

# Las invitaciones en el ámbito académico en español y ruso: un acercamiento a sus tipos y estrategias

## Invitations in Spanish and Russian in the academic context: an approach to their types and strategies

Elena Shorokhova

Universidad Rey Juan Carlos

[elena.shorokhova@urjc.es](mailto:elena.shorokhova@urjc.es)

**Resumen:** En este artículo se examinan las estrategias de invitación utilizadas por estudiantes españoles y rusos en el contexto académico. El análisis se realiza a partir de 222 muestras escritas provenientes de un corpus experimental. Los resultados revelan la prevaencia de las invitaciones directas en ambas culturas comunicativas. Las estrategias preferidas de los informantes españoles son las declarativas de deseo y las preguntas de deseo, mientras que en ruso, son más frecuentes las preguntas de deseo y las fórmulas imperativas. El análisis cualitativo de las estrategias más comunes permite identificar diferencias entre las dos lenguas en la expresión de las invitaciones dirigidas a un profesor conocido.

**Palabras clave:** español peninsular, ruso, invitación, acto de habla, cortesía, pragmática intercultural

**Abstract:** This article examines the invitation strategies used by Spanish and Russian students in the academic context. The analysis is based on 222 written samples from an experimental corpus. The results reveal the predominance of direct invitations in both communicative cultures. The preferred strategies of Spanish participants include want statements and query preparatory (willingness questions), whereas query preparatory (willingness questions) and imperatives are more frequent in Russian. The qualitative analysis of the most common strategies allows us to identify differences between the two languages in the expression of invitations addressed to a well-known professor.

**Keywords:** Peninsular Spanish, Russian, invitation, speech act, politeness, cross-cultural pragmatics

### 1. Introducción

Este artículo pretende contribuir al estudio de la pragmática contrastiva y se centra en la expresión de las invitaciones en el ámbito académico en dos culturas comunicativas, la rusa y la española peninsular (a continuación, española). Si bien este acto permite conocer las convenciones sociales subyacentes al sistema lingüístico, no se cuenta hasta el momento con análisis que comparen su formulación en un contexto formal en las lenguas seleccionadas.

Entendemos aquí la invitación como un acto mediante el cual se pide al interlocutor que asista a un evento. Los estudios realizados hasta ahora dan

cuenta de que cada comunidad de habla dispone de una variedad amplia de estrategias de invitación, desde las más atenuadas e indirectas hasta las más impositivas y directas; la selección de unas u otras depende del contexto situacional y de los valores culturales (García, 1999; Ruiz de Zarobe, 2004; Eslami, 2005; Larina, 2009; Barros García, 2011; Margutti et al., 2018; Vlasyan y Kozhukhova, 2019; Kotorova, 2021). En este sentido, las invitaciones formales en el ámbito académico tienen sus particularidades, que han de tenerse en consideración a la hora de llevar a cabo este acto en una lengua extranjera. La distancia social, la relación jerárquica y el grado de formalidad son parámetros que influyen en su formulación; estos, así como las fórmulas de cortesía, están determinados por la cultura.

El objetivo del presente estudio es analizar y comparar la expresión de las invitaciones dirigidas a un profesor en español y ruso. Para lograr este objetivo, se pretende contestar las siguientes preguntas de investigación: (1) ¿De qué estrategias de invitación disponen las lenguas seleccionadas? (2) ¿Cuáles son los patrones comunicativos más frecuentes en las invitaciones formales en el ámbito académico en español y en ruso? (3) ¿En qué se diferencian las estrategias de invitación más comunes en las lenguas analizadas?

En el siguiente apartado se ofrece una aproximación teórica al papel de la cortesía en la expresión de las invitaciones, por un lado, y a la formulación de las invitaciones en las dos culturas comunicativas, por otro. En el apartado 3 se describe el corpus y los parámetros del análisis. A continuación, se presentan los resultados obtenidos relativos a las tendencias generales en el uso de las estrategias de invitación y se valoran cualitativamente las más utilizadas. Por último, en las conclusiones, se recogen las ideas más relevantes.

## **2. Marco teórico**

### **2.1. Invitaciones y cortesía**

Las invitaciones constituyen un acto social frecuente. Sin embargo, se trata de un acto de habla complejo, cuya clasificación ha originado problemas. Su complejidad se halla en la combinación de su naturaleza directiva y comisiva, hecho que lleva a calificarlo como un acto de habla híbrido (Hancher, 1979; Pérez Hernández, 2001; Bella, 2009). La naturaleza directiva se justifica por su contenido proposicional, esto es, convencer al oyente de realizar una acción (Searle, 1976; Bardovi-Harlig, 2019). Ahora bien, en la escala de los actos de habla directivos, las invitaciones son un intento más modesto de influir en el comportamiento del oyente (Searle, 1976, p. 11). En cuanto al carácter comisivo, aunque no de forma explícita, el hablante se compromete a cumplir lo que implica una invitación (Hancher, 1979; Haverkate, 1994; Pérez Hernández, 2001).

Siguiendo los postulados de la teoría de la cortesía, las invitaciones se han definido como actos amenazantes a la imagen social del destinatario (Brown y Levinson, 1987). No obstante, tal afirmación no tiene en consideración

aspectos contextuales, situacionales o socioculturales. Una adecuada interpretación del efecto social solo es posible si se atienden los contenidos de la imagen sociocultural de los interlocutores (Bravo, 2019). Para ello, Bravo (2002) propone sustituir los conceptos clásicos de *imagen negativa* e *imagen positiva*, distinción propuesta por Brown y Levinson (1987) y basada en Goffman (1967), por *imagen de autonomía* (verse y ser visto como teniendo un contorno propio dentro del grupo) e *imagen de afiliación* (verse y ser visto como un miembro del grupo). Se trata de categorías adaptables a los “*contenidos de imagen propios a cada sociedad*” (Bravo, 2002, p. 144).

