

INTERACCIÓN Y CONFLICTO EN LAS CONTRATACIONES DE LOS *COLLOQUIA* DE NOËL DE BERLAIMONT

ELENA CARPI
Universidad de Pisa
e.carpi@ec.unipi.it

RESUMEN

Desde la antigüedad el diálogo es un recurso utilizado en los manuales para la enseñanza de idiomas. Los *Colloquia* –publicados desde las primeras décadas del siglo XVI– son un texto de didáctica plurilingüe con la finalidad de enseñar a viajeros y mercaderes idiomas útiles para desenvolverse en situaciones de vida cotidiana y de trabajo, incluso en situaciones de conflicto y de abierta polémica, como puede acaecer en el transcurso de una contratación.

PALABRAS CLAVE: Diálogo, conflicto; historia de la enseñanza de idiomas; habla de los mercaderes.

ABSTRACT

Fin dai tempi più antichi il dialogo è stato utilizzato come risorsa didattica nei manuali di insegnamento delle lingue straniere. I *Colloquia* sono un testo di didattica plurilingue che si proponeva di insegnare a viaggiatori e mercanti le lingue considerate utili in situazioni di vita quotidiana e lavorative, perfino in situazioni di conflitto e aperta polemica, come può accadere durante una contrattazione.

PAROLE CHIAVE: Dialogo; conflitto; storia dell'insegnamento linguistico; linguaggio dei mercanti.

1. INTRODUCCIÓN

Como evidencia la reflexión de lingüistas¹ y filósofos del lenguaje², el término ‘diálogo’ abarca un concepto de compleja definición, cuyos «*analytical boundaries* [...] *remain unclear*» (GOFFMAN, 1972: 1). Por ejemplo, puede resultar difícil distinguirlo de manera clara de la conversación:

[...] *si les deux termes sont parfois commutables, certains emplois sont réservés de préférence à l'un ou à l'autre; c'est à dire que le terme «dialogue» connote (sans véritablement les dénoter) un certain nombre de propriétés, qui ne sont d'ailleurs pas nécessairement liées.* (KERBRAT-ORECCHIONI, 1990: I-115/116).

o individualar su estructura desde el punto de vista de la enunciación, sobre todo en obras escritas en que el autor recurre a la «ficción o mimesis conversacional» (GÓMEZ, 2006: 217). En efecto, como señala BUSTOS TOVAR (2001: 193), en «los diálogos canónicos renacentistas»:

[...] los interlocutores actúan siempre como meras transcripciones enunciativas de un único enunciadador. En realidad, estos diálogos contienen un «continuum» discursivo, en el que no es indispensable la cooperación interactiva porque el *otro* sólo tiene existencia por referencia al enunciadador.

Sin embargo, desde la antigüedad hasta nuestros días los manuales para la enseñanza de idiomas han utilizado los diálogos como herramienta didáctica, que es posible definir como:

[...] *échange de propos fabriqués (par opposition aux conversations «authentiques»), existant d'abord sous forme écrite.* (KERBRAT-ORECCHIONI, 1990: 117).

Aunque no sean auténticos, generalmente estos textos intentan acercarse lo más posible a la realidad de la lengua hablada, para alcanzar propósitos comunicativos. Los diálogos que voy a analizar, *Para aprender a comprar y vender* (48b)³ y *Propósitos de la mercadería* (93b), forman parte de los *Colloquia*, un texto de didáctica plurilingüe que tenía la finalidad de enseñar a viajeros y mercaderes las lenguas necesarias para desenvolverse en situaciones de vida cotidiana y de trabajo; por esta razón, la presencia de un «*discours conflictuel*» (WINDISCH, 1987: 23) caracterizado por distintos niveles de polémica abre interesantes interrogantes acerca del enfoque comunicativo escogido por los autores. Como recuerda RIZZA (1996: VII) *Colloquia*⁴ es el hiperónimo que identifica la familia de vademecums políglotas que se difundieron después de la publicación en 1530

¹ Sobre los problemas que acarrea la definición de diálogo existe una extensa bibliografía. Entre las últimas aportaciones véase Cigada (2008).

