segunda parte solo el siete de diciembre /    si ya os podemos dar   e :: dos tercios de es- bueno o :: o :: la mitad de eso el treinta de [noviembre]	nega  apuja i abaixa	↕  ☞ ☞ ☞ ☞ ☞ ☞ ☞ ☞				
158.	M.	[o sea] seria- en en tres partes\	assenteix	↓    ↑				avança
159.	G.	>si	assenteix					
160.	T.	para nosotros   bueno- si-si-si vosotros aceptais en tres partes /   va a ser   yo creo que    bueno- por lo menos ya tendremos mucho mas prendas para el treinta de noviembre   y no habra que esperar hasta el siete diciembre   porque   tres semanas para las veinte mil primeras prendas /   a lo mejor sera un poco :: un poco un poco justo y nos que :: daremos fuera de...	assenteix	↕    ↶    ↷  ☞ ☞ ☞ ☞ ☞ ☞ ☞ ☞  ↓				



















Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors	Mov. Cos en l'espai	
						Auto	Objecte	
161	AA.	XXX (parlen tots a la vegada)						
162.	G.	bueno   la : primera parte   la primera parte  -trenta mil : / e para el quince  era eso	assenteix	 ↑ !			llapis	balanceja
163.	T.	vente   vente    les : vente mil de existencias	gira (mra G)			clatell		
164	G.	la primera el quince-	gira (mira T)	↓ 				
165.	F.	NO   son trenta mil   unidades -	assenteix	↓				
166.	G.	son veinte mil   MAS diez mil	gira (mira T)	" ↓  "			llapis	
167.	M.	son veinte mas diez mil	aixeca					
168.	F.	mas diez mil de produccion que vais [a hacer]	assenteix					
169.	G.	[trenta mil]   y despues quedan veinte mil   pues diez mil el trenta de [noviembre]	assenteix	! 			llàpis	
170	F.	[mmm]	abaixa					
171	G.	y diez mil el siete de diciembre	assenteix	"  "			llapis	
172.	M.	vale	assenteix				llapis	
173.	J.	entonces para : : los-		▲				


Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors	Mov. Cos en l'espai	
						Auto	Objecte	
174.	G.	PERO para los diez mil-	abaixa i puja	"p"			llapis	
<b>14. Es renegocia el pagament</b>								
175.	J.	pero para las condiciones de pago seran un poco diferente   y necesitamos : treinta dias   despues de la entrega   y para el resto : : /	assenteix	▲ ↑ ▲				
176.	M.	o-o-o   que tal si hacemos para los primeros treinta mil pago a [la entrega-	abaixa assenteix	✍ p			llapis	avança
177.	T.	[si]						
178.	G.	[si claro]		✍			llapis	
179.	M.	porque [entendemos que lo necesitan]	sacseja	↑    ‡			llapis	
180.	T.	[sí   es indispensable para nosotros -]	sacseja			genoll		

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors	Mov. Cos en l'espai	
						Auto	Objecte	
181.	M.	por supuesto \    pero y luego para el treinta de noviembre   o sea los otros diez mil /    se los pagaríamos   en la primera entrega a sesenta   y en la otra a treinta	assenteix apuja i abaixa	"↑☞"			llapis	
182.	G.	pues por que no xxx	abaixa	↑			llapis	
183.	M.	o sea despues de haber recibido todo :: todo :: lo que falta   todo lo que nos falta-	assenteix	↑ »☞☞»			llapis	retira
184.	T.	no   eso se :: eso podemos [hacerlo] \	assenteix				braç al respatller de la cadira del costat	
185.	J.	[eso es mejor] tambien para :: para :: los movimientos de CUENTAS etcetera \	assenteix	↑ ☞ ▲	braç		llapis	
186.	G.	porque la   la : la produccion del TRENTA /    *e :: sesenta dias mas   [¿para que ?]	aixeca	☞			llapis	balanceja

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors	Mov. Cos en l'espai	
						Auto	Objecte	
187.	M.	[asi pagamos <b>A LA VEZ</b> ]    treinta dias despues de la ultima entrega pagamos todo lo que   lo que nos falta   ↓las veinte mil u- unidades que [nos faltan] (fading)	assenteix	↑↑  ↑↑↑			llapis	
188.	T.	[si porque] asi tendremos-	gira (mira G)	↑				
189.	G.	[porque]		==			llapis	
190.	T.	[si si si]   son buenas condiciones [para nosotros]	assenteix	↑				
191.	G.	[A PARTIR ] DEL SIETE DE DICIEMBRE   sesenta	sacseja	↑			llapis	
192.	M.	Treinta \	assenteix	==			llapis	
193.	J.	a partir del siete <b>TREINTA</b>   y a partir del <b>TREINTA</b> e : sesenta   entonces pagaremos al mismo tiempo /]	assenteix	↔ ↑ ↑ ↔ ↑↑			llapis	
194.	T.	[o sea el quince] de noviembre recibiremos   el dinero   para : : trenta mil prendas /	gira (mira G)	↑				avança
195.	G.	mhm	assenteix					

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
196.	F.	bueno   a setent- a : : sesenta dias teneis todo : : todo : : el dinero *e : : de las veinte mil unidades    IGUAL	abaixa i apuja					
197.	T.	SI SI SI     es este tema de las   de las finanzas   iniciales   que nos- que nos importaba   □por eso si lo podemos arreglar asi...	assenteix	  				
<b>15. DESCOMPTE</b>								
198.	F.	bueno   tambien hay que quedar en : :   hay que- tener en cuenta <i>el-el</i> descuento porque   es que es la primera vez que : : que tratamos juntos <i>un-un</i>   <i>algo-algo</i> parecido /     y TAMBIEN los vendeis cincuenta euros   y los vendemos setenta- sese- setenta y  cinco euros \    o sea hay quince euros de : : de margen /   pero el margen NO porque tenemos que repartir la : : -	abaixa	      		barbeta	llapis paper	
199.	T.	veinticinco   cincuenta por ciento \	abaixa i					

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
			mira					
200.	F.	pues veinticinco	assenteix				llapis	
200.	T.	cincuenta por ciento \	assenteix	"↑ 				
201.	F.	pero tenemos que repartir todo /   y eso vale   vale un monton vale un...	sacseja	  ↑ «●  »			llapis	
202.	M.	si y la distribucion es [xxx]	inclina	"↓() 			llapis	avança
203.	F.	[o sea o sea] vale MUCHO \	sacseja	"gira el full de paper"			paper	
204.	G.	pues   [lo que pasa es que]-					llapis	

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal						
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica			
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai	
						Auto	Objecte		
205.	F.	[y bueno [como es] bueno   somos un :: un cliente interesante para vosotros   primero \     la primera cadena en españa /   Y es verdad  que con todos los clientes tenemos   *e :: los provee- proveedores tenemos *e :: condiciones   en lo que concierne los descuentos muy interesantes-  o sea que hay que hacer un un esfuerzo si quieren  si quieren   *e :: ser e :: referenzADOS en nuestra :: referenciados	puja abaixa  assenteix	↓    ↑‡  ↑‡  ●				llapis	
206.	T.	yo creo que [(en particular)]		↓					
207.	F.	[le escuchamos]		↑ ●					
208.	T.	la primera   *e :: fecha de de entrega /   para la primera entrega /    podriamos podemos hacer un esfuerzo en el [descuento   porque habeis-]	gira (mira G i A)	↺					avança

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
209.	M.	[ademas pagamos a] ...	sacseja inclina	"↑()"			llapis	retira
210.	T.	[ya-ya-ya- lo he...]	assenteix	"↑👉"				
211.	G.	si claro					llapis	
212.	T.	[para esta] esta entrega [si que podemos *e :: hacer un un descuento de : mas o menos tres por ciento /	abaixa	👉 "↑●"			clatell	avança
213.	M.	¿MAS   O MENOS ? ((rialles))	inclina	↓			llapis	
214.	T.	de de un [tres por ciento]	inclina	↑			clatell	
215.	G.	[un tres por ciento]	aixeca	== ↑			llapis	
216.	F.	entre tres y cuatro	assenteix	↔			llapis	
217.	T.	[no :: XXX]		↓				
218.	F.	[↓entre tres y cuatro por ciento]	assenteix	↔			llapis	
219.	G.	NO :: bueno   tres-tres por ciento...	gira cap a T	👤			llapis	



Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors	Mov. Cos en l'espai	
						Auto	Objecte	
220.	T.	no   tres por ciento son las condiciones que   que hacemos a nuestros buenos clientes  que ya tenemos desde   desde desde mucho tiempo \    asi que   creemos que es fuerte-	sacseja  sacseja	↑  « ↑ ≠ Δ »				avança
221.	J.	si pero nosotros somos un cliente que : : que vais   que que va-	puja i abaixa	↺ ↑				
222.	T.	[po- por]	assenteix	"↑Δ"				
223.	J.	[que que va a permitiros ]		"↑👏"				
224.	T.	[por eso]	assenteix	"↑Δ"				
225.	J.	tener un notoriedad-/	assenteix	"↑👏"				
226.	T.	por eso os ofrecemos nuestra mejor propuesta     por eso os ofrecemos nuestras [mejores condiciones]	assenteix	"→●"  👏				

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors	Mov. Cos en l'espai	
						Auto	Objecte	
227.	G.	bueno   estamos al primero de noviembre /   y dentro de quince dias   YA /    *e : : bueno   tendrei- si- tendran *e : : TRENTA MIL unidades que : :   a ver  <b>ENORME</b> en : quince dias	assenteix (	↑  ↘  ! « ↓✍ »			llapis	
228.	M.	xxx dias mas	inclina	↓		barbeta	llapis	
229.	F.	no   pero es un cinco-	inclina	✋			llapis	
230.	J.	si	assenteix	▲				
231.	F.	por ejemplo   es un cuatro por ciento con un tres coma y cinco por ciento   sobre el TOTAL de la facturación	assenteix	↓ "↖△" ↓			llapis	avança
232.	G.	NO :   ! es <b>ENORME</b> como esfuerzo/ ;	enretira	↓	espatlle s		llapis	balanceja
233.	AA.	XXX (criden tots a la vegada)						
234.	M.	<b>NOS VALE EL CUATRO</b>   pero sobre la primera entrega   luego : : ya veremos	assenteix	« ↕↓✋ »  ↘			llapis	
235.	G.	<b>¡UN CUATRO NOOO!</b> ;	nega	↕			llapis	avança

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors	Mov. Cos en l'espai	
						Auto	Objecte	
236.	A.	cincuenta mil no es tanto   porque tenemos clientes que hacen pedidos mas-pedidos mas largos-	assenteix	↑ ↻			llapis	avança
237.	M.	pero pero este es el PRIMER pedido   somos la PRIMERA cadena en espAña   la notoriedad para ustedes va a ser ENORME	aixeca assenteix	☞ ↻ « ↕ ( ) »			llapis	
238.	A.A.	XXX (criden tots a la vegada)						
239.	M.	y pensamos reanudar los pedidos	aixeca assenteix	↶ ↻ ‡			llapis	
240.	F.	y tambien somos nosotros que-que-que-hacen la [publicidad ]	assenteix	! ●				
241.	G.	[pero-]					llàpis	
242.	F.	que hacen la comunicacion y tal o sea   UN ESFUERZO   bueno   en un : : en UN GOLPE ASI   EN UNA VEZ	assenteix	! ● ⊗ ⊗			llàpis	
243.	G.	¡CUATRO NOOO!	aixeca	↶			llapis	balanceja

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal				
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica	
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors	Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte
244.	AA.	XXX (criden tots a la vegada)					
245.	T.	y después   a cuanto habeis evaluado el esfuerzo de :: comerch- la comercializacion     darnos cifras concretas / y asi podemos hablar  mas   mas concretamente de como repartir estos costes [porque ]	aixeca  puja i abaixa  assenteix	"↑↑↑"  « ↑↑↑ »  ↓			
246.	M.	[pues]		↑			llapis
247.	T.	si hacemos un descuento de :: de veinte por ciento porque haceis el merchandaising ES UN POCO ::	sacseja	« ↓△ » U ↑↑↑ »	espatlles		
248.	J.	no   pero este merchandaising va tambien permitir e :: vender mucho mas /   y [poner *e :: sus productos primero]	assenteix	↑ "↑↑"			llapis avança

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors	Mov. Cos en l'espai	
						Auto	Objecte	
249.	T.	[CLARO CLARO   pero por eso] preguntamos <b>exactamente</b> que tipo de <i>merchandaising</i> es    porque si es poner papeles   un poco- [o poner un cartel]	assenteix	↕ ●  ↕ □ imita la forma rectangular d'un cartell				avança
250.	J.	[no nuestra idea] es poner sus productos <b>mas de relieve que los otros</b> en nue : : nuestras : en nuestras cadenas	assenteix	"↑↻👉" <b>↑↑↑</b> ↑↻			llapis	
251.	T.	¿y habra tambien e : apoyos publicitarios ? o : : o : : tambien...	aixeca	↑ □				
252.	F.	de todo	assenteix	↖		barbeta		
253.	T.	[de todo]		↗				
254.	J.	[pero] usted sabe que lo mejor para vender un producto en este tipo de cadena   es poner el producto <b>mas adelante que los [otros /]</b>	assenteix	"↑👉" <b>"↑↻↑↻"</b> ↑↻ "imita el fet de col.locar el producte a primera fila"			llapis	<b>avança</b>
255.	T.	[pero ] esto no tiene [costes ]	nega	"↑↻"				