En una interacción, los comunicantes buscan el equilibrio de las imágenes (Hernández Flores, 2013, p. 185) y, con esta finalidad, recurren tanto a tácticas atenuadoras, como valorizadoras. Sin embargo, en los estudios basados en la teoría de la cortesía, el foco de atención se proyecta en la mitigación del efecto social negativo sobre la imagen social del otro, provocado por la limitación de su libertad de acción (Bella, 2019). Con todo, las invitaciones se asocian con el beneficio para ambos interlocutores (Pérez Hernández, 2001; Bella, 2009; Bardovi-Harlig, 2019), afectan a sus imágenes y tienen efectos valorizadores. Al suponer los deseos e intereses del otro, el hablante eleva su imagen de autonomía (Sifianou, 1992; Haverkate, 1994; García, 1999; Barros García, 2011; Bella, 2019). Al mismo tiempo, esto contribuye al realce de la imagen de autonomía del hablante, que se presenta como una persona atenta y agradable (Ruiz de Zarobe, 2001; Barros García, 2011). Asimismo, se produce un acercamiento entre los interlocutores y su reconocimiento mutuo como miembros del mismo grupo, contribuyendo a la imagen de afiliación.

Atendiendo a estos aspectos, podemos afirmar que las invitaciones favorecen el establecimiento y el desarrollo de las relaciones interpersonales de cercanía, pero al mismo tiempo pueden resultar invasivas para el oyente (Ruiz de Zarobe, 2012, p. 173). Por lo tanto, a la hora de llevar a cabo una invitación, los hablantes recurren a estrategias de cortesía mitigadora o de cortesía valorizadora. Las estrategias de cortesía mitigadora sirven para paliar efectos negativos y prevenir daños a la imagen del otro, mientras que las estrategias de cortesía valorizadora ayudan a incrementar el grado de solidaridad entre los interlocutores y realzar sus imágenes (Barros García, 2011).

Otro aspecto que debemos tener en cuenta es que la expresión de las invitaciones está determinada por los valores socioculturales (Ruiz de Zarobe, 2004; Eslami, 2005; Bella, 2009; Larina, 2009; Kotorova, 2021) y el contexto de uso (Drew, 2018; Margutti *et al.*, 2018). La existencia de una mayor distancia social y relación jerárquica propician la aparición de las estrategias de cortesía mitigadora, mientras que las situaciones de mayor cercanía vivencial se caracterizan por una mayor relajación lingüística y el empleo de las estrategias de cortesía valorizadora. En palabras de Pérez Hernández (2001, p. 86), no solo las características de la situación comunicativa influyen en la expresión de este acto, sino también el interés del propio hablante. La autora subraya que las

insistencias e intensificaciones son más frecuentes cuando el interés del hablante es mayor. Sin embargo, consideramos que la insistencia puede representar un rasgo comunicativo sociocultural.

## 2.2. Invitaciones en español y en ruso

A pesar de que las invitaciones representan un acto revelador de las convicciones socioculturales, el número de investigaciones dedicadas a su formulación en las lenguas seleccionadas para este estudio es reducido. Algunos trabajos tienen una perspectiva sociocultural al centrarse exclusivamente en la expresión de las invitaciones en español (García, 1999; Ruiz de Zarobe, 2001; Barros García, 2011) o en ruso (Vlasyan y Kozhukhova, 2019; Rossikhina y Ikatova, 2020), mientras que otros las estudian en comparación con otras lenguas, principalmente inglés (Ruiz de Zarobe, 2004; Larina, 2009; Schelchkova, 2013; Larina y Schelchkova, 2013; Kotorova, 2021).

En el mundo hispánico, las invitaciones se dan con mayor frecuencia en contextos de cercanía y coloquialidad, ayudando a estrechar las relaciones interpersonales y elevando las imágenes de los interlocutores a partir de muestras de aprecio y confianza, entendida esta última como “un sentimiento de profunda familiaridad” (Barros García, 2011, p. 120). Los mismos principios característicos de las interacciones con familiares o amigos, tales como modelos de confianza y principios de no ofensa interpersonal, se trasladan a la conversación cotidiana (Bravo, 2002, p. 145). Por consiguiente, la expresión de este acto, aunque sea directa, no conlleva la amenaza que le ha sido atribuida por la teoría de la cortesía de Brown y Levinson (1987) (García, 1999; Ruiz de Zarobe, 2001; Barros García, 2011), sino que tiene funciones valorizadoras (García, 1999; Barros García, 2011). Incluso los procedimientos lingüísticos de atenuación que ayudan al hablante a buscar el acuerdo con el oyente pueden producir efectos de cortesía valorizadora, pues confirman la imagen de afiliación de los interlocutores y el equilibrio de imágenes (Barros García, 2011, p. 443). Aun así, en contextos de mayor distancia social y de falta de confianza, los hablantes pueden recurrir a estrategias de cortesía mitigadora y de este modo preservar la imagen del oyente y ofrecerle libertad de actuar (Ruiz de Zarobe, 2001).

Al igual que la española (Barros García, 2011), la cultura rusa pertenece a las culturas de solidaridad (Larina, 2009; Kotorova, 2021). Las invitaciones, por tanto, no se consideran amenazantes para la imagen del interlocutor y se expresan de forma directa. Al formular este acto de habla, la atención se desplaza desde la capacidad del destinatario hacia el deseo del propio hablante (Larina y Schelchkova, 2013; Rossikhina y Ikatova, 2020). Como consecuencia, las invitaciones en ruso a menudo llevan movimientos de apoyo con el fin de agravar la imposición sobre el oyente. Aquí, la insistencia tiene una carga emocional, al asociarse con la sinceridad del hablante (Larina, 2009). La expresión de las invitaciones es susceptible al contexto de uso: en situaciones de

cercanía vivencial y relación de igualdad son más comunes las fórmulas imperativas escuetas, mientras que una mayor distancia social y relación de jerarquía hacen necesario el uso del verbo performativo *приглашать* [invitar] o fórmulas interrogativas (Vlasyan y Kozhukhova, 2019; Zabolotneva y Kozhukhova, 2020).