² «En la definición del género dialogado coexisten dos componentes fundamentales: por una parte, el proceso lógico o retórico de la argumentación y, por otra, la caracterización dialógica. Esta dualidad básica explica el carácter interdisciplinar del diálogo, a medio camino entre la literatura y la filosofía, o la prosa de ideas» (GÓMEZ, 2006: 217).

³ Los números de páginas se refieren a la edición de RIZZA (1996).

⁴ Sobre la historia de este género textual existen numerosas contribuciones que señalo en la bibliografía.

del *Vocabulare* bilingüe (holandés y francés) de NOËL DE BERLAIMONT⁵, maestro de escuela francés que trabajó en Amberes en las primeras décadas del siglo XVI⁶. Es una producción que documenta registros lingüísticos no elevados, modernamente clasificada en familias⁷ según el texto de que toma origen; es heredera de herramientas didácticas muy antiguas⁸ y utiliza una temprana técnica de *role play*, ya presente en el *Livre des Metiers* (1268 ca.).

Adoptando la clasificación que HAVERKATE (1985: 29) aplica a las entrevistas, llamaré «acomodaticia»⁹ la contratación en que vendedor y comprador se esfuerzan para llegar a un acuerdo y la co-construcción del diálogo entre los interactantes, aunque complicada, tiene éxito; «no acomodaticia»¹⁰, la en que el acuerdo es difícil de alcanzar, puesto que los hablantes negocian su identidad intentando desacreditar al adversario (GRIMSHAW, 1990: 284), la finalidad y el *focus* de la interacción dialógica se desplazan a un plan personal y la producción de *Face Threatening Acts* (BROWN - LEVINSON, 1987) aumenta.

Mi análisis está dividido en tres partes. En la primera hablaré de la macroestructura de las contrataciones y estudiaré las señales lingüísticas del conflicto, enfocándolas desde el punto de vista del «pensamiento dialógico» (FABRIS, 1995). Luego, siguiendo a GRIMSHAW cuando afirma que: «[...] *all conflict talk involves some negotiation of identities*» (1990: 284), comprobaré la tendencia del *focus* de la contratación a desplazarse de un tema concreto hacia una personalización creciente, con el evidente intento de desacreditar al interlocutor. En las conclusiones voy a poner en relación el uso del conflicto con la tipología didáctica de los *Colloquia*.

2. MACROESTRUCTURA DE LAS CONTRATACIONES

Los tres diálogos representan el desacuerdo entre un vendedor y un comprador acerca de la determinación del «justo precio» de una pieza de tela¹¹; la diferencia más acusada entre ellos reside en la conclusión, según se trate de CA o CNA.

En efecto, mientras que en la contratación que abre el cap. VII el vendedor renuncia a sus pretensiones y llega de manera amigable a un acuerdo con el comprador (CA), en las otras los protagonistas no logran acordarse (CNA). En el diálogo más conflictivo, el mercader invita incluso a los compradores a marcharse, para que averigüen lo que ofrece el mercado.

⁵ Todos los ejemplares de esta edición se han perdido; el primero que se conoce pertenece a la de 1536.

⁶ En 1555 Carlos V concedió al editor Bartolomé Gravio el privilegio para publicar obras para el aprendizaje lingüístico, así como la exclusiva de la impresión y venta de los *Colloquia*, «quedando prohibido a los impresores, librerías y demás personas no sólo imprimirlo, sino hacerlo imprimir y venderlo en España». (GARCÍA DINI, 2007: 61).

⁷ Para una tratación exhaustiva sobre la familia del *Solenissimo Bochabuolista*, véase Rossebastiano Bart (1984: 9-41).