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors	Mov. Cos en l'espai	
						Auto	Objecte	
256.	J.	[Pero eso]		"↑●"			llapis	
257.	T.	es-es un esfuerzo de merchansaising lo [entiendo /]	assenteix	"↑△‡"				
258.	J.	[si si]		▲			llapis	
259.	T.	pero no tiene costes	inclina	"↓"				
260.	M.	Si tiene costes	afirma				llapis (posa la punta del llapis a la dreita de la seva cara)	
261.	J.	sí   tiene costes claro   tiene coste de : : (manutencion)   tiene coste de : : de : : salarios mas   tiene coste de : : de : : *e : : [de :	assenteix	» ↑ ↻ »			llapis	avança
262.	T.	[sí sí lo entiendo]	assenteix	↓				
263.	J.	de trabajos temporales   [que...]		↑ ↻ ↻			llapis	
264.	T.	[pero] pero no tanto como   no tanto como   la publicidad	nega	↓				

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors	Mov. Cos en l'espai	
						Auto	Objecte	
265.	M.	pero de todas formas teniamos planeado ponerle la publicidad   por <b>POR LO MENOS AHORA EN NAVIDAD</b>	assenteix	↓↑  ⇕			llapis	
266.	T.	<b>PUES   PUES POR- POR- ESO PREGUNTO PREGUNTO YO PUBLICAMENTE / </b> [LO QUE VAIS A HACER] porque...	assenteix	↶ ↑ ↷  "⇕⇕"	espatlle s			
267.	M.	[si saldra o no ...]	aixeca	↑	espatlle s		llapis	
268.	T.	porque si   les damos un descuento por <b>[ESO /]-</b>	abaixa i apuja	"⇕⇕"	espatlle s			
269.	J.	[pero bueno...]					llapis	
270.	T.	pero no sabemos   <b>concretamente</b> que [vais a hacer]	nega  abaixa mirant	↓  ⇕	espatlles			

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors	Mov. Cos en l'espai	
						Auto	Objecte	
271.	M.	[justamente]   al ser la primera vez necesitamos tambien   o sea crear esa :: esa <b>CONCIENCIA</b> en los <b>CLIENTES</b> de que existen nuevos productos   que tenemos un nuevo proveedor   y entonces Sí vamos a empezar por un-un poquito de publicidad     luego <b>VEREMOS</b> si la continuamos o no   pero para la campaña de navidad sí esta prevista \	assenteix repetidament	"↕↕"  ↻ «↗↕»  🕒↻ «↗↕»			llapis	
272.	G.	vale porque   cuatro no ::   porque ::  bueno :: es demasiado pero :: a ver  hasta el tres coma cinco :: / bueno-	nega  inclina	↑ "↕↕"	espatlles		llapis	balanceja
273.	M.	tres coma cinco	abaixa	↗			llapis	
274.	G.	bueno solo para :: para la primera la primera entrega	sacseja	↑ "↕↕"	espatlles		llapis	










Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors	Mov. Cos en l'espai	
						Auto	Objecte	
<b>16.Nova proposta inesperada</b>								
275.	A.	al nivel de la produccion podemos bajar el precio si hacemos setenta mil unidades \   que nos diminue el cuest- el el : coste    creo que podemos hacer una un : descuento de cua- cuatro por ciento /   si   hacen un pedido de setenta mil unidades/	puja i abaixa  gira cap a G	↔ ↑ ○  ↶ »== ‡ † »			llapis	avança
276.	T.	eso   si quereis [añadir]	assenteix	↶ ‡				
277.	J.	[¿setenta ?]	inclina	▲				
278.	T.	veinte mil unidades para el principio del [año proximo/ ]	assenteix	"↑↘‡" ⌚				
279.	M.	[o sea] añadir veinte mil [unidades]	inclina	↓			llapis	
280.	F.	[pero eso :]	Gira (mira M i J)	↶ △				
281.	T.	añadir veinte mil para ENERO   [por ejemplo]	aixeca	"↑↶‡"				
282.	A.	[entonces] asi ganas dinero y : nosotros tambien \	assenteix	"↑‡" ↶				avança


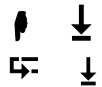
Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors	Mov. Cos en l'espai	
						Auto	Objecte	
283.	T.	porque si vais a vender durante navidad   cicuenta mil productos /   seguramente tendreis *e :: clientes-	assenteix	"↵↑△"				
284.	M.	[¿cuan- ? ¿cuan- ?]	aixeca	☺				
285.	F.	[pero pero ¿cual es la pro- proposicion ?]	inclina	↗↑△				
286.	M.	a que precio nos podrian nos podrian entregar [las veinte mil unidades \]	aixeca informació	▲			llapis	avança
287.	A:	[si si] esto el siete de diciembre   tambien	assenteix	↔				avança
288.	M.	¿el siete de diciembre ?   o sea ¿treinta mil en realidad el siete de diciembre?	abaixa	☹			llapis	retira
289.	G.	no ::						
290.	J.	es un poco tarde   para :: para :: para el transporte   no se...	aixeca	↑ ▲				
291.	J.M.	XXXXXXXXXXXXXX						
292.	F.	[PARA CINCUENTA MIL NO ES-]	aixeca i inclina	«↖☞»				
293.	AAA	XXX (parlen tots a la vegada)						
294.	F.	o sea para cincuenta mil es imposible   y para setenta mil es posible   es que ::	inclina	"↑↖☞" ☺				avança

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors	Mov. Cos en l'espai	
						Auto	Objecte	
295.	A.	no porque   el problema es que que podemos [producir]	avança	↔				avança
296.	M.	[¿ no nos puede ?...]	aixeca	↑✎			llapis	
297.	F.	A: : a: :   oqué   pueden producir mas..	assenteix	↖		barbeta (recolz a la mà per sobre la barbeta)	)	
298.	J.	[y veinte i veinte /]		▲			llapis	
299.	A.	podemos poner todo en marcha [y producir mismo dia y noche]	assenteix	↔ ( ) ↓ ( )				avança
300.	M.	[mejor veinte veinte] y ya está \	assenteix	↑✎			llapis	
301.	J.	veinte el treinta   y veinte : : el siete	assenteix	▲			llapis	
302.	A.	SÍ   tambien-	assenteix	"↵"				
303.	M.	sí    ↓ tambien asi echamos la semanita despues de navidad	gira (mira J)	↑ ↶			llapis	
304.	A.	porque tambien tenemos [clien-]	abaixa	▲				avança

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
<b>17. Acceptació de la nova proposta i renegociació del descompte</b>								
305.	M.	[pues] vale el descuento del cuatro \    AUMENTAMOS EL PEDIDO DE VEINTE MIL UNIDADES   EL DESCUENTO DEL CUATRO POR CIENTO POR LO MENOS PARA LOS TREINTA MIL PRIMEROS	aixeca i abaixa	↑			llapis	
306.	G.	pues en lo que re- y pa : : para el resto /	abaixa	↓				
307.	M.	para el resto son veinte mil y veinte mil   tres /    les vale/	inclina	↑			llapis	avança
308.	A.	>Sí						
309.	T.	no : : no   porque tres veces mejor   no : para las otras uno por ciento	nega	« ↑↕ »				
310.	M.	[dos]	inclina	↑			llapis	
311.	T.	[ya hemos] ya hemos cumplido que   este cuatro por ciento [es excepcional]	nega	"↑↕●" ↵				
312.	G.	[¿dos?]	aixeca	▲			llapis	
313.	M.	[no : :]	inclina			barbeta	llapis	
314.	G.	[cuatro por ciento es excepcional]	assenteix	▲			llapis	avança










Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors	Mov. Cos en l'espai	
						Auto	Objecte	
322.	F.	PERO TAMBIEN TENEIS SUBVENCIONES DEL GOBIERNO : : Y DE TAMBIEN [TAMBIEN DE : : ]	cap endavant		espatlle s			avança
323.	T.	[ pero no veo ]   usted no conoce   yo soy el director financiero /    y se exactamente la : la situacion financiera   de nuestra empresa /    y se que hay hay condiciones de-de venta que no se pueden hacer porque va a poner en riesgo [el :]	assenteix  puja i abaixa	  				avança
324.	F.	[pero] tambien tenemos muchos proveedores   y [clientes-]	assenteix	 agita la mà amb els dits agrupats				avança
325.	G.	[SÍ   PERO...]	assenteix				llapis	avança
326.	F.	QUE NOS PROPONEN UN CUATRO POR CIENTO SINO MAS/	aixeca avança					avança
327.	G.	[¡NO UN CUATRO POR CIENTO!]	nega				llapis	
328.	AA.	XXX [parlen tots a la vegada i el to de veu continua pujant]						

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors	Mov. Cos en l'espai	
						Auto	Objecte	
329.	F.	[¡PERO CLARO QUE SI! ]	endavant	"↑↗"	espatlles			avança
330.	M.	[VAMOS A VER] no se puede-	aixeca	"calma"			llapis	
331.	T.	nosotros tambien   si añadimos  SI-SI/ subimos nuestro precio de diez por ciento   podemos hacer un descuento de quince por ciento    pero eso no es la cuestion    además hacemos un precio   que : está cerca   del-del precio que nos cuesta    *e : : hacemos-	puja abaixa	   « ↑△ »				avança
332.	A.	no podemos hacer mas	nega	↓				
333.	T.	te- tenemos un un limite de descuento que : hemos establecido porque si no   no cubrimos [nuestros costes]	puja abaixa	"↖△" »↑↗»	espatlles			
334.	X	[dos con cinco]						
<b>18.Acord final</b>								
335.	J.	entonces dos por ciento para el treinta   y uno por ciento para: para el siete \	inclina	↔ ▲			llapis	

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
336.	T.	>> vale vale    si quieres...	sacseja -	↘		genoll		retira
337.	G.	A VER   cuatro por ciento para la primera entrega [y dos y uno \]	aixeca	↑ ↑ ↓				
338.	J.	[y dos y uno \]	assenteix	↑				
339.	M.	y dos y uno \    asi degresivo	aixeca	↑ ↗			llapis	avança
340.	J.	> si	assenteix				llapis	
341.	M.	y asi nos da tiempo a todos ver como : : ↓como evoluciona el merca:do   las : ventas que hacemos y : :	assenteix	↑		barbeta	llapis	avança
342.	A.	y despues si hacen otro pedido/   [volveremos-]	assenteix	↔				avança
343.	M.	[luego para otro pedido] SI ↓  ya volveremos a negociar esas esas condiciones	assenteix	↑↻			llapis	
344.	AA	[XXX] G A i T es miren i parlen breument entre ells en veu baixa.						
345.	G.	¿ya ?	assenteix					



Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
346.	M.	bueno    pues entonces para resumir    nos <b>ENTREGARIAN</b>   treinta mil unidades el <b>QUINCE</b> /	puja abaixa	"  "			llapis	avança
347.	G.	Sí	assenteix				llapis	
348.	M.	diez mil el treinta /	puja abaixa				llapis	
349.	J.	no   veinte mil	gira (mira M)				llapis	
350.	M.	vente mil el treinta   y vente mil el siete de diciembre \    el total llegara a los vente estampados que : : que proponen \     *este : : pago a la entrega para la primera entrega /    y luego   sesenta y treinta dias \ ( (	puja abaixa	  			llapis	
351.	G.	eso	assenteix				llapis	
352.	M.	y los DESCUENTOS //   cuatro por ciento para la primera   dos   y uno por ciento	puja abaixa				llapis	
353.	G.	sí    vale	assenteix acord					
354.	M.	pues muy bien	assenteix	recull papers			llapis papers	

Informacions		Missatge verbal	Missatge no verbal					
nom bre	Font	Unitats verbals i Anotacions paralingüístiques	Cinèsica			Proxèmica		
Transcripció			CAP	mans braços	Altres	Adaptadors		Mov. Cos en l'espai
						Auto	Objecte	
355.	G.	Sí    vale	assenteix	recull papers			llapis papers	
356.	J.	muchas gracias		recull papers			llapis papers	
357.	AA.	adios   hasta luego [només veus femenines]						

**APÈNDIX I.**  
TRANSCRIPCIÓ I ANÀLISI INTERPRETATIVA DE  
L'ESTUDI PILOT.



## APÈNDIX I

### TRANSCRIPCIÓ I ANÀLISI INTERPRETATIVA DE L'ESTUDI PILOT

#### FITXA DE GRAVACIÓ

- **TÍTOL** : “VENTAS DE NAVIDAD »
- **DATA** : 16/09/2003
- **TÈCNICA** : Gravació audiovisual feta amb una càmera COMPACT VHS GR-AX 588 SECAM JVC 12 X
- **CODIFICACIÓ DE LA TRANSCRIPCIÓ**: SABATER- OBS- MLL- 2005- ELE- UNI – Ventas de Navidad
- **ORIGEN DEL DOCUMENT** (Àmbit social) : Ecole Supérieure du Commerce Extérieur.
- **LLOC** : París. La Défense
- **RECOLLECTOR** : Maria Lluïsa Sabater i Torres
- **GÈNERE** : Joc de rols: negociació.
- **DURADA**: 24 minuts
- **DESCRIPCIÓ DE LA SITUACIÓ** :
  - **Participants.**
    1. **Nombre**: 6
    2. **Identitat** veritable i fictícia per a la transcripció:
      - Equip del l'empresa SEDATEX: Laurent, Karol, Christophe (L , K, C)
      - Equip del « Corte Británico » (a partir d'ara CB): Dimitri, Frédéric, Serge (D, F, S).
    3. **Papera autoassignats**:
      - SEDATEX
        - L: Director General de Sedatex
        - K: Directora de Finances
        - C: Director de Producció
      - CORTE BRITÁNICO.
        - D: Cap de Compres
        - F : Director de Finances
        - S : Cap dels magatzems de Madrid
    4. **Característiques comunes** :
      - Estudiants del quart curs de l'ESCE
      - Tots tenen el francès com a llengua materna.
    5. **Nivell de castellà** :
      - 4 de nivell C1 (L, C, F, D)
      - 1 de nivell B2 (K)
      - 1 de nivell B1 (S)
    6. **Localització** : Pôle Universitaire Leonardo de Vinci, Aula 9G
    7. **Tema** : NEGOCIACIÓ COMERCIAL.
    8. **Finalitat**: Dos equips de negociació, un que representa al possible comprador d'una mercaderia i l'altre que representa el possible venedor, han d'arribar a un acord sobre cinc punts diferents però absolutament lligats els uns als altres :
      - la data de lliurament
      - el nombre d'estampats dels productes
      - el nombre de colors dels productes
      - les condicions de pagament
      - possible descompte