### 3. Metodología

#### 3.1. Participantes

El análisis de las estrategias de invitación se desarrolla a partir de dos corpus experimentales de muestras escritas. Las muestras de las invitaciones se recogieron mediante una encuesta anónima, llevada a cabo en la primavera de 2022 en España y en el otoño de 2022 en Rusia. Las encuestas se administraron en dos formatos, en papel y en versión electrónica mediante *Microsoft Forms*.

En el experimento participaron 128 estudiantes de la Universidad Rey Juan Carlos (Madrid, España) y 130 estudiantes de la Universidad RUDN (Moscú, Rusia). Todos eran nativos de español peninsular o de ruso de Rusia y sus edades estaban comprendidas entre los 17 y los 25 años. Teniendo en consideración el objetivo principal del estudio, no se ha tenido en cuenta la variable de sexo, que, reconocemos, puede influir en la formulación del acto analizado.

#### 3.2. Instrumento y corpus

La recopilación de los datos se ha realizado por medio del instrumento *Discourse Completion Task*. Se trata de un método comúnmente empleado en los estudios de pragmática intercultural. Entre las principales ventajas que ofrece este instrumento, los investigadores destacan la posibilidad de crear un corpus extenso en diferentes lenguas, atendiendo al contexto situacional (Ogiermann, 2018). Como consecuencia, este método permite conocer los patrones comunicativos estereotipados empleados por hablantes nativos en situaciones similares para alcanzar el mismo objetivo.

Se ofreció a los estudiantes una descripción de la situación comunicativa que incluía las características del evento y del interlocutor y se solicitó que apuntasen las mismas palabras que utilizarían en el discurso real (véase *Fig. 1*).

Lee atentamente la descripción de esta situación.  
Escribe exactamente lo que dirías después de "Le dices". Por favor, utiliza el estilo directo.  
Si crees que en esta situación no dirías nada, por favor, explica la razón en el campo siguiente.

En la universidad unos compañeros y tú habéis organizado un desfile. Queréis dar la máxima publicidad a este evento. Te acercas al/a la profesor/a X al/a la que conoces desde hace unos de años y que se involucra mucho y es muy simpático/a para invitarle/la y le dices:

*Fig. 1: Imagen de la instrucción para la realización de la actividad en Microsoft Forms*

El propósito de la interacción era invitar a un profesor a un evento

organizado por un grupo de estudiantes al que pertenece el hablante. Esta descripción da cuenta de las características sociales atribuidas a los roles comunicativos interpretados por los interlocutores. Se trata de una relación de desigualdad, determinada por parámetros tales como el poder relativo, el nivel de instrucción y la edad, pero al ser el destinatario un profesor que imparte clases al hablante desde hace varios años y se implica mucho, nos hallamos ante una menor distancia social y cierta experiencia compartida. Dicho esto, la imagen sociocultural se adapta a los roles desempeñados por los comunicantes en una interacción determinada (Bravo, 2002, p. 145). En otras palabras, existe una variación entre el comportamiento comunicativo de las personas que, aunque interpretan el mismo rol social, pertenecen a diferentes culturas comunicativas.

Antes de procesar los datos, se descartaron aquellas respuestas que no se correspondían con la tarea planteada. Asimismo, algunos participantes desistieron de la formulación del acto. Por consiguiente, el corpus analizado se compone de 114 muestras en español y 108 en ruso. Reflejamos la distribución de las unidades de análisis en la Figura 2, en la cual incluimos otros aspectos relevantes.

	Español	Ruso
Número de invitaciones analizadas	114	108
Número total de palabras	2344	1359
Número promedio de palabras por unidad de invitación	20,6	12,6

Fig. 2: Descripción cuantitativa de los corpus analizados

Los datos incluidos en la figura 1 revelan que las invitaciones en español son más elaboradas, siendo un 72,5% más largas que en ruso.

### 3.3. Parámetros de análisis

En este trabajo pretendemos realizar un análisis cualitativo de las estrategias de invitación, pero apoyado en un análisis cuantitativo a fin de determinar las tendencias generales en el uso de tales estrategias. Con este objetivo, aportamos datos referidos a la frecuencia de la utilización de cada estrategia, así como a su porcentaje respecto al número total de respuestas válidas. Al presentar los resultados, utilizamos las abreviaturas ESP y RU para referirnos al corpus en español y en ruso, respectivamente.

Para realizar el análisis, se han considerado diferentes segmentos de la invitación, es decir, el acto nuclear y los movimientos de apoyo. En este artículo nos centramos en el acto nuclear, que corresponde a la unidad mínima para llevarla a cabo. Debido a la ausencia de una clasificación de las invitaciones, hemos optado por crear una taxonomía que dé cuenta del grado de dirección, la modalidad oracional y el grado de imposición sobre el interlocutor. Partimos de

la clasificación de los actos directivos elaborada por Blum-Kulka y Olshtain (1984) y la clasificación de los ofrecimientos de Bella (2019).

Ambas clasificaciones están basadas en la distinción entre los actos de habla directos e indirectos (Searle, 1975). En el primer caso, la fuerza ilocutiva y la forma gramatical coinciden, mientras que los actos de habla indirectos, al tener una fuerza tanto convencional como ilocutiva, requieren una mayor interpretación por parte del destinatario. Blum-Kulka y Olshtain (1984) sugieren, al respecto, distinguir entre los actos indirectos convencionales y no convencionales. Los actos de habla indirectos no convencionales representan una alusión al objeto deseado y su interpretación depende del contexto.