⁸ En época clásica se recuerda la *Hermeneumata Pseudodositheana*, manual bilingüe en griego y latín que presenta una *Cotidiania conversatio* y, en época medieval, el anglosajón *Colloquium* del Abad Aelfric, conocido también bajo el nombre de *Livre des Metiers*. Datan del siglo XVI los conocidísimos *Colloquia puerilia* de Erasmo y la *Exercitatio linguae latinae* (1538) de Juan Luis Vives.

⁹ Desde ahora CA.

¹⁰ Desde ahora CNA.

¹¹ Amberes era un centro muy importante para el comercio de tejidos.

3. ANÁLISIS LINGÜÍSTICO

3.1 Vista vs. palabra

La etimología de la palabra diálogo (dia - logos) está vinculada con la idea de pensamiento «a través», y aun por esta razón, para que se pueda hablar de diálogo desde el punto de vista filosófico es necesario que entre los hablantes exista una relación yo-tú creada por el lenguaje, en la cual «*chi dice tu, non ha mai un qualcosa per oggetto*» (BUBER, 1993: 10-11), contrapuesta a un:

[...] rapporto di oggettivazione dominato dal senso della vista. [...] La vista è ciò che stabilisce le differenze, è ciò che pone a distanza: l'udito è invece ciò grazie a cui noi ci troviamo sempre già in relazione, in quella relazione che la parola è in grado di istituire. (Fabris, 1995: 29).

Teniendo en cuenta la definición que precede, voy a tomar como criterio interpretativo la importancia otorgada al sentido de la vista, para averiguar si los personajes logran establecer una relación dialógica que no esté «convencionalizada culturalmente» (BUSTOS TOVAR, 1996: 363), o sea que no se limite a reproducir estereotipos culturales y discursivos.

Los capítulos II y VII se abren con la llamada de atención que los vendedores dirigen a los posibles compradores, expresada mediante un conector de secuencia dialogal, el imperativo del verbo de percepción visiva ‘mirar’:

C. **Mirá** si tengo algo que os agrade [...]

Mirá qué os plazze comprar [...] la **vista** no costa nada. (50b-51b)

A. ¡Miren si tengo algo que les agrade! (93b).

En el cap. VII, el mercaderer prosigue afirmando: «[...] Os daré tan barato como hombre que sea en la villa» (93b). Todavía los pasantes no han dicho nada, pero por su aspecto han sido identificados como extranjeros; la *excusatio non petita* del tendero presupone que temen ser engañados en cuanto no naturales de Amberes, y tiene la finalidad de tranquilizarlos.

La idea de que lo único que importa es comprobar con los ojos recorre los tres diálogos: en el cap. II el vendedor vuelve a afirmar: «Pedí lo que os agrada, yo os lo dejaré **ver**, la **vista** no os costará nada» (51b). En el VII, el vendedor contesta al cliente que pregunta por la medida de la tela: «**Veréyslas** medir» (95b); en el ejemplo que sigue, la vista es la causa de la desconfianza del comprador:

C. He aquí el mejor terciopelo que tocastes jamás.

B. ¡A mí me lo queréys hazer creer!

He visto otro mejor y también peor.

¡No lo desplegad todo, ya he avido dello la **vista**! (99b).

Cliente y vendedor quieren establecer una interacción limitada a los datos observables, como si la comunicación sintética fuera la única fiable: el frecuente uso de la unidad fraseológica «una sola palabra», usada a la vez en el significado de «palabra de-

finitiva» y de «precio contenido» deja comprender que consideran arriesgado hablar demasiado:

B. ¡Suplícóos que no pidáys demasiado!

A. Pues no queréys que **una sola palabra**, un escudo os costará la vara. [...]

B. Daré por ello **en una sola palabra**

seys libras. (94b-95b).

B. ¿Quánto pediz

por las dos pieças

juntas?

¡Y no ayamos

que una sola palabra;

C. ¿No queréys

que **una sola palabra**?

pagaréys por ellas

treyn ta y dos libras,

tanto **en una palabra**

como en ciento,

no quitaréys dello

un quatrín. (101b-102b).