**ANÀLISI INTERPRETATIVA O MICROANÀLISI ETNOGRÀFICA  
SABATER- OBS- ML- 2003- ELE- UNI - “VENTAS DE NAVIDAD”  
ESTUDI PILOT**

ESTUDI PILOT. Durada: 24 minuts. Data: 16/09/2003	
Transcripció	Anàlisi
<b>1. Benvinguda, presentacions i declaració dels objectius de la visita.</b>	
1. D    buenos dias    primero :: bienvenidos / a la sede social de : :l corte británico en [madrid] /	D dóna la benvinguda a l'equip de SEDATEX.
2. AA    [gracias]	
3. D    >vamos a presentarnos   soy dimitri didie   el jefe de compras	D, com a cap de l'equip del CB, anuncia que farà les presentacions. Es presenta ell mateix i diu quin càrrec té: és el cap de compres.
4. L    si	L reconeix amb una afirmació el càrrec de D i d'aquesta manera manifesta la seva simetria com a cap de l'equip SEDATEX.
5. D    >e :: estamos hoy con e :: frederic merlin/   el director financiero /   y con e :: serge martel   el jefe del almacen de madrid \	D presenta els membres del seu equip amb els càrrecs respectius: el director financer i el cap dels magatzems de Madrid.
6. L    encantado   pues yo soy soy loran gael   el director general de :: sedatex /   aqui tenemos a carin   que es la directora financiera/   y a cristof   que es el director de la produccion     asi que :: he- hemos recibido :: su oFERta   y :: a ver si podemos :: hablar de las condiClones   y ver si podemos QUEDARNOS en algo: :: concreto \	L empra la fórmula ritual de resposta a la presentació.  Presentació del seu equip amb els càrrecs corresponents: la directora financera i el director de producció.  L estableix el motiu i objectius de la visita deixant clar que la seva vinguda ha estat demanada per l'equip del CB i expressa el desig d'arribar a un acord.
<b>2. S'intenta començar la negociació però s'introdueix un element imprevist.</b>	
7. D    >si   e :: primero tenemos que decirles que hemos cambiado ::   porque :: vamos a estar claros desde el principio   quisieramos un acuerdo de exclusividad   con ustedes    con e :: el corte britanico   su empresa y el corte britanico   para la distribucion exclusiva de todos sus productos   en todo :: el territorio <español	D introdueix un element imprevist que no era al guió i així ho diu. Expressa la seva voluntat de fer-los signar un acord d'exclusiva amb el CB per tot Espanya.  D fa una autoreparació, repetint la denominació de les dues parts que han de signar un hipotètic contracte en ordre lògic perquè no quedin dubtes en la comprensió del missatge.

<p>8. L &gt;vale pues e : : el problema es que no pensamos hacer: : e : : acuerdo de exclusividad \    es que tenemos varios CONTACTOS /   y : : no pensamos e : : tener un unico cliente   en españa    es que tenemos varias posibilidades   tenemos productos intereSANTes    y : : por eso las ofertas   LAS TENEMOS   [asi que : : -]</p>	<p>L fa una pausa i expressa un fals signe d'acord per guanyar temps i pensar com respondre a la pressió de D, que no li agrada gens.</p> <p>L refusa la proposta/imposició: els seus productes són bons i ja tenen comandes i clients suficients.</p> <p>L'enunciat deixat en suspens al final implica que no necessiten tractar només amb el CB per respondre a la posició dominant que vol adoptar el grup de gran distribució.</p>
<p>9. D [si pero : : ]</p>	<p>D vol expressar la seva objecció.</p>
<p>10. L a ver si quedamos en algo mas : :   *e : : : que-que-que las dos partidas den ALGO \   porque [si no : : / ]</p>	<p>L exhorta i amenaça l'equip del CB i demostra el profund desacord manca de confiança amb l'altra banda. Cal que hi hagi bona voluntat per ambdues parts perquè si no és així, no arribaran enlloc: és el que implica la frase en suspens.</p>
<p>11. K [si : : -]</p>	<p>K fa un encavalcament per demostrar acord i suport al seu cap i per desenvolupar un argument.</p>
<p>12. S ¿xxx potencial trabajar con varias   varios : : e : :   varios grupos ?   porque : : : [e : : : -]</p>	<p>S interromp K i s'autoselecciona per intervenir transgredint el seu rol: no li correspon tractar directament de l'assumpte de l'exclusiva que ha estat iniciat per D, com a director del CB. No arriba a comunicar el que vol dir.</p>
<p>13. K [si   ] porque ya tenemos e : : muchos clientes que tenemos desde [mucho tiempo]</p>	<p>K interromp SEDATEX i continua amb l'argument d'L: SEDATEX ja té clients i a més són fidels.</p>
<p>14. S [si /si claro pero-]</p>	<p>S intenta interrompre sense èxit.</p>
<p>15. K y no podemos hacer-</p>	<p>K sofreix la segona interrupció de S. Intenta dir que no poden deixar penjats els seus clients, però S no la deixa acabar.</p> <p>La seva actitud corporal indica que està molesta per les interrupcions de S.</p>
<p>16. S ust-   tie- tiene una pequeña empresa   y por e : : eso tiene potencial de producir tantos productos   porque   somos interesados por un contrato de de exclusividad   YA   les e : : : les-les [que- que   nos gustaria   comprarles e : : : setenta y cinco mil e : : : pro- productos   pero se va a evolucionar si se pasa bien   y por eso nos gustariamos hacer un contrato de exclusividad    y asi si e : : : si ordenamos mas   no se si podria : :   no se no se si podrian e : :</p>	<p>S fa una altra interrupció del que diu K però no aconsegueix comunicar bé el que vol dir. Vol argumentar que SEDATEX no té les estructures necessàries per satisfer la comanda de 75.000 articles que el CB els vol fer i que, si en el futur, els en fan de més importants encara tindrien més dificultats.</p> <p>Autoreparació perquè confón la persona del verb: està negociant amb varies persones, per tant el singular no és adequat.</p>

satisfacer la [producción-]		
<b>3. Segon element imprevist: han canviat el nombre de productes de la comanda: passa a 75.000 en comptes de 50.000.</b>		
17. L	[pues]] pues lo que podemos hacer entonces /   es   ya veremos con el :: director de produccion /   pero es *e :: hacer esta primera :: ENTREGA   ver las condiciones de estas SE-SETENTA Y CINCO MIL :: : [ PRODUCTOS ]]	Interrupció reeixida de L. L amb la intensitat del to marca que vol la confirmació de la quantitat de productes, 75.000, que no correspon amb els 50.000 del guió. S'estima més fer-ho implícitament que fent la pregunta explícitament. L intenta fer avançar la negociació que en realitat fins ara ni ha començat a causa de l'element nou de l'equip contrari. Veu una oportunitat de passar al primer punt: les condicions de pagament.  L marca explícitament el rol de C i li demostra respecte i consideració.
18. D	[si claro   si]	Encavalcament que demostra acord. Respecte entre D i L: no s'arriben a interrompre.
19. L	y ver si quedamos en algo conCREto /   y si todo va bien /   *e :: despues podremos ver para un acuerdo de :: dexclusividad   pero de momento   veamos ya si podremos trabajar BIEN [juntos \ ]]	L proposa continuar la negociació i per primera vegada obre una possibilitat a l'acord d'exclusivitat en funció del bon funcionament del seu treball en comú.
20. F	[mhm]	F expressa acord.
21. D	[si]   porque tienen que saber /   que somos un grupo muy dinamico :: : /   que tenemos una imagen MUY POSITIVA en [España \ ]]	D no es deixa desviar per la maniobra de L i no avança en la negociació. Continua volent convèncer l'equip SEDATEX sobre l'acord d'exclusivitat. Fa l'apologia del grup CB.
22. L	[si]	L assenteix.
23. D	y que es una real real oportunidad para usTEdes   y tambien para para noSOtros   de crear un acuerdo [exclusivo \ ]]	D vol convèncer l'equip SEDATEX que seria una bona oportunitat per a tots si signessin l'acord.
24. L	[mhm]	No es veu clar si L indica acord o bé dubte. En realitat L no està d'acord amb el que li estan dient, però fingeix empatia per no tallar la negociació
25. D	PREFERIMOS tener [un acuerdo de exclusividad-]	D insisteix en la seva voluntat de signar un acord d'exclusivitat d'una manera que sembla una imposició.



<p>26. C [si   si pero] es que   tenemos que ver con nuestros clientes porque: :   tambien depende de de la capacidad de produccion /   claro   y el problema es que: : pues queremos quedar un poco más FIEL   a estos clientes: : que : : tenemos desde el principio   y no podemos decirles   de-de un mes al otro pues ya [ se acaba todo y : :]</p>	<p>C reacciona davant la insistència de D i intervé per primera vegada tot interrompent D.</p> <p>Justifica la seva intervenció segons el seu càrrec: com a cap de producció sap que la capacitat de producció de SEDATEX és limitada (implicatura) i insisteix que tenen la paraula donada a una sèrie de clients i que èticament no poden interrompre les seves relacions comercials amb ells.</p> <p>Indica acabament bruscat amb el gest.</p>
<p>27. D [si pero es que-]</p>	<p>D intenta interrompre C i no ho aconsegueix.</p>
<p>28. C tene- tenemos PEDIDOS EN CURSO  </p>	<p>C vol continuar argumentant que tenen comandes en curs que no poden deixar penjades.</p>
<p>29. F es una empresa joven</p>	<p>F aprofita la petita pausa de C per prendre la paraula per primera vegada. Formula una afirmació que vol que C confirmi: SEDATEX és una empresa jove.</p>
<p>30. C si</p>	<p>C ho confirma.</p>
<p>31. F XXX desde hace: : un año   mas- mas- mas [o menos</p>	<p>F fa un altre binomi afirmació-ratificació: l'empresa té un any.</p>
<p>32. C [si : :] si  un añ- uno o dos años</p>	<p>C ho confirma afegint-hi una precisió: l'empresa té un o dos anys. En realitat és una imprecisió perquè en el guió no es precisava quan va ser fundada SEDATEX i C ha d'improvisar.</p>
<p>33. F a lo mejor </p>	<p>F en realitat vol dir “como máximo” per continuar amb la seva argumentació.</p>
<p>34. C si</p>	<p>C ho confirma.</p>
<p>35. F es que no es tanto: :   tan difícil de decirles que: : -</p>	<p>F anava a desenvolupar ar el seu argument, és a dir, no poden tenir tants clients si són una empresa tan jove i per tant no és tan difícil com diuen deixar la seva clientela penjada.</p>
<p>36. K si pero   el problema es que no: : no conocemos bien vuestro grupo   y como lo ha dicho nuestro director   no conocemos sus condiciones *e: : para trabajar y [debemos: :]</p>	<p>K interromp F perquè comprèn la seva estratègia: fer-los dir el que F vol sentir. Continua demostrant desconfiança: no coneixen bé el grup CB i no saben com treballen.</p> <p>K reconeix el que ha dit un membre de l'equip i a la vegada hi està d'acord: per això l'argument té validesa.</p>
<p>37. D [pero]</p>	<p>D intenta agafar la paraula sense aconseguir-ho</p>