En nuestro corpus contamos con 2 categorías de invitaciones directas: exhortativas y declarativas. Las invitaciones directas exhortativas se han formulado mediante (1) imperativo, (2) presente de indicativo de un verbo no performativo con valor imperativo (*asertivas no performativas*) o (3) verbos deónticos de obligación, prohibición o permisión. Por otro lado, observamos 6 estrategias declarativas, esto es: (1) *asertivas con verbos performativos* orientadas hacia el hablante o (2) hacia el oyente; (3) *declarativas acerca del deseo del hablante*; (4) *declarativas orientadas hacia el hablante que describen la acción futura*; (5) *declarativas impersonales*; y (6) *asertivas performativas atenuadas*. Por lo tanto, se distinguen 9 estrategias directas.

Las estrategias indirectas convencionales incluyen dos modalidades oracionales, interrogativa y declarativa, y 6 estrategias de invitación. Entre las estrategias interrogativas destacamos la categoría llamada *condición preparatoria*, dentro de la cual se diferencian las *preguntas acerca de la voluntad* (1), *capacidad* (2), *deseo* (3) o *conformidad* (4) del oyente, así como las *preguntas indirectas* (5), mientras que las *declarativas de opinión* (6) se clasifican como estrategias indirectas convencionales declarativas. Por último, las *alusiones* corresponden a las invitaciones indirectas no convencionales. Todas representan estructuras declarativas.

Consideramos oportuno incluir el registro lingüístico como un parámetro de análisis adicional. Si bien la situación comunicativa ofrecida a los informantes es similar, las convenciones de los hablantes y el contexto sociocultural varían. Por esta razón, la distancia social y el estatus superior del interlocutor pueden percibirse de formas diferentes, influyendo no solo en la selección de las estrategias de invitación, sino también en las formas de tratamiento.

## 4. Resultados y discusión

### 4.1. Resultados generales

Antes de tratar los resultados relativos a la formulación de las invitaciones, señalamos las disimilitudes en el uso del registro lingüístico entre las lenguas seleccionadas. Todos los participantes rusos dieron preferencia al tratamiento formal *B<sub>vl</sub>* [usted], mientras que en español el registro formal se

**Las invitaciones en el ámbito académico en español y ruso: un acercamiento a sus tipos y estrategias**

observa en tan solo el 20,9% de las respuestas. En la cultura comunicativa española, la relación entre profesor y estudiante no es tan distante y se caracteriza por un tratamiento más cercano y familiar (Codina-Espurz, 2021). En Rusia, en cambio, la jerarquía social prevalece sobre la distancia social como factor determinante del estilo comunicativo (Larina, 2009), por lo que el registro informal sería inapropiado.

Al analizar las invitaciones según el tipo, advertimos un predominio de emisiones directas en ambas lenguas (ESP: n=76, 66,6%; RU: n=65, 60,2%). Estos resultados preliminares van en línea con las investigaciones anteriores que sostienen que las invitaciones no amenazan la imagen del interlocutor en las dos culturas comunicativas (Ruiz de Zarobe, 2001; Larina, 2009; Barros García, 2011; Larina y Schelchkova, 2013). Asimismo, confirman la tendencia de los hablantes rusos a emplear un estilo de comunicación más directo (Larina, 2009; Kotorova, 2021).

Al elaborar la clasificación de las estrategias de invitación, advertimos una mayor variedad en español. En la Figura 3, concretamos la distribución de las estrategias, indicando el número de ocurrencias y la representación en los dos corpus. Aunque las invitaciones directas son las más comunes en ambos corpus, las estrategias más empleadas varían entre las dos lenguas. Las declarativas de deseo son las más frecuentes en español, mientras que, en ruso, las preguntas de deseo, seguidas por las emisiones imperativas, constituyen el grueso de las invitaciones.

	PC			
	Español		Ruso	
	n	%	n	%
Imperativo	7	6,1	25	23,2
Asertiva no performativa	3	2,6	0	0,0
Verbos deónticos (prohibición, obligación y permisión)	6	5,3	2	1,8
Verbo performativo	3	2,6	14	13,0
Verbo performativo (oyente)	4	3,5	0	0,0
Declarativa de deseo	40	35,1	9	8,3
Declarativa (hablante)	8	7,0	5	4,6
Declarativa impersonal	1	0,9	3	2,8
Verbo performativo atenuado	4	3,5	7	6,5
<b>Estrategias directas (total)</b>	<b>(76)</b>	<b>(66,6)</b>	<b>(65)</b>	<b>(60,2)</b>
Pregunta de voluntad	4	3,5	6	5,6
Pregunta de deseo	16	14,1	30	27,8
Pregunta de capacidad	1	0,9	2	1,8
Pregunta de conformidad	1	0,9	0	0,0
Declarativa de opinión	7	6,1	3	2,8
Pregunta indirecta	3	2,6	0	0,0
<b>Estrategias indirectas convencionales (total)</b>	<b>(32)</b>	<b>(28,1)</b>	<b>(41)</b>	<b>(38,0)</b>
Alusión	6	5,3	2	1,8
<b>Estrategias indirectas no convencionales (total)</b>	<b>(6)</b>	<b>(5,3)</b>	<b>(2)</b>	<b>(1,8)</b>

*Fig. 3: Distribución de las estrategias de invitación según la lengua*



En el siguiente subapartado, ofrecemos un análisis cualitativo detallado de las estrategias de invitación más comunes en las respuestas de los informantes, atendiendo, a tal fin, al grado de imposición sobre el oyente y a la modalidad oracional del acto nuclear.

## 4.2. Estrategias de invitación en el ámbito académico

### 4.2.1. Emisiones exhortativas

El uso del imperativo generalmente se asocia a los actos directivos y en muchas culturas, además, se le atribuyen características descorteses (Haverkate, 1994). Sin embargo, en ciertos contextos, el imperativo puede cumplir funciones corteses valorizadoras, al subrayar el grado de solidaridad entre los interlocutores (Larina, 2009; Barros García, 2011). En la teoría de la cortesía se sostiene que las invitaciones más directas y firmes pueden ser las más corteses, siempre y cuando tengan en consideración los intereses del interlocutor y no amenacen su imagen (Brown y Levinson, 1987, p. 99).