Los personajes interpretan las palabras que oyen a través del preconcepto que el otro mienta:

B. Este novicio

tiene buena lengua:

está velando por

el provecho de su amo. (98b-99b).

B. ¡Diréys

lo que quisiéredes,

pero no daré

tanto por ello! (100b).

Con la consecuencia de no escucharse de verdad, de poner en escena una *dispute* en que «*aucun effort sérieux n'est tenté, ou n'est possible, pour amener l'adversaire à changer de position*»¹² (DASCAL, 1998), actitud que les impide entrar en relación de manera auténtica.

3.2 Formas de tratamiento

Como es bien sabido, es el nombre propio el que permite la identificación del «tú» (FABRIS, 1995: 19), ya que su ausencia ocasiona la cosificación del «otro» y, según el nivel

¹² Citado en Charaudeau / Maingueneau (2002: 437).

de conflicto en acto, dificulta la comprensión entre los locutores. En los *Colloquia* no se utilizan nunca los nombres de pila de los personajes: en el capítulo II están señalados debajo del título, mientras que en el capítulo VII se encuentran en su lugar únicamente las letras A, B y C.

En el cap. VII, los vendedores invitan los pasantes a entrar en su tienda con las frases:

A. **Señores**, ¿qué es lo que **vs. mercedes** comprarían de buena gana? (93b).

A. ¿De qué color las manda v.m.? (94b).

C. **Señor**, ¿qué manda v.m.? (99b).

En el siglo XVI, así como testimonia la promulgación en 1586 de la *Premática de tratamientos y cortesías*, el honorífico «Vuestra Merced» representa una de las formas de deferencia más elevada «*in the Spanish tripartite system of address [...]*», cuyo uso depende de la importancia del receptor (MORENO, 2002: 17). El cliente, al contrario, utiliza el «Vos», menos deferente, «*used as the form for addressees of uncertain status, where the speaker, in order to be 'safe', uses Vos as a neutral form*» (MORENO, 2002: 17). Sin embargo, en el momento de la contratación las iniciales muestras de cortesía se modifican: cuando cliente y vendedor llegan a discutir sobre el precio, también este último adopta el VOS. Así, respecto al comienzo del diálogo, la relación entre un superior y un inferior cooperativo –«*solidary*» en palabras de MORENO (2002: 18)– se transforma en una más conflictiva entre iguales no solidarios.

Pues no queréys que una sola palabra, un escudo os costará la vara. (96b)

El *volitional aspect* (IDE, 1989: 230-231) que caracteriza el discurso del vendedor emerge en su elección de utilizar Vos o Vuestra Merced como recursos para marcar un cambio en la relación con su interlocutor.

El núcleo central de la primera contratación del cap. VII está compuesto por breves réplicas que no contienen verbos referidos al interlocutor. El cliente repite el pronombre sujeto «yo» y habla de sí mismo; vuelve a usar marcas personales para dirigirse al mercader sólo al final de la contratación, cuando se está alcanzando un acuerdo: «¡Yo **os** pagaré en buen oro y de peso! [...] No **os** dejaré por otro ninguno!» (96b-97b). Al contrario, en el discurso del mercader la presencia de verbos y pronombres personales que se refieren al cliente denota la intención de no dejar caer el contacto con él, y es un indicio de la actitud negociadora que recurre todo el idiolecto del vendedor, que compensa con la cortesía del tratamiento su voluntad de obtener un determinado precio, logrando contener el nivel de conflictualidad: «**Tomad** la pieza entera [...] **Deveríades** tomarla [...]!» (95b); «**Os** prometo que si no me fuérad**es** tan buen parroquiano no las terní**as** menos que a seys libras [...] Pero pues los **soys vos, quitoos** [...] Pienso que no querri**ades** mi pérdida (96b) ».

Las frases que concluyen los diálogos, aunque el tratamiento siga siendo VOS:

¡**Muchas mercedes** amigo! Quando tuviéredes menester de alguna cosa, venid a mí, yo os la daré a buen mercado.