38. K	ha- hablar de: : de las [condiciones / ]	K no es deixa prendre la paraula. Continua el seu argument sobre el fet que no es coneixen i que han de parlar de les condicions
39. C	[si]	C fa un encavalcament per donar suport a l'argument de K, del seu equip.
40. K	porque si de toda manera : : no es posible /   no podemos HAblar AHORA de de un contrato [de exclusividad ]	K continua el seu argument que reforça i dóna suport al de L: de moment no poden signar un contracte d'exclusivitat, és prematur
<b>4. Comencen la primera part de la negociació.</b>		
41. L	si   yo quiero que::   lo que les proPOngo   es hablar *e:: de las *e:: condiciones de una entrega de setenta y cinco mil piezas	L fa avançar la negociació que no arrencava.
42. D	si	D assenteix mirant L perquè el reconeix com a líder de l'equip contrari.
43. L	y despues   ya veremos para mas <i>alante</i>	L ha anat desenvolupant la seva proposta de negociar les condicions de lliurament amb l'acord de D i deixa la porta oberta d'una manera molt ambigua per a futurs acords.
44. D	si	D hi està d'acord.
45. L	vale	L també hi està d'acord.
<b>5. Després d'haver confirmat el nombre d'unitats continuen amb la data de lliurament.</b>		
46. D	¿empezamos por   *e:: la fecha de entrega     ?   fecha de entrega / ?	D proposa començar tractant la data de lliurament Ho fa formulant una pregunta equivalent a una proposta.
47. L	si	L hi està d'acord.
48. S	pues::   *e: : yo como soy el director de: : de : : del corte inglés de de madrid  *e: : estoy hablando para todos los directores   e: : y nos gustir- nos gusta-riamos que : : nos entrega  * e: : en el 15 con *e: : veinticinco mil: : *e: : unidades para que tenemos el tiempo de *e: : formar a nuestro *e: : a nuestra planta- plantilla   para   para que tiene el tiempo   de *e: : de  de- de ver a los productos	S assumeix que parla en nom de tots els directors dels magatzems del CB d'Espanya, perquè ell dirigeix el de Madrid: destaca la importància del seu rol. Voldria que el lliurament de 25.000 es fés el 15 de novembre per tenir temps de formar el personal i familiaritzar-se amb els productes.  En realitat el seu discurs implica que proposa acceptar diferents lliuraments però no ho expressa explícitament.
49. L	asi que lo lo que quereis es hacer dos entregas /	L demana una precisió perquè S no ha aconseguit comunicar correctament. L descobreix la implicació que hi ha al discurs de S: si proposa lliurar 25000 unitats el 15, vol dir que accepten diferents lliuraments, cosa que ells encara no han ni proposat i que els

		interessa moltíssim. Tuteja per primera vegada
50. S	[o tres]	Tres respostes al mateix temps dels tres membres de l'equip del CB. Volen tres lliuraments. Formava part de l'estratègia d'actuació sobre la que s'havien posat d'acord durant la preparació.
51. D	[o tres]	
52. F	[tres]	
53. L	tres entregas   [de veinticinco mil unidades / ]	L vol puntualitzar amb una pregunta directa sobre el nombre de lliuraments i el nombre de productes.
54. D	[tres  tres entregas] de veinticinco mil unidades	D puntualitza i confirma el que s'havia proposat.
55. L	aha   asi que veinticinco mil para el quince de noviembre	L es fa confirmar el nombre de productes.
56. D	[si]	D i S ho confirmen al mateix temps.
57. S	[si]	
58. S	despues veinticinco mil   el trenta y veinticinco mil el siete	S fa avançar el tema. Ha quedat establert que els lliuraran 25000 unitats el 15 de novembre i proposa dues dates pel segon i el tercer lliurament.
59. L	mhm   pues a ver si :: ¿que? con los-	L demostra respecte pel rol d'un membre del seu d'equip: es dirigeix obertament i interpel·la C per indicar que és C qui ha de tractar el tema.
60. C	si   si   porque es que nosotros   como como le :: le: : le he dicho antes   es que tenemos clientes también /   y tenemos pedidos hasta el siete de diciembre   tenemos pedidos TODO el tiempo	C recorre a les repeticions per convèncer: tenen clients i tenen comandes, és a dir ténen feina per temps.
61. S	si eso es [porque]	S es dirigeix únicament a C i continua extenent el braç dret cap a ell.
62. C	[asi que]	C vol continuar però S li roba el torn.
63. S	no: : no *e : : estamos preguntando para los setenta y cinco mil en el quince   sino   *e : : estar [partido]	S li concedeix que saben que Sedatex té comandes i que per això no ho demanen tot d'un cop.
64. C	[si]	C assenteix.
65. S	para que no le: : para que que no le tiene problema con su [plantilla]	S acaba el seu argument: si els lliuren en varies vegades no tindran problemes de manca de personal per a produir més.
66. C	[si ] por eso pienso que quizas   seria mejor   empezar el primero el treinta de noviembre   y quizas hacer   no se *e::	C mira el paper i hi recolza el bolígraf com si vogueés indicar que el paper és una referència. En realitat guanya temps per pensar la proposta

	cuarenta mil el treinta y : :	que segueix, que sap que serà mal acceptada. C, contràriament al que s'ha acordat fins ara, intenta prorrogar el primer lliurament a canvi d'enviar més unitats.
67. AA	[XXX]	Desacord unànim de l'equip contrari: parlen tots a la vegada. No volen de cap manera començar a rebre la mercaderia el 30 de novembre
68. S	[NO]	S es destaca per sobre dels altres: és el que té més interès pel seu rol de tenir la mercaderia com més aviat millor.
69. F	[lo que pasa] lo que pasa es que las ventas   de la navidad empiezan a primeros [de diciembre]	F aconsegueix prendre la paraula d'entre les diferents veus per donar una justificació al desacord. Transgredeix el seu rol de cap del departament de finances argumentant sobre un assumpte que en realitat pertoca a S.
70. D	[si si]	D confirma el que diu F
71. S	y necesito tiempo para formar [a mi *e: : mi plantilla]	S'explica que necessita temps formar el seu personal. Ha estat hàbil per continuar la justificació de F que hauria d'haver fet ell en comptes d'únicament dir que NO com ha fet a 68.
72. C	[si   si]   si el unico problema es que   eso   YO LO PIENSO   con la plantilla que tenemos hoy   necesiti- <u>necesitaria-</u>	C comença a explicar el problema de personal que Sedatex té actualment, però no acaba la intervenció perquè C nota que s'equivoca en la forma verbal i s'autocorregeix escandejant, cosa que és aprofitada per L per continuar el que creu que hauria hagut de ser el final de la frase de C
73. L	mas gastos   mhm	L ajuda C del seu equip acabant una frase que C no sap com donar per finalitzada i a més demostra que està ben d'acord amb C.
74. C	mas gastos y: : pues contratar un poco mas personas   esto es el problema	C ataca el tema més espinós de la negociació pel seu equip: demana diners o compensacions econòmiques per tal de poder contractar més personal durant la fabricació de la comanda.
75. D	> si   pero SEÑORES Y SEÑORITA tenemos   tienen que saber que ustedes estan negociando con el corte britanico	D vol demostrar la importància de l'empresa que representa: els recorda que estan negociant amb el CB. Utilitza el vocatiu per donar molta força al seu enunciat i, a més, intensifica el to de veu. De fet, utilitza un calc del francès que consisteix a adreçar-se a l'interlocutor per mitjà de la seva denominació segons el sexe i l'estat civil (señores y señorita) que és una manera d'intensificar fortament en francès, tot guardant "les formes" però que no correspon al castellà. De tota manera els interlocutors, pel fet de ser francesos ho entenen perfectament.

76. L	si	L assenteix, preparant-se per intervenir com a director perquè sent que la situació es degrada.
77. D	y que tenemos   que tener la prioridad    con su produccion    usted me ha dicho que el quince de noviembre tenían: : clientes \	D exigeix la prioritat en el tracte com a clients perquè són un grup important. D es dirigeix a tots marcant pauses en la seva elocució per tal de continuar l'efecte de força. Després es dirigeix a C, com a cap de producció. Utilitza la mateixa estratègia que ha emprat F abans: fa una afirmació, que sap que és certa i espera la confirmació. No s'ho inventa, sino que cita les paraules de l'interlocutor i comprova que les ha entès bé. Busca la confirmació.
78. C	si hasta el siete de diciembre tenemos : :-	C ho confirma parcialment: dona la data exacta, el 7 de desembre.
79. L	usted tendrá la prioridad   pero sola en las ordenes que que no tenemos: : aun   ya tenemos pedidos de: : de hace mucho tiempo   es- estos pedidos no podemos   aplazarlos [es muy importante]	L intervé interrompent perquè veu que les coses es posen malament. Ho fa fermament. Reprèn el grup "tenir la prioritat" de l'enunciat precedent de D que li sembla abusiu. Utilitza l'estratègia de reprendre elements de la frase de l'interlocutor per començar la seva. Així és més forta la força de la il.locució.
80. F	[no es interesante] tener los productos en el siete de diciembre /	F torna a transgredir el seu rol: repeteix que no els interessa rebre els productes el 7 de desembre. Se sent forçat a intervenir perquè S no reacciona.
81. D	no	D ho confirma.
82. C	pero SI: :	C intenta intervenir sense èxit.
83. F	es que es una venta que [es de Navidad]	F repeteix un argument que ja ha exposat a 69: són productes per vendre per Nadal.
84. S	[no tendremos] el tiempo de venderlos  si no: :	S intervé finalment perquè sent que F li està prenent el rol : necessiten temps per posar els productes a la venda i vendre'ls.
85. C	bien- bien entendeis que lo importante cuando firmamos un contrato   es cumplir con nuestros requisitos   claro   y si firmamos un contrato con vosotros   no quereis que les damos los pedidos   dos meses despues   asi que es un poco lo mismo: : aqui   pero bien [entiendo que   pues: : ]	C surt de la seva serenitat habitual perquè vol argumentar que ells són seriosos amb tothom, i no estan disposats a deixar penjat cap client ni a retrassar cap lliurament per fer passar davant una altra comanda. Tampoc no ho farien amb el CB. Argument d'ètica professional.
86. K	[si pero podemos : : ]	K intenta intervenir però no ho aconsegueix
87. C	quizas podemos encontrar un compromiso o algo   pero: : no se	C després de la seva sortida més intensa que de costum, proposa trobar un compromís
88. K	christophe   que piensas/   no podemos hacer por ejemplo e: : : veinti mil   unidades para: : el quince de	K continua la proposta que volia enunciar abans que consisteix a lliurar 20.000 unitats el quinze de novembre. Es dirigeix a C i li demana la

	noviembre   es un poquito justo[ pero: :]	seva opinió, perquè en realitat està transgredint el marc del seu rol de directora de finances i no vol que C perdi el seu.
89. L	[demasiado   demasiado]	L s'avança a la resposta de C contradint K en el sentit que la data que proposa és massa justa. Per primera vegada transgredeix el seu rol perquè veu que K està cedint terreny i proposa un lliurament difícil de portar a terme per Sedatex.
90. K	pero el resto e: : para el treinta de noviembre    no se   o repartir   entre las tres fechas [pero : : :]	K continua la seva proposta: un segon lliurament el trenta de novembre de 30.000 unitats i després una repartició en tres dates, cosa que ja estava decidida. Indica amb el gest una alternança, repartiment.
91. L	[creo que : :]	L, que veu que K no actua correctament, vol intervenir sense interrompre-la obertament, però no ho aconsegueix.
92. K	ver SI es posible-	K continua insistint fins que L l'interromp.
93. L	si   lo que podemos hacer son   quince mil   creo   el: : quince de noviembre   que eso esta posible	L fa una proposta raonable per la producció de SEDATEX. 15.000 unitats pel 15 de novembre.
94. AA	[XXX] .	Tots parlen al mateix temps i no s'entén el que diuen.
95. D	[¿quince o veinte mil?]	Es la primera vegada que dos membres de l'equip CB s'adrecen els uns els altres, en aquest cas per consultar-se. Ho fan parlant simultàniament i mirant-se.
96. S	[ ¿quince o veinte mil?]	
97. L	quince mil   y despues treinta el treinta	L avança la resposta que no va en la mateixa direcció de la de l'equip CB: 15.000 primer i després 30.000.
98. S	treinta   vale   no   quince veinte y treinta   o treinta y veinte   hombre!	S es precipita i diu quantitats diferents. Utilitza el vocatiu "hombre" al final adreçat a L, per convèncer-lo, fet sorprenent en una negociació en la que sembla que hi ha una entesa implícita d'utilitzar un codi de registre bastant formal.
99. L	pues   quince treinta me parece bien	L continua amb la seva proposta: 15.000 i 30.000 unitats.
100. AA	[XXX]	Quan senten que arriben a un acord volen intervenir tots i parlen molt de pressa. El tros que segueix es molt confús. Tots volen aconseguir el millor pel seu equip
101. C	pues no vamos a : : :   quince mil veinte mil y treinta mil   ¿vale?	C, com a cap de producció, fa una proposta final per les tres entregues però s'equivoca en la suma total: no arriba als 75.000 productes de la comanda.
102. F	no no   quince treinta y treinta	F, com a expert en comptes, se n'adona i rectifica sense dir que C s'ha equivocat. Només

		el “no” del principi ho indicaria i proposa les quantitats correctes immediatament.
103. C	quince treinta y treinta   exactamente	C, S i L demostren el seu acord.
104. S	esto me parece bien	
105. L	vale   muy bien	
106. D	ahora    los productos	D fa avançar la negociació sense haver resolt les dates dels dos darrers lliuraments
<b>6. Comencen a tractar el segon punt : colors i estampats.</b>		
107. S	si   de acuerdo con los estampados y diferentes colores   e: : nos gustariamos- ((soroll extern perquè a S li cau el bolígraf a terra)) perdone   nos gustariamos tener varios productos   para que el cliente no se : : : para que el cliente tiene la la impresion de tener un producto un poco unico	S com a cap del magatzem de Madrid, explica que voldrien tenir una varietat d'estampats i de colors perquè així el client tindrà la impressió de tenir una peça única.
108. L	mhm	Expressió fàtica d'assentiment.
109. S	e::   asi *e: : no se cua- cua- cuantos colores   cuantos e: : estampados me: : e:: me puede ofrecer	S es dirigeix a L directament: transgredeix el rol de L: s'hauria de dirigir a C. Canvia de persona i s'autoatribueix l'empresa perquè deixa la utilització de “nosotros” i la canvia per “me”.
110. L	pues ya vera con el director de produccion pero YO yo pienso que los estampados podemos hacer   varios   y pero despues : : : DEPENDE   si hacemos muchos estampados no podremos hacer muchos colores	L cedeix la paraula a C, director de producció perquè és l'encarregat d'aquesta part i, a la vegada recorda a S a qui s'ha de dirigir i li fa veure que ha transgredit l'ordre d'adreçar la paraula segons el rol. De tota manera, avança la seva opinió personal: no podran produir a la vegada molts estampats i molts colors.
111. D	mhm   si	D enunciat fàtic i reforç d'acord.
112. L	*e: : si   el se lo explicara	L renova la cessió de paraula a C, però aquesta vegada sense d'intervenir-hi com ha fet en el torn precedent. C és l'encarregat d'explicar aquest assumpte.
113. D	¿cual es su proposición / ?	D formula una pregunta directa a C però un xic atenuada amb la petició de proposta.
114. C	pues   o-o tenemos e: : muchas colores y: : pocas estampados o al contrario   O: : lo que podemos ver tambien es   *e: : quizas   *e: : intentar con una ayuda de su parte   quizas ayudarnos en contratar   mas obreros   si es lo que necesitamos   y- y despues poder   aumentar nuestra capacidad de produccion   pero con la con la situacion actual   lo que propongo es algo como quince estampados   y: : y: :	C explica que el problema tècnic per a Sedatex és fabricar en poc temps molts colors i molts estampats a la vegada. Proposa que si CB els ajuda financerament a contractar més personal, podrien augmentar la capacitat de producció. Però en aquest moment només els pot oferir quinze estampats i sis colors.  C passa de tractar de VOSTÈ a TU en la mateixa intervenció.

