

## PAPELETAS Y NOTAS



## LOS CUMPLIDOS EN LAS REDES SOCIALES<sup>1</sup>

ANA MANCERA RUEDA  
*Universidad de Sevilla*

1. Los cumplidos son actos de habla con los que se evalúa positivamente (Wolfson, 1981) o se manifiesta aprobación (Vanderveken, 1990) –e incluso admiración (Manes, 1983)– por alguna cualidad física o moral, mérito o pertenencia del interlocutor –o de su endogrupo (Kerbrat-Orecchioni, 1994)–. Como han puesto de manifiesto Hernández Toribio y Deltell Escolar (2017: 204), en español se utilizan diversos términos para hacer referencia a este tipo de actos valorativos, como *halago*, *elogio* o *piropo*, aunque *cumplido* «parece haberse convertido en una especie de hiperónimo, [...] a imagen en cierta medida de lo que sucede en el ámbito anglosajón, donde el término *compliment* es generalizado (a pesar de contar con otros como *flattery* o *praise*)».

Aunque Searle (1979) no menciona específicamente estos actos de habla en su taxonomía, suelen incluirse entre los actos expresivos (Manes y Wolfson, 1981; Holmes, 1995). De hecho, Austin (1962) los encuadra en la categoría de los *behabitives*, es decir, aquellos que tienen que ver con comportamientos sociales vinculados con la manifestación de simpatía –como las felicitaciones y las condolencias–, y Bach y Harnish (1982) los engloban entre los actos de reconocimiento. Además, es frecuente su utilización a modo de refuerzo de otros actos de habla –por ejemplo, saludos, agradecimientos, felicitaciones, peticiones o consejos (Norrick, 1978; Jaworski, 1995)–, de ahí que comúnmente se los considere como actos rituales de cortesía normativa, inherentes a determinadas situaciones comunicativas (Sifianou, 2001). No obstante, como trataremos de demostrar en las páginas siguientes, son muy diversas las funciones que los cumplidos pueden realizar en las redes sociales.

2. La mayor parte de los estudios sobre los cumplidos en español se han desarrollado desde la óptica de la pragmática variacionista, atendiendo a factores socioculturales, como las investigaciones etnográficas de Placencia y Yépez (1999); Placencia y Fuentes Rodríguez (2013), que comparan las diferencias en la formulación de estos actos de habla en Quito y Madrid; y Achugar (2002) sobre el uso de piropos entre hablantes uruguayos pertenecientes a distintos

<sup>1</sup> Esta contribución se inscribe en el marco del Proyecto de Investigación PRODISNET-02: Procesos discursivos en internet: desplazamientos enunciativos y efectos hiperbólicos en el discurso político (Ref. RTI2018-093523-B-I00), financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.

niveles socioeconómicos. Destacan también los trabajos que adoptan una perspectiva contrastiva, comparando los cumplidos en español y en inglés –Hernández Herrero (1999), Maíz-Arévalo (2010), Maíz-Arévalo (2012)–, español y alemán (Siebold, 2008), o español y coreano (Choi, 2008); y los que adoptan una perspectiva sociopragmática, como el de García (2012), que analiza las funciones pragmáticas de los cumplidos en un contexto laboral peruano; el de Barros García (2012), sobre los cumplidos como manifestaciones de cortesía valorizadora presentes en la conversación coloquial española; y el de Hernández Toribio y Deltell Escolar (2017), que estudia cómo este tipo de halagos pueden comportarse como actos de habla *marcados* –positiva o negativamente– o *no marcados* desde el punto de vista de la cortesía verbal. Asimismo, hay estudios centrados en cómo abordar estos actos de habla en la enseñanza de ELE –cfr., por ejemplo, Barros García (2010) y Ramajo Cuesta (2013)–. Por último, entre las investigaciones que analizan los cumplidos en el discurso mediado por ordenador se encuentran los trabajos de Maíz-Arévalo y A. García-Gómez (2013) o Placencia y Lower (2013, 2017) sobre las interacciones en Facebook; el análisis llevado a cabo por Placencia (2019) acerca de los intercambios comunicativos entre adolescentes a través de Instagram; y el estudio de Pano Alamán (2020) sobre los cumplidos dirigidos a líderes políticos de distinta ideología y a sus formaciones políticas, a través de la red social Twitter.

3. Suelen distinguirse dos tipos de cumplidos: los *explícitos* –o *directos*– y los *implícitos* –o *indirectos*<sup>2</sup>–. Los explícitos «son aquellos en los que el hablante expresa directamente su aprobación y admiración por el oyente o algo relacionado con él» (Maíz-Arévalo, 2019: 31). Por ejemplo, a modo de respuesta a una publicación de Instagram en la que la cantante Shakira se fotografía portando un diploma de la Universidad de Pensilvania, para demostrar que ha logrado completar un curso de filosofía de cuatro semanas, algunos internautas escriben los siguientes mensajes, ensalzando sus cualidades mediante formas lingüísticas que poseen un valor semántico positivo, como los sustantivos abstractos *perseverancia* y *talento*, o el verbo *brillar*:

(1)  
Felicidades 🎉🎊 Eres un mujer de gran perseverancia 🙏🙏 Dios te bendiga siempre<sup>3</sup>  
(Instagram, 07-08-2020).