Bien señora, yo lo haré de buena gana. ¡**A Dios seáys encomendada!** (60b),

y

¡No ahorrais cosa que yo tenga, tan libremente sin dinero como con dinero!

Bésoos las manos, señor (109b),

vuelven a la deferencia con que se había abierto la contratación. Son expresiones de una *politeness* formal, actos de habla que quieren tranquilizar y halagar al interlocutor –definidos *Face Flattering Acts (FFA's)* por KERBRAT-ORECCHIONI (2008: 18)– que ayudan a concluir la venta; al contrario, las implicaturas irónicas contenidas en las réplicas de la segunda contratación del cap. VII contradicen su significado, y marcan el fracaso de la contratación:

C. ¡Váyase a do
quisiérades con Dios! [...]

Pues bien,

a su mandado,

sabéys

lo que avéys de hazer! [...]

B. quedaos con Dios,

me encomiendo.

C. **A su mandado.** (103b-104b).

3.3 La *face* de los hablantes entre amenazas y negociaciones

En las dos CNA se encuentran numerosos ejemplos de *FTA's (Face Threatening Acts)* en que el hablante intenta desacreditar la *face* del interlocutor: el *argumentum ad hominem* es utilizado sobre todo por los compradores con respecto a los vendedores, que se limitan a definir «escasos» a sus clientes (56b; 97b). La interacción se desplaza a un plan personal, ya que los hablantes implican a sus interlocutores en el discurso ofendiéndoles y alejándose del tema de la discusión, o sea la relación calidad-precio. Los vendedores afirman que la calidad del producto justifica el precio pedido, mientras que los compradores contestan que los vendedores mienten y los están estafando.

C. No se puede
ganar nada con vos; [...]
yo podría bien serrar mi tienda,
porque no ganaría el pan que comería!

D. **Esso plázeos decir.** (56b-57b).

Cuando Daniello, con las palabras: «¿Queréis mis dineros?» (54b) insinúa que la vendedora quiere apoderarse de su dinero a toda costa, Catarina defiende su *face* positiva contestando: «¡Desta manera no!» (55b), así como en el cap. VII el comprador quiere reforzar la suya de cara al vendedor:

B. ¡A mí no se me da
nada lo que cuesta,
solamente que sea bueno! (99b).

El *face work* entre vendedor y comprador continúa aun después de cerrar el trato, para restablecer una –por lo menos aparente– situación cooperativa:

C. Yo os quito
si estáys contento.
D. Seríame afrenta,
si hiziesse aquello:
tomad aý vuestro dinero. (58b).

C. [...] tomemos la medida.
¡No,
yo le tengo por bien medido,
bien me fío
en v. m. (106b).

La negociación llega tan adelante que el comprador, para defender su honradez, deja incluso que el vendedor escoja el dinero de su bolsa, y acepta que éste le diga que tiene una moneda falsa:

B. Pues tomad mi bolsa,
pagaos mesmo a su plazer!
C. ¡He aý un sueldo
que es falso!
B. Enclavadle
a este pilar. (108b).

3.4 La expresión de la polémica

Muchas de las frases que componen los diálogos poseen un carácter enfático, evidenciado por los signos de exclamación¹³; se trata de actos de habla expresivos que aspiran a conferir un valor de verdad a las aserciones de mercaderes y clientes, que defienden de esta manera su punto de vista¹⁴. Poseen análogo valor asertivo las locuciones afirmativas «en verdad» (107b) y «por cierto» (94b) y el uso intensificador del «que» inicial en frases como «¡Que no, soys demasiado caro [...]!» (102b) y «¡Que no, yo le tengo por bien medido [...]!» (106b).

El registro hablado aflora en la presencia del refrán «labor de negro no se cuenta» (100b) –del cual no he encontrado ninguna otra atestación– y en interjecciones y marcadores. Para obtener que el cliente vuelva, Catarina utiliza «ea» (58b), que va unido a «sus» (106b) cuando el hablante quiere animar a su interlocutor. A menudo estas interjecciones acompañan marcadores típicos de la oralidad como «pues» (106b;109b) o «ahora bien» (96b;104b), que introducen réplicas con contenido remático o adversativo.