	seis colores [o: : ].	
115.D	[si   pero]	D intenta intervenir pero S li pren la paraula.
116. S	[co- co- como] tenemos   como tenemos e: : varios entregas   e: : es posible al- alternar la entrega de: : muchos estampados y pocos colores y: : :	S formula d'una manera deficient la proposta de fer diversos lliuraments amb una quantitat desigual de colors i estampats en cadascun.
117. C	[de muchos estampados   si si]	C està d'acord en produir estampats diferents.
118. D	[si pero : :]	Continua volent intervenir per demostrar el seu desacord.
119. C	si   si   deberia ser posible   si	Accepta amb atenuadors modals. Prudència i moderació del personatge C.
120. D	el problema en lo que concierne los [obreros]	D fa una introducció per poder reintroduir l'assumpte del contracte d'exclusiva.
121. C	[si]	C demostra interès.
122. D	es que   no vamos a pagar obreros   para que ustedes	D fa una afirmació rotunda sense atenuants :el CB no pagarà treballadors suplementaris per SEDATEX.
123. C	si	C ho accepta.
124. D	producen produzcan para otros	D continua: (no pagaràn treballadors extra) que produeixin per clients que no siguin el CB.
125. C	si	C ho accepta.
<b>7. Reintroducció del tema de l'exclusiva.</b>		
126. D	el problema es que   SI hay un acuerdo de exclusividad   CLARO que podemos hacer esfuerzos financieros \	D torna a afirmar que si hi hagués un acord d'exclusiva entre les dues empreses, podrien fer concessions financeres. Implica: com que no hi ha acord d'exclusiva no podem fer l'esforç.
127. C	si pero-	C intenta fer una objecció.
128. D	pero AHORA no tenemos la exclusividad	Frase complementària de la 126: ara no tenim l'exclusiva, per tant no podem fer esforços econòmics.
129. C	vale   [vale]	C es mostra sempre conciliador.
130. K	[si pero : :] podemos ver *e : :   es : : una primera etapa /   e: : ver con: : con ustedes si : : es posible *e: : hacer de esta manera   y claro que si toda- todo pasa bien   *e: : entre entre	K intervé i continua fent el seu paper d'obrir propostes. En aquest en repeteix una que ja ha fet abans amb molta calma: treballem junts primer i si ens entenem podem pensar en un contracte d'exclusivitat. No sembla que l'equip



<p>nosotros   podemos ver para para un contrato de exclusividad   no   no decimos que no es posible   pero realmente por el momento   es complicado   si   y : :</p>	<p>del CB se l'escolti realment ni en faci massa cas.</p>
<p>131. C si: :</p>	<p>C no reacciona a la mirada de K com ella hauria volgut, és a dir, continuant la seva intervenció, només assenteix.</p>
<p>132. D mmm</p>	<p>D expressa dubte, escepticisme d'una manera polida.</p>
<p><b>8. Moment d'indecisió están pensant com seguir, s'han quedat encallats.</b></p>	
<p>133. C si pero   depe- depende de su prioridad   ¿cual es ?   ¿es tener muchos estampados   o muchos colores?   sabemos que [los dos]</p>	<p>C fa avançar la negociació. Torna al tema dels estampats que ha estat desviat per D. Vol saber si els interessen més els estampats o els colors. De tota manera dóna la resposta ell mateix: tant els uns com els altres i s'avança a qualsevol resposta de l'equip contrari.</p>
<p>134. S [es tener] es tener varios   y asi asi [con]</p>	<p>S se sent interpel·lat per la pregunta de C intervén ràpidament per contestar i assumir una altra vegada el seu rol: no havia intervingut des de 116.</p>
<p>135. C [si]</p>	<p>C assenteix.</p>
<p>136. S las varias en- entregas   podemos alternarlo   y asi tendremos *e: : el ma- el máximo : : :</p>	<p>S continua la formulació de la seva resposta però d'una manera confusa. No se sap si li interessen més els estampats o els colors.</p>
<p>137. L se- seria mas tener [muchos estampados]</p>	<p>L intervén una altra vegada perquè veu que la situació es complica. Continua amb l'afirmació de C: creu que el millor seria tenir una varietat d'estampats: implica que no calen tants colors.</p>
<p>138. D [una diversidad]</p>	<p>D se sent obligat a intervenir com a líder, però ho fa d'una manera poc precisa i únicament indica que el millor seria tenir una varietat.</p>
<p>139. L y : en cada estampado   tener *e : : : menos colores [pero : : ]</p>	<p>L continua amb la seva idea que ha quedat poc clara: caldria tenir força estampats però pocs colors.</p>
<p>140. D [la] prioridad concierne los [estampados]</p>	<p>D es dirigeix directament a L. Els dos directors tornen a agafar les regnes de la negociació que s'està desviant.</p>
<p>141. K [podemos::]</p>	<p>K es dirigeix directament a D intentant proposar alguna cosa, però no pot continuar perquè L li pren el torn de paraula.</p>
<p>142. L vale   que seria veinte estampados /</p>	<p>L no fa cas de la intervenció de K i intenta precisar el nombre d'estampats: 20.</p>

143. D	si	D està d'acord amb L sobre els estampats.
144. L	pero solo seis colores-	L proposa el nombre de colors, precisant que només seran 6.
145. S	seis colores   y despues *e ::   para la segunda entrega-	S està d'acord amb els 6 colors però intenta precisar quants n'hi haurà al segon lliurament.
146. L	si   ya veremos	Clara interrupció de L a S: no tracta amb ell, tracta amb D. L no es vol comprometre a donar un nombre de colors pel segon lliurament. Ho deixa com un assumpte que es tractarà més endavant.
147. S	e: : quince y diez   o algo asi	S no abandona el tema, que és important per ell. Proposa dues quantitats, 15 i 10 que no se sap a què corresponen: als estampats, als colors, a les entregues.
148. D	sis colores   es muy justo [pienso]	D vol renegociar el nombre de colors que ja sembla establert argumentant que li sembla molt just. Fa retrocedir la negociació posant en dubte un punt que ja semblava solucionat.
149. F	[si es muy justo]	D vol renegociar el nombre de colors que ja sembla establert argumentant que li sembla molt just. Fa retrocedir la negociació posant en dubte un punt que ja semblava solucionat.
149. F	[si es muy justo]	F recolza D: és massa poc.
150. K	[e: :]	K vol dir alguna cosa però s'ho està pensant.
151. C	si es que ::	C intenta intervenir però es mostra poc decidit i es deixa prendre el torn de paraula.
152. L	es que con veinte estampados   e: : hacer diez colores: : -	L no fa una objecció: no està d'acord en fer més de sis colors per cada estampat. Protesta començant la seva intervenció amb un introductor explicatiu i l'acaba deixant-la en suspens. Implicació possible: produir vint estampats amb 10 colors cadascún és exagerat/complica extraordinàriament la tasca de SEDATEX.
153. C	si hacemos   [si hacemos]	C intenta intervenir altra vegada sense èxit.
154. K	[si]	K assenteix al mateix temps que C.
155. F	(XXX) necesitamos una gran diversidad de:: productos	F, transgredint el seu rol però veient que S no intervé, torna a suplir-lo insistint en la idea que necessiten una gran varietat de productes.
156. L	de estampados   por eso	L repren el que diu F a 154 però ho modifica cap al seu bàndol: els productes queden transformats en quelcom de més concret:

	estampats
157. K [quince estampados : :]	K intenta recordar que s'havia parlat de 15 estampats però F fa un encavalcament a les seves darreres paraules.
158. F [tambien como] son productos de alta alta gama-	F intenta introduir un nou argument: els seus productes són de gama alta i... es veu interromput per L.
159. L pero si teneis veinte estampados	L interromp F amb una força tal que pot fer una pausa abans que F reaccioni. Comença el seu nou argument: si els lliuren 20 estampats...
160. F si	F assenteix.
161. L >y mas de seis colores   el el cliente : : tambien no- no va a entender todo   imaginaos	L està perdent la paciència i li falla la comunicació que té bona. En realitat el "también" hauria de ser "tampoco" y el "todo" hauria de ser "nada", és a dir hauria hagut de formular una frase negativa i ho fa malament. El verb final, "imaginaos" deixat en suspens implica que deixa a la imaginació dels oients el que li passarà al pobre client que hagi d'escollir entre 120 models diferents.
162. F pues tiene   e : : la la eleccion y tambien darle el sentido de que tiene un producto unico \    eso es importante para un producto que es de alta gama   nuestro-	F continua el seu argument amb l'estratègia de la insistència encadenant amb el raonament de L i fent-se'l favorable: si hi ha molts models, millor perquè el client creurà que té un model gairebé únic i això està d'acord amb el concepte de producte d'alta gamma que ells volen mantenir.
163. L es que : : nosotros no podemos hacer Y muchos estampados Y muchos colores   es imposible    en cuanto a la produccion	L continua en la seva línia dura. No poden produir molts estampats i molt colors al mateix temps. Utilitza ...Y...Y... calc del francès ... <i>et</i> ... <i>et</i> ....que serveix d'intensificador = al mateix temps.
164. D si	D intenta calmar la tensió amb un assentiment.
165. C asi- [lo que podemos-]	C intenta proposar alguna cosa com a cap de producció però D l'interromp.
166. D [vamos a ver eso despues-]	D interromp C perquè veu que no surten d'un cercle viciós i porroga la discussió d'aquest punt que no arribarà mai a ser discutit en la negociació.
167. C si	C interromp però per assentir i continuar la discussió
<b>9. Introducció de l'últim element de la negociació sense resoldre el problema anterior sobre el que no s'han arribat a posar d'acord.</b>	
168. D primero   ahora   vamos a ver las condiciones de pago : : y un posible	D torna a fer avançar la negociació. Per segona vegada en la negociació dos membres de

	descuento	l'equip del CB s'adrecen els uns al altres. En aquest cas D respecta el rol d'F.
169. F	si    para las condiciones de: : de pago   *e: : saben un poco como se pasa en:: e: : como pasa en: : en la grande   distribucion de manera general   y lo que nos- lo que le proponemos es   e: : diez por ciento   e: : del pago a la entrega   y despues el resto: : a noventa dias	F no ha esperat que D li donés la paraula i simultàniament a la mirada de D, ha començat el seu argument. Assumeix plenament el seu rol de cap del departament de finances i fa una afirmació inferint que tots ténen un coneixement compartit com a professionals: els termes de pagament que es practiquen a la gran distribució. D'aquesta manera els implica a tots. F es prepara el terreny per fer una proposta que sap que l'equip contrari no pot acceptar
170. K	si pero bueno   lo que pasa es que   *e : : tenemos e : : problemas de tesorera ¿tesoreria?    si-	K agafa la paraula de manera natural perquè està tractant amb el seu homòleg de l'equip contrari: Sedatex té problemes de tresoreria.
171. F	si   es porque le proponemos diez por ciento	F aprofita la confessió de debilitat de K per remarcar que justament la seva oferta és bona.
172. K	y : : : lo que pasa es que podemos hacer para : : fechar la entrega   un esfuerzo   *e: : para : : una entrega el quince de noviembre /   y entonc- para el treinta de noviembre tambien /   es un cuesto : : un coste mayor   de fabricacion   como lo ha dicho cristof   entonces el problema es que   e: : para nosotros   para producir   *e: : las gamas los diferentes colores   los estampados   *e: : lo que queriamos es tener   treinta por ciento   a e: : [la entrega]	K argumenta que com que faran dos lliuraments força junts, el 15 i el 30 de novembre i això els provoca un augment del cost de fabricació, proposa que el CB els pagui un 30% del cost total a la data de lliurament. Fa referència al que ha dit un company del seu equip que no és del seu departament. Per mantenir els rols clars, fa remarcar que qui ho ha dit té la responsabilitat del pes de les seves paraules: es recolza en les paraules de l'expert.
173. L	[a la entrega]	L, sempre a l'aguait, reforça la proposta de K amb la repetició de les seves dues últimes paraules: al lliurament.
174. K	y setenta por ciento   e: : a trenta   treinta dias	En canvi K no es deixa interrompre fàcilment quan té la paraula: continua amb la seva idea: a 172 ha proposat que els paguin el 30% a la data de lliurament i acaba la proposta amb el 70% a trenta dies.
<b>10. D torna a introduir el tema de l'exclusiva aprofitant una la debilitat de l'equip amb el que està negociant. La negociació es desvia de la trajectòria prevista. Hi ha noves propostes per ambdues parts i L cedeix terreny.</b>		
175. D	si   pero   el problema es que   USTEDES TIENEN PROBLEMA DE TESORERIA	D fa una remarca de pes, afirmant quelcom que no s'ha dit però que s'infereix de tot el context de tot el que s'ha dit: SEDATEX no té diners disponibles. Intensifica el seu enunciat amb la prosòdia: para lentament, fa varies pauses i en el punt crucial (afirmació-retret) enforteix el to de veu. Per altra banda, atenua l'expressió "no teniu diners" com faria tot professional al seu nivell: utilitza "tenir problemes de tresoreria".