En ruso, el imperativo constituye la segunda estrategia más utilizada para llevar a cabo una invitación formal (n=25, 23,2%), ya que no produce efecto (des)cortés (Larina, 2009, p. 143). Debido a su neutralidad, esta estrategia puede aparecer de forma aislada, sin movimientos de apoyo. Pese a ello, buscando un acercamiento con su interlocutor, los participantes de nuestro experimento recurrieron a diferentes tácticas con el fin de realzar la imagen del profesor y, al mismo tiempo, aumentar el grado de insistencia. Así, se incluyeron promesas de recompensa para el oyente (1a) o expresiones de interés del hablante (1b). Estos elementos opcionales al acto nuclear permiten adular al profesor: por un lado, el estudiante trata de adivinar y satisfacer sus intereses y deseos (1a) y, por otro, le transmite que es una persona a la que aprecia y que su presencia en el evento es grata (1b). En el ejemplo (1a) advertimos la inclusión de *пожалуйста* [por favor] que, en este contexto, no constituye una fórmula de cortesía, sino una táctica intensificadora, mediante la cual se eleva el grado de insistencia (Beloshapkova y Sarantsatsral, 1994, p. 59).

- (1) (a) *Приходите, пожалуйста, на наш фестиваль. Вам будет очень интересно.*<sup>1</sup> [*Venga, por favor, a nuestro festival. Le resultará interesante*] (RU20\_M21)<sup>2</sup>  
(b) *Приходите к нам на фестиваль, будем очень рады вас видеть.* [*Venga a nuestro festival, estaremos encantados de verle.*] (RU75\_M22)

<sup>1</sup> La ortografía y puntuación se reproducen sin cambios.

<sup>2</sup> Se etiquetaron todas las muestras siguiendo el mismo formato: las primeras siglas indican el corpus (ESP – español; RU – ruso); el primer número se refiere al número correspondiente al participante; la letra seguida de número indica el sexo (H – hombre, M – mujer) y la edad.

Cabe señalar que el aspecto verbal también desempeña un papel importante en la interpretación cortés del imperativo. Así, el aspecto imperfectivo, comúnmente utilizado en invitaciones y peticiones corteses, hace que el imperativo suene menos categórico (Benacchio, 2002). En definitiva, la forma imperativa de la invitación más las tácticas que aumentan la insistencia contribuyen a una interpretación cortés valorizadora de una invitación directa impositiva. En tal caso, la imagen del interlocutor no se ve amenazada, sino realzada.

Las formas imperativas en el corpus español son ocasionales (n=7, 6,1%), lo que podría indicar la preocupación del hablante de preservar la imagen del interlocutor. No obstante, dado el grado de cercanía y confianza entre estudiante y profesor, el hablante se siente libre de tutear al oyente incluso cuando formula un imperativo. En el siguiente ejemplo (2), a partir del vocativo relativamente cariñoso *profe*, el imperativo y los movimientos de apoyo, el estudiante trata de subrayar una relación más próxima y tender lazos de unión y solidaridad.

- (2) Profe, *vente* al desfile que lo hemos organizado entre varios de clase y va a estar muy chulo. (ESP78\_M18)

En la cultura comunicativa española, el imperativo puede emplearse con el fin de acercarse al interlocutor, acortar la distancia, subrayar el grado de solidaridad e, incluso, realzar la imagen del otro (Haverkate, 1994; Siebold, 2008; Barros García, 2011). A diferencia del corpus ruso, donde el imperativo se utiliza exclusivamente como estrategia principal de invitación, los hablantes españoles acuden al imperativo para intensificar la invitación y convencer al interlocutor de aceptarla (3).

- (3) Te invitamos a nuestro desfile, *ven*, te va a gustar y nos hace ilusión. (ESP5\_M25).

En definitiva, el imperativo puede aparecer en una invitación dirigida a un profesor en ambas lenguas, si bien en la cultura española, el grado de confianza y cercanía hace posible una formulación más informal y familiar, mientras que en ruso, aunque se utilice la exhortación, el hablante ha de mostrar respeto por la jerarquía establecida.

#### 4.2.2. Emisiones declarativas

Entre las formas declarativas destacamos aquellas expresadas mediante el verbo performativo *invitar* en español y *приглашать* en ruso. En total, hay tres estrategias con los verbos performativos, a saber, invitaciones orientadas hacia el hablante, invitaciones orientadas hacia el interlocutor y expresiones atenuadas orientadas hacia el hablante.

Las formas performativas con perspectiva del hablante no atenuadas son más frecuentes en la lengua rusa (ESP: n=3, 2,6%; RU: n=14, 13,0%). Se trata de una invitación explícita que, dependiendo de las premisas socioculturales y el contexto, puede resultar impositiva y amenazante para la imagen del oyente, porque no deja libertad de rechazarla (Ruiz de Zarobe, 2001, p. 267). Ahora bien, en la lengua rusa, esta estrategia se asocia con las invitaciones formales dirigidas a un superior (Larina, 2009; Vlasyan y Kozhukhova, 2019; Zabolotneva y Kozhukhova, 2020), puesto que transmite el interés del hablante en que el oyente participe en el evento. Dada la relación jerárquica entre los interlocutores y con la finalidad de mostrar el carácter formal de la invitación, el hablante asume el rol de portavoz del grupo y se oculta tras el pronombre personal inclusivo *мы* [nosotros] (4), táctica que ayuda a proteger su propia imagen. Como consecuencia, la invitación transmite deferencia hacia el profesor e interés del hablante, sin poner en peligro la imagen del interlocutor.