¹³ Sólo el español, entre las ocho lenguas de los *Colloquia*, utiliza este recurso paraverbal.

¹⁴ Aunque en el texto no existan indicaciones de tipo prosódico, podemos suponer que durante la actividad didáctica se hiciera hincapié en la fuerte intensidad entonativa.

La suma de estos elementos produce el aumento del conflicto en los diálogos, y permite encuadrarlos en la tipología definida por GRIMSHAW «*passionate*» (1990: 294).

Por lo que se refiere a las frases exclamativas, se nota que pueden expresar valores ilocutivos aun muy distintos entre sí, desde el entusiasmo con que el mercader quiere atraer a los clientes: «¡Miren!», «¡Entren», «¡Téngolas de todas colores y de cada precio!» (94b) hasta la sorpresa y el rechazo que emergen en el intercambio «¡Demasiado es!», «¡Demasiado poco es por cierto!» (94b). En el ejemplo precedente, la repetición aumenta el tono polémico, puesto que coopera a crear una estructura verbal en que el hablante hace propia con finalidades antifrásticas una parte del discurso de su interlocutor. El mismo resultado obtiene la unión de la puntuación exclamativa y de una subordinada concesiva-condicional con valor contrafactual en: «[...] y por cierto que si la rehusáys, ninguno al mundo la terná por aquel precio, sí; y aunque fuese mi propio hermano!» (96b).

Para comprender mejor el tipo de enfrentamiento implícito en el último ejemplo citado, me voy a referir a la noción de polifonía según DUCROT (1984), que postula la existencia de un «*locuteur [...] responsable de la énonciation*» que «*est à même de mettre en scène des énonciateurs qui présentent différents points de vue*» (CHARAUDEAU / MAINGUENEAU, 2002: 445). En el enunciado: «¡y aunque fuese mi propio hermano!» (96b), el mercader emisor niega como incompatible con el suyo el punto de vista del cliente enonciador, que podría pensar que se le hace un precio más caro del debido.

Parecida estructura polifónica se detecta en:

- Tenéys cariseas color de Flandes?
- Señor sí, téngolas que son muy lindas y buenas, las mejores d' este lugar, sí y también de Ingalatierra (93b-94b),

en que la orgullosa afirmación del locutor niega la duda que el cliente podría tener acerca de la calidad de las telas ofrecidas.

3.5 Resolución del conflicto

En las tres contrataciones examinadas, el conflicto sobre el «justo precio» se resuelve gracias a las «*considerations of utility [...] in determining interactional outcomes*» (GRIMSHAW, 1990: 283) de los hablantes.

En la primera del cap. VII, la frase: «[...] Si no me **fuérades** tan buen parroquiano no las **ternías** menos que a seys libras» (95b) –en que el subjuntivo del verbo estático¹⁵ precedido por «no» funciona como afirmación– pone de relieve la finalidad de querer fidelizar al cliente. Contra toda evidencia, el vendedor afirma que el comprador es buen parroquiano, pero lo hace con una condicional del tipo potencial, que normalmente expresa

¹⁵El subjuntivo en *-ra* expresa un: «[...] *less vivid future. Future conditions, less vividly expressed, represent a sort of modest past of the more vivid type. The speaker or writer, instead of stating what will happen, if a certain circumstance proves to be true, prefers to put it less bluntly and to state what would happen, if it proved to be true*». (Keniston, 1933: 411).

la «no realidad en el presente» (MONTOLÍO, 1999: 3660) y la «vacilación del hablante ante la probabilidad de realización del suceso» (MONTOLÍO, 1999: 3667). Dicha afirmación implica en realidad el deseo manifestado de manera abierta algunas líneas más abajo: «¡Espero que en otro tiempo terné antes que algún otro de sus dineros!» (97b). El vendedor decide llegar a un acuerdo en previsión de ganancias futuras; por esta razón, desde el punto de vista pragmático, hay que interpretar la prótasis como: «si no pensara que podéis llegar a ser un buen cliente...».