<p>176. C si</p>	<p>C accepta que l'afirmació de D és certa.</p>
<p>177. D tenemos el dinero \    lo que PROPONGO es que   si hay un acuerdo de exclusividad   podemos PAGAR los obreros   *e: : que-</p>	<p>D reprèn l'argument previ de C que havia intentat suggerir que el CB podria pagar els obrers extra que necessita per intentar convèncer-los de firmar un acord d'exclusiva amb ells. Inferència: vosaltres no teniu diners per produir més immediatament, però nosaltres sí que en tenim.</p>
<p>178. L si 179. D directamente para-</p>	<p>nterrompre però D intenta continuar D intenta continuar el seu argument però sense massa sentit perquè la interrupció de L li ha fet perdre el fil.</p>
<p>180. L si pero acuerdo de exclusividad no habra   hasta que veamos como trabajamos [juntos]</p>	<p>L afirma rotundament que fins que no sàpiguen com treballen junts no firmaran cap acord d'exclusiva. L ha aconseguit robar el torn a D. Fa un enunciat molt directe (poca distància entre l'enunciat i l'acte il.locutiu), A més posiciona el verb al final de la primera frase i augmenta la força de l'enunciat. De tota manera, atenua el refús total amb una condició amb inferència: si treballen bé junts, i s'ha de veure, hi pot haver acord d'exclusiva.</p>
<p>181. K [si]</p>	<p>K ratifica el que diu L</p>
<p>182. S pues conoce al grupo el corte ingles   sabe como trabajamos-</p>	<p>Acte indirecte de parla de S. Hi ha la inferència: són molt famosos i hauria de saber com treballen: bé. Es un retret en certa manera i no contribueix a augmentar el clima de confiança.</p>
<p>183. K SI pero : : :</p>	<p>K no es deixa convèncer.</p>
<p>184. AA[XXX]</p>	<p>Intervencions simultànies de tots els participants. L'equip de CB s'indigna per la manca de confiança que demostra l'equip contrari i l'equip de SEDATEX està d'acord amb L i K.</p>
<p>185. L [sabemos : : tambien comoo/]</p>	<p>L aconsegueix destacar-se del grup que parla al mateix temps reaccionant a l'afirmació de prepotència de S amb una expressió de dubte sobre la manera de treballar del CB que deixa en suspens. Les implicacions poden ser greus.</p>
<p>186. K es la primera vez que trabajamos juntos   entonces debemos ver *e: : como pasa: :   entonces si esta satis : : fe-<u>fecho</u> de- de nuestros productos porque si no   como : : como : : :</p>	<p>K no logra comunicar el que vol perquè la situació és tensa i demana ajuda amb la mirada a C, per això C reprèn el torn.</p>
<p>187. C si   la idea es que acabos de cumplir nuestros requisitos con nuestros clientes actuales /   firmamos o vamos</p>	<p>C agafa la paraula perquè veu que K no se'n surt i veu una oportunitat per desenvolupar la idea que ja s'està perfilant: primer treballem</p>

	<p>a ver si este contrato funcione bien /   y si funcione bien   pues no   no: : tendremos que cumplir otros requisitos como estos y *e : : puesto que   los contratos seran acabados /   y despues quizas podremos ver   si: : todo se habra pasado muy bien   un contrato de exclusividad   pero por el momento no : : :</p>	<p>junts. Si funciona, per què no un contracte d'exclusiva?</p> <p>Deixa la frase en suspens: implica que en un futur per què no fer el que proposa el CB però de moment no ho veu possible.</p>
188. L	<p>por el momento no es posible   que por el momento que- queremos tener el control sobre nuestros productos   es algo normal   *e : : funcionan muy bien tienen ya mucha fama en españa   y: : de golpe hacer un: : asi un contrato de exclusividad es : :</p>	<p>L continua amb la idea del problema de la immediatesa que li vol exigir l'altre grup. Repetició per dues vegades de POR EL MOMENTO. Tot contribueix a remarcar que la pressió és massa forta per fer-ho ara. A més, no estan en cap situació desesperada: al contrari. Vol recuperar la seva posició de força que sent que estan perdent. Es repeteix l'estratègia de L de començar amb un element de la frase que ha formulat l'interlocutor.</p>
189. S	<p>un poco rapido[ pero-]</p>	<p>S aprofita el lleuger dubte de L i reprèn la paraula utilitzant la idea del "así de golpe" de L transformant-la en "un poco rápido" i acaba una frase que ha començat l'interlocutor fent veure que el comprèn.</p>
190. L	<p>[un poco rapido] [por eso]</p>	<p>L, torna a agafar un element de l'interlocutor, aquesta vegada per estar-hi d'acord per bé que sigui de l'equip contrari.</p>
191. S	<p>[es que ya] estan trabajando &lt;con solo con pequeños grupos   con pequeñas tiendas independientes y eso   y estamos el primer grupo   el primer gran grupo con el cual estan trabajando   por eso lo que podemos *e : : contratarlo que podemos e : : decidir   es que no vendeis sus productos a otros gran grupos como nosotros   esto-   es decir nuestros competidores- <u>competidores</u></p>	<p>S, per intentar atrapar-los d'alguna manera, fa una nova proposta: sembla que vol que es comprometin a no tractar amb d'altres grans grups, només amb petites estructures empresarials. Aquesta idea, no és seguida ni per L ni per D, els dos líders. De fet, S transgredeix l'estratègia i el guió amb aquesta nova proposta, bastant absurda professionalment.</p>
192. D	<p>y y tambien   tenemos otra idea   es de : : de PROMOVER   sus productos.</p>	<p>D continua amb la seva tasca de convèncer Sedatex de signar un contracte d'exclusiva. Aquesta vegada ho fa amb persuasió: els promocionaran els productes, és a dir que el CB farà publicitat de franc per SEDATEX.</p>
193. S	<p>[si y ademas podrian : :]</p>	<p>S vol intervenir però no ho aconsegueix.</p>
194. D	<p>[en toda españa   en toda españa]</p>	<p>D remarca l'avantatge de l'extensió de la promoció a tot Espanya sense fer cas de S.</p>
195. F	<p>[hacerlos conocer]</p>	<p>F intenta reblar la idea de l'oportunitat de donar-se a conèixer, un dels punts difícils per a tota petita i mitjana empresa.</p>
196. D	<p>es una real oportunidad para ustedes</p>	<p>D continua volent convèncer-los de la magnífica oportunitat que representa aquesta oferta del</p>

		CB per SEDATEX.
197. K	[si si pero-]	K no està convençuda i S l'interromp.
198. S	[si   si   si   nuestro]	Continuen les interrupcions de S a K.
199. K	podemos ver eso en seis meses: :   justo en el momento de: :	K proposa una termini per parlar altra vegada d'aquest assumpte.
200. L	si	L hi està d'acord.
201. K	[hablar de esto : : : de]	K intenta acabar la seva idea que havia començat amb la primera proposta concreta: un termini per poder-se conèixer, però hi ha un encavalcament de F.
202. F	[por el momento]   lo que nos gustaria   es que el corte britanico   sera su : : : su: :	F no respon a la proposta d'un termini per tornar-ne a parlar. Intenta fer pressió sobre Sedatex però no arriba a comunicar bé
203. S	su mayoria   su prioridad sobre el cliente y : : :	S, que ha entès el que vol F, vol acabar la intervenció de F. Però ell encara ho fa pitjor: no s'entén què vol dir.
204. Ct	[XXXXX]	
<b>11. D torna a insistir sobre l'acord d'exclusiva i endureix el to.</b>		
205. D	si   y : : : si : : : *e : :   pero pero claro que todas las condiciones   que estamos: : negociando   es: :   si hay un acuerdo de exclusividad	Desconcert inicial per l'incident del mòbil: ha de reorganitzar les idees. D torna a insistir sobre l'acord d'exclusiva recordant aquesta vegada que totes les avantatges que Sedatex pot obtenir estan condicionades a l'acord d'exclusiva.
206. F	también les da un seguro por- por lo que toca el   el aspecto financiero-	F intenta convèncer per primera vegada: poden estar segurs de cobrar i de no tenir problemes de tresoreria si firmen un contracte d'exclusiva.
207. L	si vale pero : : :	L assenteix per una banda però comença a contraatacar al final.
208. F	tienen que : : :-	
209. L	si bueno la exclusividad   a lo mejor se hará   QUE NO ESTAMOS EN CONTRA   es que de momento   para hacer hacer exclusividad   tenemos que: : e- evolucionar y adaptarnos   así que de moMEnto veamos como trabajamos juntos	L per segona vegada (la primera a 19) admet que potser el contracte d'exclusiva es firmarà i que l'oposició no és irrevocable: és una qüestió de relacions de feina: han de veure primer si s'entenen bé o no.
210. S	si claro   pero antes decirnos   queremos tener- la s-	S intervé i arriba a comunicar que vol imposar una condició.
211. L	las condiciones	L vol ajudar S a acabar la frase amb la qual té dificultats i li acaba amb un concepte que a ell li

		interessa: tenir les condicions de la transacció comercial clares.
212. S	las condiciones claras   pero la certitud que no te vas a ir a nuestros competidores que son los otros gran grupos como :::   como ::: no sé ::: <i>H et M)</i>	S repren el que L acaba de dir i hi està d'acord, però que no era el que ell volia expressar a 209 on, en realitat buscava la paraula "seguridad". El que S vol és tenir la certesa de que Sedatex no tindrà com a clients els competidors directes del CB. Intenta donar un exemple de competidor, no el troba i acaba murmurant en francès el grup "H & M". Provoca el riure de tots.
<b>12. L intenta recapitular perquè sent que el temps s'acaba i que s'han de lligar caps.</b>		
213. L	bueno   de momento   estamos de acuerdo en TRES entregas	L fa avançar recapitulant perquè sent que el temps s'acaba i que s'han de lligar caps.  L busca confirmació de K perquè en realitat és conscient que pren el rol de K en el tema que vindrà immediatament després: el dels pagaments.
214. S	si	S sembla d'acord
215. L	tres fechas de entrega	L repeteix que el nombre de lliuraments serà de tres per assegurar-se que tothom ho ha entès i hi està d'acord.
216. S	si	S ho confirma.
<b>13. Es torna a introduir el tema del pagament que no havia quedat solucionat.</b>		
217. L	lo que a lo mejor   PODEMOS HACER   es e: : pago a la entrega   para la primera	L fa una proposta diferent de la que ha fet K i que no ha estat acceptada a 172 i 174: el CB podria fer un pagament a la data del primer lliurament
218. S	aha	Signe fàtic de S.
219. L	y luego   un pago a sesenta- [a treinta dias]	L proposa que el CB faci després un pagament a 60 dies, però es corregeix immediatament per rebaixar el termini a 30 dies, més avantatjós per Sedatex.
220. S	[sesenta]	S aprofita l'equivocació de L per agafar-se al primer termini, 60 dies, que li convé més. S està transgredint el seu rol:és F qui hauria de tractar el tema financer.
221. L	para las dos   entregas   a cada [entrega]	L no fa cap cas de S i continua amb la seva proposta: un pagament a 60 dies per cadascun dels dos últims lliuraments. Vol indicar els dos lliuraments amb la gestualitat.
222. K	[si]	K, a qui L ha pres el rol, assenteix.
223. L	asi que (habra) una entrega   para: :	L puntualitza altra vegada el que ja ha dit



	trenta mil productos   a sesenta dias : :-	perquè no hi hagi ambigüitat: un lliurament de 30.000 productes a 60 dies.
224. F	(sesenta) dias no es posible   porque nosotros tomamos el riesgo de no vender sus productos   y por lo tanto necesitamos tiempo para : :   para : : para : : [pagarles-]	F es torna a posar en el seu rol que S li havia pres momentàniament i interromp L: un pagament a 60 dies no és possible. Corren el risc de no vendre els productes de SEDATEX.
225. L	[bueno] SI BUSCAIS un contrato e : : de exclusividad es que ya estais de acuerdo que se van a vender   estoo/	L emet un enunciat altra vegada deixant la darrera part en suspens, per fer més força. En aquest cas la petita rialla irònica del final és reveladora. La inferència és clara: ens esteu posant dificultats, ens voleu fer creure que preneu riscos financers comprant els nostres productes, mentre que esteu segurs que el negoci és clar i que serà rentable perquè si no, ni ens hauríeu cridat ni rebut. L es comença a enfadar.
226. F	el problema es que nosotros tomamos el riesgo   ((s'assenyala ell mateix amb la mà)) no estamos seguro de que [vamos]	F sembla que no hagi escoltat el que L ha dit. Torna a repetir exactament el mateix argument amb tossuderia: són nosaltres els que prenem el risc.
227.L	[vale]	L fa un encavalcament que té una força ilocutiva diferent a l'enunciat: "vale" no vol dir "d'acord" sino que indica impaciència perquè F torna a desenvolupar el mateix argument del risc que L ha desmuntat a 225.
228.F	a venderlos-	F acaba la frase començada a 226.
229.L	si ESTAIS aqui   es queee hay posibilidades	L tuteja tot l'equip contrari. L aquí continua l'enunciat després d'un allargament, però tampoc no acaba la frase: inferència: és que les possibilitats de que es venguin hi són i n'esteu segurs, a més a més. Continua endurint el to: no sigueu hipòcrites!
230.F	si   pero eso ya ya lo sabemos   por lo tanto   al principio /   despues veremos  pero al principio /   puesto que tomamos el riesgo: :   es porque queremos tratar al principio   diez por ciento   a la entrega y al final de la entrega   y el resto a noventa   noventa dias \	F no vol cedir terreny i va insistint sobre el mateix per al pagament.
<b>14. D intenta fer avançar la negociació, però no amb una proposta sino amb un retret.</b>		
231. D	>> claro que: : si no hay un esfuerzo de de su lado para la exclusi[vidad]	D intenta fer avançar la negociació, però no amb una proposta sino amb un retret: fins ara Sedatex no sembla cooperar per signar un acord d'exclusivitat. Marca la seva intervenció amb una pausa al principi, fet inhabitual en aquesta negociació, cosa que dóna un relleu especial a la amenaça.