- (4) *Имя, добрый день! Приглашаем Вас на наше мероприятие, будем очень рады вас видеть! [¡Nombre, buenos días! Le invitamos a nuestro concierto. ¡Seguro que le gustará!]*  
(RU40\_M21)

En la lengua española, el verbo performativo se reserva para ocasiones especiales, debido a que constituye “una entrada directa en el territorio del interlocutor, sin ninguna amortiguación” (Ruiz de Zarobe, 2001, p. 267). Por esta razón, dependiendo de la cercanía con el interlocutor, los hablantes españoles pueden optar por diferentes procedimientos atenuantes, tales como la formulación pasiva (ESP: n=4, 3,5%) (5) o las estructuras condicionales (5).

- (5) *¡Buenos días, profe! No sé si has oído que estamos organizando un desfile. Pues hemos pensado que como ibas a faltar tú. Si quieres venir estás invitadísimo.* (ESP63\_M20)

En este ejemplo, la estudiante balancea entre la atenuación y la intensificación, procurando producir un efecto cortés valorizador sobre la imagen del otro y proteger, al mismo tiempo, su propia imagen. Como resultado, el acto nuclear transmite la importancia que tiene para el hablante la presencia del oyente en el evento, por un lado, y deja abierta la posibilidad de rechazar la invitación, por otro.

En ambas lenguas, existe la posibilidad de atenuar los verbos performativos a partir de un verbo que exprese deseo (ESP: n=4, 3,5%, RU: n=7, 6,5%) y a través del uso de un tiempo modalizado. De esta forma, en vez de decir *Te invitamos*, se elige una fórmula menos impositiva *Te queremos invitar* o, incluso, *Te que(r)ríamos invitar*. Esta expresión ayuda a paliar los posibles efectos

negativos y salvaguardar las imágenes de ambos interlocutores, además de disminuir el grado de imposición.

Dentro de las estrategias directas, advertimos una tendencia de los informantes rusos a emplear fórmulas más impositivas, mientras que en español son más frecuentes expresiones declarativas menos impositivas. Nos referimos a las declarativas de deseo, estrategia más empleada en el corpus español (ESP: n=40, 35,1%; RU: n=9, 8,3%), y a las declarativas que describen la acción futura o presente del hablante (ESP: n=8, 7,0%; RU: n=5, 4,6%). Estas estrategias son similares, ya que están orientadas hacia el hablante y atenúan el compromiso del oyente. En cualquier caso, la exposición de la propia imagen del hablante es mayor, por lo que las declarativas con perspectiva del hablante generalmente hacen alusión a todo el colectivo de estudiantes (*nosotros inclusivo*) para proteger la propia imagen.

En ambas lenguas, los dos tipos de declarativas pueden constituir el acto nuclear (6) o representar un movimiento de apoyo que sirve para aumentar el grado de imposición (3; 4). No obstante, en ruso, estas expresiones están más ritualizadas y son más frecuentes como movimientos de apoyo con función coaccionadora, puesto que transmiten la insistencia del hablante (n=22, 20,4% de todas las muestras). Según el código cultural ruso, no resultan descorteses, sino que confirman la sinceridad de la invitación (Larina y Schelchkova, 2013; Vlasyan y Kozhukhova, 2019).

- (6) (a) Buenas, Pepe. Mira, estamos organizando un desfile de moda y *nos gustaría* mucho que vinieras. Seguro que te va a sorprender. (ESP38\_H22)  
(b) Здравствуйте! Мы устраиваем такое-то мероприятие. Будем рады, если вы придете [¡Hola! Estamos organizando tal evento. *Nos alegrará* que venga] (RU8\_M19)

El análisis cualitativo permite identificar una peculiaridad que tienen las invitaciones formuladas mediante declarativas que describen la acción futura del hablante en español. Nos referimos a la presencia de partículas interrogativas de control de contacto, a través de las cuales se solicita la aprobación o la confirmación del interlocutor (7). Según Barros García (2011), en la cultura comunicativa española, la búsqueda del acuerdo es un rasgo inherente a la imagen de afiliación. Por lo tanto, este movimiento atenuador favorece el refuerzo de la relación interpersonal y asegura el éxito comunicativo.

- (7) Hola Jorge!! Te vemos en el desfile, *verdad?* Dile lo que estamos organizando a más gente que así somos más y va a estar genial. Te vemos por allí! (ESP26\_M21)

Consideramos que todos los tipos de declarativas directas ayudan a realzar la imagen del interlocutor, dado que se le transmite el deseo de contar con él en el evento, de lo que se desprende una valoración personal positiva. Asimismo, contribuyen al acercamiento entre los interlocutores y al establecimiento o refuerzo de solidaridad entre ellos. En definitiva, estas estrategias están al servicio de la cortesía valorizadora. Las invitaciones indirectas formuladas mediante declarativas son poco comunes en ambos corpus y, además, no revelan diferencias significativas entre las lenguas analizadas.

#### 4.2.3. Emisiones interrogativas

La minimización del grado de imposición se consigue con expresiones interrogativas orientadas hacia el oyente. A través de estas estrategias el hablante solicita al oyente información sobre alguna de las condiciones necesarias para la realización del evento, a saber: el deseo del oyente y su capacidad o intención de realizar el acto futuro. A diferencia de las emisiones exhortativas y declarativas, se produce el desplazamiento desde el hablante hacia el interlocutor, sus intereses y posibilidades. Esta estrategia ofrece más libertad de actuar, previene los posibles daños a la imagen del interlocutor y, por ello, representa una estrategia de cortesía mitigadora. En ambas lenguas son frecuentes las preguntas sobre el deseo del interlocutor (ESP: n=16, 14,1%, RU: n=30, 27,8%), pero, el análisis cualitativo permite identificar algunas diferencias sustanciales.

En ambas lenguas, las preguntas pueden estar atenuadas a partir de la modalización del tiempo verbal (8). En ruso, la desfocalización del eje temporal hacia el condicional obliga a introducir una partícula discursiva *бы* o *ли*, empleadas indistintamente por los informantes.