En el cap. II, aunque la contratación haya llegado a un punto de ruptura y Daniello haga muestra de marcharse:

D. [...] Bien
¿no lo avré yo?
C. ¡No por esse precio!
D. Pues a Dios
yo me voy.
C. ¡Dios os guie! (58b),

su intención de comprar lleva la delantera sobre la de ahorrar dinero. Cuando Catarina, sin solución de continuidad, le llama para que vuelva atrás, Daniello cierra el trato con la actitud ofendida de quien no quiere darse por vencido, que adopta para preservar su *face* positiva: «[...] yo digo que es muy caro, ¡vos me habéis engañado!» (58b).

Aun en la segunda contratación del cap. VII, el elevado nivel de conflicto es causa de la ruptura del diálogo:

[...] es menester que nos vamos a otra parte, porque pedís por vuestra mercadería fuera de razón.
Váyase a do quisiérades con Dios (102b);

el mercader deja que el cliente se marche, comentando despectivamente con su aprendiz: ¡Pues que se vayan que corran; quando ternán harto corrido por el mercado, se huelgarán de bolver aquí! (104b).

En efecto, el cliente vuelve después de un rato y propone un precio algo inferior al exigido por el mercader: aunque ha decidido poner remedio al desaire precedente, no quiere ceder del todo. La frase: «¡Supplícole que no nos hagáys más passear!» (105b) –que podemos imaginar acompañada de elementos paraverbales pacificadores– evidencia una actitud conciliadora, pero al mismo tiempo insinúa que antes la contratación se ha interrumpido por culpa del mercader. Éste, por su parte, decide llegar a un acuerdo, a lo mejor porque en el tiempo que el cliente ha «paseado» por el mercado no ha vendido nada; sin embargo, como en el caso de Daniello, lo hace con palabras que muestran su descontento, de manera que compense el disgusto que le causa el precio rebajado y no quede mal delante de su aprendiz:

¡En verdad que soys
muy importunos!
No se les da nada

aunque yo pierda o gane,
todo se le es uno. (106b).

En las últimas dos contrataciones, los actantes alcanzan su propósito salvando su *face* positiva; sin embargo, el diálogo no ha llevado a una comprensión recíproca, sino a la puesta en escena, a la mimesis de la interacción.

4. CONCLUSIÓN

El análisis de los *Colloquia* muestra con claridad que sus autores se hacían guiar por un enfoque estrictamente pragmático, el de representar la realidad de la vida cotidiana de los lectores. Todos los temas tratados se relacionan con las necesidades de mercaderes y viajeros: por ejemplo, presentan el léxico necesario para cenar en un mesón, alquilar una habitación, preguntar el camino; llegan incluso a dibujar situaciones escatológicas y sexuales. La importancia atribuida a la *performance* de los aprendientes se percibe también en la estructura de libro, si se considera la mayor amplitud de la parte comunicativa respecto a la normativa.

Por esta razón, no es de extrañar que quisieran mostrar a los lectores cómo actuar en situaciones de conflicto y de polémica en un idioma extranjero, utilizando lenguaje y actitudes corrientes en el habla de los mercaderes, mediante la técnica del *role play*.

De manera análoga, las numerosas referencias textuales a la ciudad de Amberes, el mercado: «cosmopolita y moderno, por antonomasia, en [el] siglo XVI» (MARAVALL 1972: I-21) corroboran la intención de los autores de dar una localización espacial a su manual, permitiendo a los destinatarios identificarse en las situaciones representadas. El resultado consiste en la realización de un vademécum capaz de guiar al lector en todo tipo de situación, a través del espacio mercantil europeo de aquel entonces, como el mismo libro promete en el *Liber ad emptores* que precede los diálogos, con las palabras: «*vos secura ducam regione viarum*».