232. C [si]	C, li dóna la raó en un esforç de mostrar-se conciliant.
233. D no vamos a hacer tan esfuerzos	D continua amenaçant: no farem esforços
234. L el esfuerzo ya esta en fecha de entrega   con las condiciones actuales de producción /	L torna a fer servir l'estratègia de reprendre un element de la frase de l'interlocutor per construir la seva intervenció, que és una defensa davant de l'acusació de no ser prou cooperatiu. Argumenta que si es parla d'esforços, Sedatex ja n'ha fet pel que fa a la data de lliurament amb les seves condicions insuficients de producció. F l'interromp.
235. F para nosotros la fecha de entrega no es tan tan bien	F vol dir que un dels esforços posats de relleu per L, la data de lliurament, per a ells no són gaire importants perquè la data de lliurament no els és gaire convenient.
236. AA >>> [XXX]	Hi ha una pausa inicial de sorpresa perquè F torna a insistir sobre un punt que semblava resolt. Llavors tots reaccionen al mateix temps: fragment intel·ligible.
237. F a nosotros nos gustaria tener mas (tiempo) libre	F aconsegueix prendre el torn de paraula i sobressortir de l'encavalcament de diversos participants. Rebla l'argument que ja ha avançat a 235: voldrien tenir més temps per preparar els productes.
238. K para nosotros (un esfuerzo) [porque : : ]	K intenta justificar que també per SEDATEX és un esforç, però S l'interromp.
239. S [tenemos que hacer] un esfuerzo de pago	S intenta interrompre K i no ho aconsegueix. Pot arribar a dir que han de fer un esforç en el pagament. S transgredeix el seu rol perquè no és ell l'interlocutor de K, és F.
240. K tenemos un coste un coste: : mayor de: : fabricacion   entonces : : si   es un   realmente esfuerzo para nosotros (fading)	K no fa massa cas de S i acaba el seu argument: el cost de fabricació addicional és un esforç real per a SEDATEX.
<b>15. C fa avançar la negociació amb un altre punt de vista sobre el mateix problema.</b>	
241. C hay que ver esto   es que   es que que la situacion hoy   es que claro que   *e: : tenemos ALGUNAS dificultades financieras	C fa avançar la negociació amb un altre punt de vista sobre el mateix problema. Intervé aprofitant que K parla de producció i li dóna l'ocasió de posar-se en el seu rol altra vegada. Decideix ensenyar el seu joc: admet que té problemes de diners.
242. F [si]	F i D assenteixen.
243. D [si]	
244. C estamos claros sobre este punto   y bien veis que hay fuerte potencial en	C, mira L per indicar que estan tots d'acord en aquest punt i com que L és el cap de l'equip el fet d'incloure'l en el seu discurs li dóna més

	nuestros productos	força. Assegura que els productes de Sedatex tenen molt potencial de venda i també inclou, aquesta vegada l'altre equip en la seva afirmació. Fa reaccionar D.
245. D	si	D dóna la raó a C.
246. C	puesto que quieren   una- un contrato de exclusividad   asi que   yo se que QUIZAS es pedir mucho   pero   SI nos ayudais AHORA   haciendo esos esfuerzos para: : nosotros financieros   despues   claro que para vosotros: : sera muy bien   porque despues podremos darlos todos los productos que   que quisieran y   y: : tener más dinero nos permitirá fabricar MAS   producir MAS-	C argumenta detalladament com de costum: si CB fa concessions financeres serà profitós per ambdues parts perquè no tindran cap problema per produir tot el que el CB vulgui. Sap que entra en un terreny difícil i apel·la a la voluntat de l'equip del CB de signar un contracte d'exclusivitat. Puntua el seu discurs amb paraules amb entonació més forta.
247. L	mhm   y si buscais   si buscais   un acuerdo de : : de exclusividad   tambien quereis   que   que que vuestro socio   sea una una empresa   como la vuestra	L vol ajudar C però canviant l'argument. L no aconsegueix comunicar correctament. Vol dir que haurien de buscar l'exclusiva amb una empresa més gran que Sedatex?
248. F	en la gran distribucion   se paga de manera general   a noventa días	F ho aprofita a la seva manera i considera que per ser iguals han de fer el que es practica a la gran distribució.
249. L	de manera general	L torna a reprendre exactament les mateixes paraules de l'interlocutor, en aquest cas, recalcant-les i inferint d'aquesta manera que "de manera general" no vol dir "sempre"
250. F	con todos los abastos- <u>abastecedores-</u>	F vol acabar la seva frase però s'adona que s'ha equivocat en la vocal al mig d'una paraula i s'autocorregeix
<b>16. Aquesta última part queda totalment falsejada per l'acabament del temps. Hi ha una proposta final que és una sorpresa per a tothom perquè és inversemblant des del punt de vista professional, però que permet acabar la sessió (no la negociació).</b>		
251. S	vale   si : : si : : si   de acuerdo con las condiciones de pago   si: : le si le e: : damos un pago a la entrega   todo para a la primera entrega nos dan un cuatro por ciento de descuento y ya esta    y asi   asi compramos	S fa una proposta inversemblant des del punt de vista professional perquè és totalment contrària als interessos de la seva empresa: el CB pagarà tota la comanda al lliurament si SEDATEX els fa un decomppte del 4%. S transgredeix totalment el seu rol perquè no li pertoca en absolut parlar de diners.
252. L	pe-	a la proposta tan increïble que queda tallat
253. S	y asi no tienen problema de tesoria   tiene el dinero ya	S justifica la seva proposta explicant com serà d'avantatjós per Sedatex tenir els diners d'un cop.
254. L	repite   e: : ¿condiciones de pago ha dicho / ?	L es fa confirmar el que creu que ha entès. Està tan sorprès que barreja el TU amb el VOSTÉ.

255. S	todo   todo   todo   pagamos todo   a la primera entrega	S repeteix tres vegades que ho pagaran tot per que li quedi clar a L. Es força obvi que per ell la negociació ha passat a ser un joc que s'ha d'acabar.
256. C	¿los setenta y cinco mil *e :- ?	C també demana confirmació perquè no s'ho acaba de creure.
257. L	con un descuento: :   de cuatro por ciento	L es fa confirmar la segona part de la proposta sobre les condicions de pagament, no amb una pregunta directa sinó utilitzant una afirmació que espera una confirmació de l'altra banda.
258. F	si si	F, assumint ara el seu rol, ho confirma.
<b>17. Silenci de tothom per pensar i assimilar la proposta.</b>		
259. F	asi no tiene como le he dicho problemas de de tesoreria	F repeteix l'argument de S: d'aquesta manera queden eliminats els problemes de Sedatex.
260. K i L (XXX)	((fan un apartat en veu baixa))	Consulta en veu baixa entre el director i la directora del departament de finances.
261. C	si   pienso que : :	C, per omplir el buit que produeix l'apartat, avança tímidament un assentiment a la proposta.
262. L	habra que discutir   pero parece : :	L, amb condicions i precaució sembla acceptar. Deixa la frase en suspens: implica que li sembla que la proposta és viable, però no diu directament que sí.
263. K	[si si]	
264. F	[tambien para] el lanzamiento [del producto ]	F vol desenvolupar un altre argument. Comença dient que en el moment del llançament del producte però hi ha un encavalcament de S que no s'entén
265. S	[XXX]	
266. F	queremos dar una promocion   sobre los productos   y nos ayudara si puedes dar un un descuento : :-	F continua el seu argument: si els fan un descompte el CB podrà promocionar millor els productes de SEDATEX.
267. L	pues   pues   de momento podemos quedar asi   analizarlo   con la directora financiera y : :   a ver si si nos vemos otra vez-	L, que continua assumint seriosament el seu paper, no desitja sentir més arguments i explica que ho analitzaran amb la directora de finances i llavors en podran tornar a parlar junts. L no vol que la negociació que s'ha anat construint, es desintegri a causa de les presses que fan que l'equip del CB s'ho comenci a prendre menys seriosament.
268. D	si	D hi està d'acord.
269. L	para discutir el contrato [y: : ]	L vol acabar la seva frase amb els objectius d'una propera reunió. El primer serà discutir el contracte.
270. F	[si]	F hi està d'acord.

271. L y las   las negociaciones finales	L explica que el segon objectiu de la propera reunió serà negociar els darrers detalls.
272. F [si]	F demostra el seu acord, al mateix temps que K i D.
273. K [muy bien] 274. D [muy bien]	
275. L ¿esta bien ?	L encara demana confirmació de la seva proposta final.
276. D mucho : :	D li confirma el seu acord.
277. L vale [gracias]	L inicia el ritual de comiat donant les gràcies.
278. D [gracias]	D continua el ritual al mateix temps que L.
279. L hasta luego	L formula el comiat.



**APÈNDIX II.**  
**ESTUDI PILOT**  
**TRANSCRIPCIÓ DE LES SEQÜÈNCIES**  
**CONFLICTIVES ANALITZADES.**





**APÈNDIX II**  
**ESTUDI PILOT**  
**TRANSCRIPCIÓ DE LES SEQÜÈNCIES CONFLICTIVES ANALITZADES**

**Seqüència 2<sup>49</sup>**

**S'intenta començar la negociació però s'introdueix un element imprevist.**

7. D >si | e :: primero tenemos que decirles que hemos cambiado :: | porque :: vamos a estar claros desde el principio | quisieramos un acuerdo de exclusividad | con ustedes || con el corte britanico | su empresa y el corte britanico para la distribucion exclusiva de todos sus productos | en todo :: el territorio español | ((va subratllant el que diu amb gestos de les mans, que aixeca uns 10 cm., posades sobre la taula ))
8. L >vale pues e :: el problema es que no pensamos hacer: : e :: acuerdo de e :: exclusividad || es que tenemos varios CONTACTOS | y :: no pensamos e :: tener un unico cliente || en españa | es que tenemos varias posibilidades | ((comença a moure les mans per puntuar el que diu i afirma amb el cap)) tenemos productos intereSANTes (mira a K) || y :: por eso las ofertas | LAS TENEMOS | [asi que :: ] -
9. D [si pero :: ]
10. L a ver si quedamos en algo mas :: | \*e :: : que | que que las dos partidas den ALGO \ | porque [si nooo / ]
11. K [si :: ]-
12. S ¿xxx potencial trabajar con varias | varios :: ((moviment amb les mans de dreta a esquerre)) e :: | varios grupos ? | 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- ((tensió del cos, colze sobre la taula, mà sota la barbata))
16. S ust- | tie- tiene una pequeña empresa | y por e :: : eso tiene potencial de producir tantos productos | porque|| somos interesados por un contrato de de exclusividad | YA | les e :: : les les | que | que | nos gustaria | comprarles e :: : setenta y cinco mil e :: : pro- productos | pero se va a evolucionar si se pasa bien | y por eso nos gustariamos hacer un contrato de exclusividad || y así si e :: : si ordenamos mas | no se si podria :: : | no se no se si podrian e :: : satisfacer la [producción-]

**Seqüència 3**

**Segon element imprevist: han canviat el nombre de productes de la comanda: passa a 75.000 en comptes de 50.000.**

17. L [pues]] pues lo que podemos hacer entonces / | es | ya veremos con el :: director de produccion / | pero es \*e :: : hacer esta primera :: ENTREGA | ver las condiciones de estas SE- SETENTA Y CINCO MIL :: : [ PRODUCTOS ]]
18. D [si claro | si]

---

<sup>49</sup> S'han conservat les anotacions tal com es varen fer en el document original, per aquest motiu hi apareixen intents d'explicar la gestualitat amb lletra de color verd, perquè ja començàvem a intuir la importància que tenia la gestualitat en la negociació.

19. L y ver si quedamos en algo conCREto / | y si todo va bien | \*e : : despues podremos ver para un acuerdo de : : exclusividad | pero de momento veamos ya si podremos trabajar BIEN [juntos \] ((puntuat amb moviments de la mà dreta i amb el cap)).
20. F. [mhm]
21. D [si] | porque tienen que saber / | que somos un grupo muy dinamico : : / | que tenemos una imagen muy positiva en [españa]
22. L [si]
23. D y que es una real real oportunidad para ustedes | y tambien para para nosotros | de crear un acuerdo [exclusivo] ((subratlla el que diu amb moviments de les mans i del cap))
24. L [mhm]
25. D preferimos tener [un acuerdo de exclusividad-]
26. C [si | si pero] es que | tenemos que ver con nuestros clientes porque: : | tambien \*e: : depende de de la capacidad de produccion | claro | y el problema es que: : ((reforç amb moviments de les mans i del cap)) pues queremos quedar un poco más fiel | a estos clientes: : que : : tenemos desde el principio | y no podemos decirles de de un mes al otro pues ya [ se acaba todo y : ] ((moviment sec amb la mà dreta, d'esquerra a dreta))
27. D [si pero es que-]
28. C tene- tenemos pedidos en curso |
29. F es una empresa joven
30. C si
31. F XXX desde hace: : un año | mas- mas- mas [o menos] ((no mou per res les mans. Braç dret sobre la taula i mà esquerra sota la barbata))
32. C [si : :] si| un añ- uno o dos años
33. F a lo mejor|
34. C si
35. F es que no es tanto: : | tan difícil decirles que: : -
36. K si pero | el problema es que no: : no conocemos bien vuestro grupo | y como lo ha dicho nuestro director ((assenyala L amb el cap i la mà)) | no conocemos sus condiciones \*e: : para trabajar y [debemos: :]
37. D [pero]
38. K ha-| hablar de: : de las [condiciones / ] ((braç dret estès, palmell amunt que esprés es dirigeix cap a ella, assenyalant-se i després cap al grup de CB)).
39. C [si]
40. K porque si de toda manera no es posible | no podemos HAblar AHORA de de un contrato [de exclusividad ]

#### Seqüència 4

##### Comencen la primera part de la negociació.

41. L si | yo quiero que:: | lo que les proPONGO | es hablar \*e:: de las \*e:: condiciones de una entrega de setenta y cinco mil piezas|
42. D si
43. L y despues | ya veremos para mas *alante*
44. D si|

45. L vale

### Seqüència 5

Després d'haver confirmat el nombre d'unitats continuen amb la data de lliurament.