- (8) (a) Profeee, te gustaría asistir a nuestro desfile? (ESP114\_H18)  
(b) Здравствуйте, Екатерина Михайловна, мы устраиваем фестиваль, не хотели бы Вы его посетить? [Hola, Ekaterina Mikhaylovna, estamos organizando un festival. ¿No querría visitarlo?] (RU74\_M19)

Lo que diferencia las emisiones interrogativas en español y ruso es la formulación negativa de la pregunta (8b). Se trata de una táctica atenuadora que transmite el pesimismo del hablante y reduce el grado de imposición sobre el oyente, puesto que se niega el contenido proposicional. Por este motivo, el interlocutor se siente más libre para poder rechazar la invitación sin dañar la imagen del hablante. Esta estrategia se encuentra exclusivamente en el corpus ruso. Tal y como apuntan Vlasyan y Kozhukhova (2019), este procedimiento lingüístico de atenuación es comúnmente utilizado entre los jóvenes rusos.

Además de las preguntas de deseo, la partícula negativa aparece en preguntas sobre la capacidad; las preguntas sobre la intención, en cambio, no la admiten.

Las estrategias interrogativas en español incluyen dos formas ausentes en el corpus ruso. Se trata de las formas más atenuadas de las invitaciones indirectas convencionales, esto es: preguntas sobre la conformidad del oyente y preguntas indirectas. Con la primera, el hablante busca la aprobación del interlocutor a través de los apéndices de control de contacto tipo *¿Qué le/te parece?* y muestra respeto por la opinión e independencia del otro. Con la segunda forma oculta la pregunta en una declarativa de incertidumbre. Al utilizarlas, el hablante se distancia de la emisión y protege la imagen de su interlocutor, minimizando al mismo tiempo la fuerza ilocutiva de lo dicho.

## 5. Conclusiones

A través del presente estudio hemos pretendido establecer preferencias de uso de las estrategias de invitación en el ámbito académico en español peninsular y ruso. Para llevar a cabo el análisis y partiendo de las investigaciones anteriores (Blum-Kulka y Olshtain, 1984; Bella, 2019), hemos clasificado todas las muestras según el tipo, a saber: emisiones directas, indirectas convencionales e indirectas no convencionales.

La mayoría de los informantes de ambas culturas comunicativas optaron por emisiones directas a la hora de invitar a un profesor a un evento organizado por un grupo de estudiantes. A pesar de tratarse de un contexto académico y de una relación de jerarquía, el acto de habla estudiado no se considera amenazante. En ambas lenguas observamos tácticas de cortesía valorizadora que buscan realzar la imagen del interlocutor y subrayar el grado de solidaridad. Dicho esto, destacamos que los patrones comunicativos presentan diferencias determinadas por normas socioculturales.

En la cultura comunicativa española, el grado de cercanía y familiaridad entre los interlocutores hace posible que, incluso en un entorno académico, se produzca una relajación lingüística. Los hablantes buscan el acuerdo con el otro, por lo que las estrategias de invitación pueden atenuarse mediante construcciones condicionales o apéndices interrogativos de control de contacto, procedimiento ajeno a la comunicación formal en la lengua rusa. Gracias a esta táctica, se consigue reafirmar las imágenes de afiliación y proteger la imagen del interlocutor de una intromisión directa en su territorio. En definitiva, los informantes españoles dan preferencia a emisiones orientadas hacia sí mismos; las expresiones con orientación hacia el oyente generalmente adquieren una formulación interrogativa.

El contexto académico y la relación de jerarquía llevan a los informantes rusos a formular una invitación más formal; para ello emplean emisiones interrogativas, imperativas o performativas. Dadas las normas socioculturales, son frecuentes las muestras de interés del hablante y la insistencia. Advertimos que las declarativas de deseo, estrategia más empleada en español, son

comunes en la lengua rusa como movimientos de apoyo destinados a elevar el grado de imposición y transmitir la sinceridad de la invitación.

Por último, nos gustaría señalar que del presente trabajo surgen líneas de futuras investigaciones. Por razones de espacio, aquí no se ha considerado la influencia del sexo, como factor social determinante de la expresión del acto analizado. Asimismo, podría resultar de interés valorar cómo perciben los estudiantes la distancia social a la hora de formular una invitación en el ámbito académico.