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BROWN, Penelope, LEVINSON, Steven C. (1987): *Politeness. Some universals in language usage*, Cambridge, CUP.
- BUBER, Martin (1993): *Il principio dialogico e altri saggi*, (Andrea Poma ed.), Cinisello Balsamo, San Paolo.
- BUSTOS TOVAR, José Jesús de, (1996): «La imbricación de la oralidad en la escritura como técnica del discurso narrativo», *El español hablado y la cultura oral en España e Hispanoamérica*, (Kotschi, Oesterreicher, Zimmerman eds.), Frankfurt: Iberoamericana.
- BUSTOS TOVAR, José Jesús de, (2001): «De la oralidad a la escritura en la transición de la Edad Media al Renacimiento: la textualización del diálogo conversacional», *Criticón*, 81-82.
- CHARAUDEAU, Patrick / MAINGUENEAU, Dominique, (2002): *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris, Seuil.
- CIGADA, Sara (2008): «Dialogue et typologie de textes: aperçu historique, questions théoriques, applications», *Il dialogo come tecnica e struttura letteraria* (Gisella Maiello ed.), Napoli, Edizioni Scientifiche Italiane, 29-43.

- DASCAL, Marcelo (1998): «La controverse en philosophie», *Le Discours philosophique*, Mattei J.-F. (éd), Paris, PUF, 1583-1604.
- DUCROT, Oswald (1984): *Le dire et le dit*, Paris, Minuit.
- FABRIS, Adriano (1995): *Introduzione al pensiero dialogico*, Pisa, Edioffset.
- GARCÍA DINI, Encarnación (1998): «Cultura lingüística y lenguas vehiculares del siglo XVI al XVIII», en Profeti, García Dini, Guasti, Lombardi, *I secoli d'Oro e i lumi: processi di risemantizzazione*, Firenze, Alinea, 23-53.
- GOFFMAN, Erving (1972): *Interaction ritual. Essays on face to face behaviour*, London, Penguin University Book.
- GÓMEZ, Jesús (2006): «La caracterización del personaje dialógico desde la ficción conversacional», *El personaje literario y su lengua en el siglo XVI*, Consolación Baranda Leturio y Ana Vian Herrero (eds.), Madrid, ed. Complutense, 217-242.
- GRIMSHAW, Allen D. (1990): *Conflict talk. Sociolinguistic investigations of arguments in conversations*, Cambridge, Cambridge University Press.
- HAVERKATE, Henk (1985): «La ironía verbal. Un análisis pragmalingüístico», *Revista Española de Lingüística*, 15-2, 343-391.
- IDE, Sachiko (1989): «Formal form and discernment: two neglected aspects of universals of linguistic politeness», *Multilingua*, 8(2-3), 223-248.
- KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine (1990): *Les interactions verbales*, Paris, Colin.
- KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine (2008): «Le dialogue comme objet d'analyse linguistique», *Il dialogo come tecnica e struttura letteraria*, (Gisella Maiello ed.), Napoli, Edizioni Scientifiche Italiane, 9-28.
- MONTOLÍO, Estrella (1999): «Las construcciones condicionales», *Gramática descriptiva de la lengua española*, Bosque-Demonte (eds.), Madrid, Espasa, vol. 3, 3643-3737.
- MORENO, María Cristobalina (2002): «The address system in the Spanish of the Golden Age», *Journal of Pragmatics*, 34, 15-47.
- RIZZA, Riccardo (a cura di) (1996): *Colloquia, et dictionariolum octo linguarum*, Viareggio, Mauro Baroni editore.
- ROSSEBASTIANO BART, Alda (1984): *Antichi vocabolari plurilingui d'uso popolare: la tradizione del «Solemnissimo Bochabuolista»*, Alessandria, Ed. dell'Orso.
- WINDISCH, Uli (1987): *Le K-O Verbal. La communication conflictuelle*, Lausanne, L'Age d'Homme.