46. D ¿empezamos por | \*e: : la fecha de entrega | | ? | fecha de entrega / ?
47. L si
48. S pues: | \*e: : yo como soy el director de: : de : : del corte inglés de de madrid| \*e: : estoy hablando para todos los directores | e: : y nos gustir- nos gusta-riamos que : : nos entrega |\* e: : en el 15 con \*e: : veinticinco mil: : \*e: : unidades para que tenemos el tiempo de \*e: : formar a nuestro \*e: : a nuestra planta- plantilla | para | para que tiene el tiempo | de \*e: : de |de- de ver a los productos
49. L asi que lo lo que quereis es hacer dos entregas /
50. S [o tres]
51. D [o tres]
52. F [tres]
53. L tres entregas | [de veinticinco mil unidades / ]
54. D [tres| tres entregas] de veinticinco mil unidades
55. L aha | asi que veinticinco mil para el quince de noviembre
56. D [si]
57. S [si]
58. S despues veinticinco mil | el treinta y veinticinco mil el siete
59. L mhm | pues a ver si : : ¿que? con los-
60. C si | si | porque es que nosotros | como como le : : le : : le he dicho antes | es que tenemos clientes también / | y tenemos pedidos hasta el siete de diciembre | tenemos pedidos TODO el tiempo
61. S si eso es [porque]
62. C [asi que]
63. S no: : no \*e: : estamos preguntando para los setenta y cinco mil en el quince | sino | \*e: : estar [partido]
64. C [si]
65. S para que no le: : para que que no le tiene problema con su [plantilla]
66. C [si ] por eso pienso que quizas | seria mejor | empezar el primero el treinta de noviembre | y quizas hacer | no se \*e: : cuarenta mil el treinta y : :
67. AA [XXX]
68. S [NO]
69. F [lo que pasa] lo que pasa es que las ventas | de la navidad empiezan a primeros [de diciembre]
70. D [si si]
71. S y necesito tiempo para formar [a mi \*e: : mi plantillo]
72. C [si | si] | si el unico problema es que | eso | YO LO PIENSO | con la plantilla que tenemos hoy |necesiti- necesitaria-
73. L mas gastos | mhm
74. C mas gastos y: : pues contratar un poco mas personas | esto es el problema |

75. D > si | pero SEÑORES Y SEÑORITA tenemos | tienen que saber que ustedes están negociando con el corte británico
76. L si
77. D y que tenemos | que tener la prioridad || con su producción || usted me ha dicho que el quince de noviembre tenían: : clientes \
78. C si hasta el siete de diciembre tenemos : :-
79. L usted tendrá la prioridad | pero sola en- en las órdenes que que no tenemos: : aun | ya tenemos pedidos de: : de hace mucho tiempo | es- estos pedidos no podemos | aplazarlos [es muy importante]
80. F [no es interesante] tener los productos en el siete de diciembre /
81. D no
82. C pero SI: :
83. F es que es una venta que [es de Navidad]
84. S [no tendremos] el tiempo de venderlos| si no: :
85. C bien- bien entienda que lo importante cuando firmamos un contrato | es cumplir con nuestros requisitos | claro | y si firmamos un contrato con vosotros | no queréis que les demos los pedidos | dos meses después | así que es un poco lo mismo: : aquí | pero bien [entiendo que | pues: : ]
86. K [si pero podemos : : ]
87. C quizás podemos encontrar un compromiso o algo | pero: : no se
88. K christophe | que piensas/ | no podemos hacer por ejemplo e: : : veinte mil | unidades para: : el quince de noviembre | es un poquito justo[ pero: : ]
89. L [demasiado | demasiado]
90. K pero el resto e: : para el treinta de noviembre || no se | o repartir | entre las tres fechas [ pero : : : ]
91. L [creo que : : ]
92. K ver SI es posible-
93. L si | lo que podemos hacer son | quince mil | creo | el: : quince de noviembre | que eso está posible
94. AA [XXX] .
95. D [¿quince o veinte mil?]
96. S [ ¿quince o veinte mil?]
97. L quince mil | y después treinta el treinta
98. S treinta | vale | no | quince veinte y treinta | o treinta y veinte | ¡hombre!
99. L pues | quince treinta me parece bien
100. AA [XXX]
101. C pues no vamos a : : : | quince mil veinte mil y treinta mil | ¿vale?
102. F no no | quince treinta y treinta
103. C quince treinta y treinta | exactamente
104. S esto me parece bien
105. L vale | muy bien
106. D ahora || los productos

## Seqüència 7

### Reintroducció del tema de l'exclusiva

- 126.D el problema es que | SI hay un acuerdo de exclusividad | CLARO que podemos hacer esfuerzos financieros
- 127.C si pero-
- 128.D pero AHORA no tenemos la exclusividad
- 129.C vale | [vale]
- 130.K [si pero : :] podemos ver e : : | es : : una primera etapa | e : : ver con : : con ustedes si : : es posible e : : hacer de esta manera | y claro que si toda- todo pasa bien | e : : entre entre nosotros | podemos ver para para un contrato de exclusividad | no | no decimos que no es posible | pero realmente por el momento | es complicado | si | y : : ((mira C))
- 131.C si : :
- 132.D mmm

## Seqüència 10

### D torna a introduir el tema de l'exclusiva aprofitant una la debilitat de l'equip amb el que està negociant.

- 175.D si | pero | el problema es que | USTEDES TIENEN PROBLEMA DE TESORERIA
- 176.C si
- 177.D tenemos el dinero|| lo que PROPONGO es que | si hay un acuerdo de exclusividad |
- 178.L si
- 179.D directamente para-
- 180.L si pero acuerdo de exclusividad no habra ((nega amb fermesa amb el cap))| hasta que veamos como trabajamos [juntos]
- 181.K [si]
- 182.S pues conoce al grupo el corte ingles | sabe como trabajamos-
- 183.K si pero : : :
- 184.AA [XXX]
- 185.L [sabemo : : s tambien comoo /]
- 186.K es la primera vez que trabajamos juntos | entonces debemos ver e : : como pasa : : | entonces si esta satis : : fe-fecha de- de nuestros productos porque si no | como : : como : : ((mira C))
- 187.C si | la idea es que acabos de cumplir nuestros requisitos con nuestros clientes actuales | firmamos o vamos a ver si este contrato funcione bien | y si funcione bien | pues no | no : : tendremos que cumplir otros requisitos como estos y en : : (( es dirigeix a D amb la mà)) puesto que | los contratos seran acabados | y despues quizas podremos ver | si : : todo se habra pasado muy bien | un contrato de exclusividad | pero por el momento no : : : ((puntu la negativa amb les mans i amb un arronsament d'espatlles))
- 188.L por el momento no es posible | que por el momento que- queremos tener el control sobre nuestros productos | es algo normal | e : : funcionan muy bien tienen ya mucha fama en españa | y : : de golpe hacer un : : asi un contrato de exclusividad es : : ((mira C))
- 189.S un poco rapido[ pero-]
- 190.L [un poco rapido] [por eso]

- 191.S [es que ya] estan trabajando |con solo con pequeños grupos | con pequeñas tiendas independientes y eso | y est- estamos el primer grupo | el primer gran grupo con el cual estan trabajando | por eso lo que podemos e: : contrat- lo que podemos e: : decidir | es que no vendeis sus productos a otros gran grupos como nosotros | esto- | es decir nuestros competidores-competidores
- 192.D y y tambien | tenemos otra idea | es de: : de promover | sus productos.
- 193.S [si y ademas podrian : :]
- 194.D [en toda españa | en toda españa]
- 195.F [hacerlos conocer]
- 196.D es una real oportunidad para ustedes
- 197.K [si si pero-]
- 198.S [si | si | si | nuestro]
- 199.K podemos ver eso en seis meses: : | justo en el momento de: :
- 200.L si
- 201.K [hablar de esto : : : de]
202. F [por el momento] | lo que nos gustaria | es que el corte britanico | sera su : : : su: :
- 203.S su mayoria | su prioridad sobre el cliente y : : :
- 204.Ct [XXXXX] ((sona el telèfon mòvil de S i això desconcentra per uns instants els participants))

### Seqüència 11

#### D torna a insistir sobre l'acord d'exclusiva i endureix el to.

- 205.D si | y : : : si : : : \*e : : ((mira el paper)) | pero pero claro que todas las condiciones | que estamos: : negociando | es: : | si hay un acuerdo de exclusividad ((subratlla amb més força les seves afirmacions amb les mans))
- 206.F también les da un seguro por lo que toca el | el aspecto financiero-
- 207.L si vale pero : : :
- 208.F tienen que : : :-
- 209.L si bueno la exclusividad | a lo mejor se hará | QUE NO ESTAMOS EN CONTRA | es que de momento | para hacer hacer exclusividad | tenemos que: : e- evolucionar y adaptarnos | así que de momento veamos como trabajamos juntos
- 210.S si claro | pero antes decimos | queremos tener- la s-
- 211.L las condiciones
- 212.S las condiciones claras | pero la certitud que no te vas a ir a nuestros competidores que son los otros gran grupos como : : : | como : : : no sé : : : *H et M* ((rialles))

### Seqüència 13

#### Es torna a introduir el tema del pagament que no havia quedat solucionat.

- 217.L lo que a lo mejor | PODEMOS HACER | es e: : pago a la entrega | para la primera
- 218.S aha
- 219.L y luego | un pago a sesenta- [a treinta dias]
- 220.S [sesenta]

- 221.L para las dos | entregas | a cada [entrega]
- 222.K [si]
- 223.L asi que (habra) una entrega | para: : treinta mil productos | a sesenta dias : :-
- 224.F (sesenta) dias no es posible | porque nosotros tomamos el riesgo de no vender sus productos | y por lo tanto necesitamos tiempo para : : | para : : para : : [pagarles-] ((fa servir l'avantbraç dret amb un llàpiç a la mà per puntuar sense alçar el braç de la taula))
- 225.L [bueno] SI BUSCAIS un contrato e: : de exclusividad es que ya estais de acuerdo que se van a vender | estoo / ((petit riure irònic que finalitza "esto"))
- 226.F el problema es que nosotros tomamos el riesgo | ((s'assenyala ell mateix amb la mà)) no estamos seguro de que [vamos]
- 227.L [vale]
- 228.F a venderlos-
- 229.L si ESTAIS aqui | es queeee hay posibilidades
- 230.F si | pero eso ya ya lo sabemos | por lo tanto | al principio | despues veremos| pero al principio | puesto que tomamos el riesgo: : | es porque queremos tratar al principio | diez por ciento | a la entrega y al final de la entrega | y el resto a noventa | noventa dias

#### Seqüència 14

**D intenta fer avançar la negociació, però no amb una proposta sino amb un retret.**

- 231.D >> claro que: : si no hay un esfuerzo de de su lado para la exclusi[vidad]
- 232.C [si]
- 233.D no vamos a hacer tan esfuerzos
- 234.L el esfuerzo ya esta en fecha de entrega | con las condiciones actuales de produccion-
- 235.F para nosotros la fecha de entrega no es tan tan bien
- 236.AA >>> [XXX]
- 237.F a nosotros nos gustaria tener mas (tiempo) libre
- 238.K para nosotros (un esfuerzo) [porque : : :]
- 239.S [tenemos que hacer] un esfuerzo de pago
- 240.K tenemos un coste un coste: : mayor de: : fabricacion | entonces : : si | es un | realmente esfuerzo para nosotros (fading)

#### Seqüència 15

**C fa avançar la negociació amb un altre punt de vista sobre el mateix problema.**

- 241.C hay que ver esto | es que | es que que la situacion hoy | es que claro que | \*e: : tenemos ALGUNAS dificultades financieras
- 242.F [si]
- 243.D [si]
- 244.C estamos claros sobre este punto | ((C mira L)) y bien veis que hay fuerte potencial en nuestros productos
- 245.D si

- 246.C puesto que quieren | una- un contrato de exclusividad | así que | yo se que QUIZAS es pedir mucho | pero | SI nos ayudais AHORA | ((dóna cops a la taula amb el llàpiz)) haciendo esos esfuerzos para: : nosotros financieros | despues | claro que para vosotros: : sera muy bien | porque despues podremos darlos todos los productos que | que quisieran y | y: : tener más dinero nos permitirá fabricar MAS | producir mas-
- 247.L mhm | y si buskais | si buskais | un acuerdo de : : de exclusividad | tambien quereis | que | que que vuestro socio | sea una una empresa | como la vuestra
248. F en la gran distribucion | se paga de manera general | a noventa dias
- 249.L DE MANERA GENERAL
- 250.F con todos los abastos- abastecedores-

((Senyal extern de la professora que indica que el temps s'acaba.))