## Bibliografía

- BARDOVI-HARLIG, K. (2019). Invitations as request-for-service mitigators in academic discourse. *Journal of Pragmatics*, 139, 64-78. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2018.10.005>
- BARROS GARCÍA, M. J. (2011). *La cortesía valorizada en la conversación coloquial española: estudio pragmalingüístico*. Editorial Universidad de Granada.
- BELLA, S. (2009). Invitations and politeness in Greek: The age variable. *Journal of Politeness Research*, 5, 243-271. <https://doi.org/10.1515/JPLR.2009.013>
- BELLA, S. (2019). Offers in Greek revisited. In E. Ogiermann, and P. G. Blitvich (Eds.), *From Speech Acts to Lay Understandings of Politeness: Multilingual and Multicultural Perspectives* (pp. 27-47). Cambridge University Press.
- BELOSHAPKOVA, V. & SARANTSATSRAL, T. (1994). Vyrazhenie pobuzhdeniya k sovместnomu deistviyu v russkom yazyke. *Russkii Yazyk Za Rubezhom*, 4, 55-59.
- BENACCHIO, R. (2002). Aspectual competition, politeness and etiquette in the Russian Imperative. *Russian Linguistics*, 26, 149-178.
- BLUM-KULKA, S. and OLSHTAIN, E. (1984). Requests and apologies: A Cross-Cultural Study of Speech Act Realization Patterns (CCSARP). *Applied Linguistics*, 5(3), 196-213. <https://doi.org/10.1093/applin/5.3.196>
- BRAVO, D. (2002). Actos asertivos y cortesía: imagen de rol en el discurso de los académicos argentinos. En M. E. Placencia y D. Bravo (Eds.), *Actos de habla y cortesía en español* (pp. 141-174). LINCOM Europa.
- BRAVO, D. (2019). Los contenidos socioculturales de los actos de habla: el contexto del usuario ideal en cuestionarios de hábitos sociales. *Pragmática Sociocultural*, 7(3), 271-296. <https://doi.org/10.1515/soprag-2019-0024>
- BROWN, P. y LEVINSON, S. C. (1987). *Politeness. Some Universals in Language Usage*. Cambridge University Press.
- CODINA-ESPURZ, V. (2021). The influence of social distance and power in email politeness in an academic context. *Estudios Interlingüísticos*, 9, 44-59. <https://estudiosinterlinguisticos.files.wordpress.com/2021/12/codina-espurz-victoria-3.pdf>
- DREW, P. (2018). Equivocal invitations (in English). *Journal of Pragmatics*, 125, 62-75. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2017.07.005>
- ESLAMI, Z. R. (2005). Invitations in Persian and English: Ostensible or genuine? *Intercultural Pragmatics*, 2(4), 453-480. <https://doi.org/10.1515/iprg.2005.2.4.453>
- GARCÍA, C. (1999). The three stages of Venezuelan invitations and responses. *Multilingua*, 18(4), 391-433. <https://doi.org/10.1515/mult.1999.18.4.391>
- GOFFMAN, E. (1967). On Face-Work: An Analysis of Ritual Elements in Social Interaction. In E. Goffman (Ed.), *Interaction Ritual: Essays in Face-to-Face Behavior* (pp. 5-45). Doubleday.
- HANCHER, M. (1979). The Classification of Cooperative Illocutionary Acts. *Language in Society*, 8(1), 1-14. <https://doi.org/10.1017/S0047404500005911>



- HAVERKATE, H. (1994). *La cortesía verbal: estudio pragmalingüístico*. Gredos.
- HERNÁNDEZ FLORES, N. (2013). Actividad de imagen: caracterización y tipología en la interacción comunicativa. *Pragmática Sociocultural*, 1(2), 175-198. <https://doi.org/10.1515/soprag-2012-0012>
- KOTOROVA, E. (2021). Methodology of cross-cultural description of speech behaviour: A case study of INVITATION in German and Russian discourse. *GEMA Online Journal of Language Studies*, 21(1), 1-19.
- LARINA, T. V. (2009). *Kategoriya veshlivosti y stil' kommunikatsii*. Yazyki Slavianskoy Kul'tury.
- LARINA, T. V., & Schelchkova, E. B. (2013). Rechevoi akt priglashenie i problemy ponimaniya: Mezhekul'turnyi aspekt. *NSU Vestnik. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 11(2), 73-79.
- MARGUTTI, P., TAINIO, L., DREW, P., and TRAVERSO, V. (2018). Invitations and responses across different languages: Observations on the feasibility and relevance of a crosslinguistic comparative perspective on the study of actions. *Journal of Pragmatics*, 125, 52-61. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2017.12.010>
- OGIERMANN, E. (2018). Discourse completion tasks. En A. H. Jucker, K. P. Schneider and W. Bublitz (Eds.), *Methods in Pragmatics* (pp. 229-256). De Gruyter Mouton.
- PÉREZ HERNÁNDEZ, L. (2001). The directive-commissive continuum. *Miscelánea: A Journal of English and American Studies*, 23, 77-98.
- ROSSIKHINA, M. Y. and IKATOVA, I. I. (2020). Contextualized pragmatic characteristics of invitation speech acts in the Russian language culture. *Izvestiya Smolenskogo Gosudarstvennogo Universiteta*, 1(49), 86-100.
- RUIZ DE ZAROBE, L. (2001). Estrategias de invitación en español e imagen social de los hablantes: Un estudio empírico. *Pragmalingüística*, 8-9, 261-278. <https://doi.org/10.25267/Pragmalinguistica.2017.i25>
- RUIZ DE ZAROBE, L. (2004). El acto de habla "invitación" en español y en francés: Análisis comparativo de la cortesía. *Revista Española De Lingüística*, 34(2), 421-454. <http://revista.sel.edu.es/index.php/revista/article/view/1850>
- RUIZ DE ZAROBE, L. (2012). Learning-offers on the internet in Spanish and French. In L. Ruiz de Zarobe, and Y. Ruiz de Zarobe (Eds.), *Speech Acts and Politeness across Languages and Cultures* (pp. 173-195). Bern.
- SHELCHKOVA, E. B. (2013). The speech act of invitation in the American and Russian communicative cultures (results of an empirical research). *Russian Journal of Linguistics*, 4, 109-115.
- SEARLE, J. R. (1975). Indirect speech acts. In P. Cole, and J. L. Morgan (Eds.), *Syntax and Semantics*, 3 (pp. 59-82). Academic Press.
- SEARLE, J. R. (1976). A classification of illocutionary acts. *Language in Society*, 5(1), 1-23. <https://doi.org/10.1017/S0047404500006837>
- SIEBOLD, K. (2008). *Actos de habla y cortesía verbal en español y en alemán*. Peter Lang.

**Las invitaciones en el ámbito académico en español y ruso: un acercamiento a sus tipos y estrategias**

- SIFIANOU, M. (1992). Cross-cultural communication: compliments and offers. *Parousia*, 8, 46-69.
- VLASYAN, G., and Kozhukhova, I. (2019). Formal and informal Russian invitation: Context and politeness strategies. *Russian Journal of Linguistics*, 23(4), 994-1013. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2019-23-4-994-1013>
- ZABOLOTNEVA, O. L. and Kozhukhova, I. V. (2020). Face-threatening speech acts in academic discourse (split-level communication). *Filologicheskie Nauki. Voprosy Teorii i Praktiki*, 13(11), 226-231.

**Fecha de recepción: 15/04/2023**

**Fecha de aceptación: 17/06/2023**