<sup>2</sup> Si bien, como han puesto de manifiesto Placencia y Lower (2017), en tal diferenciación terminológica subyace una cierta discrepancia concepcional, ya que algunos autores –como Jaworski (1995) y Placencia y Lower (2013), entre otros muchos– consideran que los cumplidos directos son aquellos en los que la evaluación positiva se lleva a cabo de manera explícita, a diferencia de los indirectos o implícitos, que requieren de una inferencia para poder ser interpretados como tales. En cambio, Kerbrat-Orecchioni (1994) identifica como cumplidos directos aquellos que se centran en el oyente, mientras que los indirectos se formulan respecto a una tercera persona relacionada con este –es decir, perteneciente a su endogrupo–.

<sup>3</sup> Con el fin de preservar la privacidad de los autores de los mensajes recogidos en esta Papeleta Gramatical, se han eliminado tanto las fotografías como los nombres de sus perfiles.

(2)

*Brilla en lo que hace 📷 que talento ❤️* (Instagram, 26-07-2020).

Como explica Boyle (2000), los cumplidos explícitos pueden ser reconocidos incluso fuera de contexto, ya que muchos de ellos emplean convenciones formularias. Por ejemplo, ante el cambio de la foto de perfil de una usuaria de Facebook, algunos de sus amigos elogian su belleza:

(3)

*Guapaaaaaa!!* (Facebook, 03-07-2020).

(4)

*Noveas<sup>4</sup> como sales en esta foto ehh jajajaja Muy guapa paula! ;D* (Facebook, 06-07-2020).

En cambio, en el caso de los cumplidos implícitos, la información contextual resulta esencial para poder identificar determinado enunciado como un halago. Así, para interpretar cabalmente los siguientes mensajes dirigidos a través de Instagram al actor Mario Casas, en los que se ensalza su talento interpretativo, es necesario saber que estos se formulan en respuesta al anuncio de su próxima película, en la que desempeña el papel de villano:

(5)

*ese malvado 😞❤️* (Instagram, 02-08-2020).

(6)

*¡Lo que me has hecho padecer! 😞* (Instagram, 04-08-2020).

(7)

*@mario\_houses va a dar miedito!* (Instagram, 02-08-2020).

4. En cuanto a la estructura de los cumplidos, basándose en la categorización desarrollada por Blum-Kulka, House y Kasper (1989) para la descripción de las peticiones, Placencia y Fuentes Rodríguez (2013) distinguen entre *acto(s) central(es)* –o núcleo(s) de la secuencia– y *actos de apoyo* –mitigadores o reforzadores del acto central que se sitúan antes o después de él–. En los mensajes publicados en las redes sociales pueden encontrarse cumplidos con dos –o más– actos centrales, ya que varios de los enunciados que los integran contienen una valoración positiva y cada uno de ellos podría ser empleado de manera independiente para formular un cumplido:

(8)

*muchas felicidades adoolfo, guapo. que bien te veo. cuidame a martiita eh, que haceis super buena pareja jajaja. un besito* (WhatsApp, 12-07-2020).

Además, los actos centrales suelen ir acompañados por actos de apoyo. Véase cómo en estos dos mensajes publicados en Twitter para ensalzar la gestión de José Luis Martínez Almeida –político del Partido Popular que ostentaba

<sup>4</sup> Reproducimos todos los mensajes tal y como fueron publicados, sin omitir los errores ortográficos ni aquellas otras muestras representativas del subcódigo escrito que está difundiéndose en el discurso mediado por ordenador.

la alcaldía de Madrid en marzo de 2020— durante la crisis provocada por el coronavirus, el reconocimiento por parte de los internautas de su militancia en el Partido Socialista y el de no contar con residencia en Madrid incrementan la fuerza argumentativa de sus palabras y actúan como refuerzo del cumplido:

(9)  
Señor Alcalde, a mí usted no me caía nada bien, pero he podido comprobar que estaba totalmente equivocada. Soy del PSOE y le felicito por la gran persona que está demostrando ser. Estoy muy orgullosa del alcalde que tengo. Por favor que vayan tomando todos ejemplo de usted (Twitter, 23-04-2020).

(10)  
Eres una puta máquina...ojalá cogieran ejemplo otros..no soy de madrid ni vivo allí...pero ojalá más gente como usted...grande coñoooo (Twitter, 22-04-2020).

Las estructuras morfosintácticas más utilizadas en la constitución de los actos centrales son las oraciones exclamativas con el intensificador *qué* o *vaya* y un sintagma nominal, adjetival o adverbial, en el que radica la clave semántica del cumplido:

(11)  
*Qué guapo!* 🥰👍 (Facebook, 12-07-2020).

(12)  
*Qué rico, jefe!!!* (Facebook, 12-07-2020).

(13)  
*Vaya caña!* Pedazo de trabajo veraniego!!! (Facebook, 12-07-2020).

(14)  
*Que guapisima estas toda una señorita* (Facebook, 12-07-2020).

También resultan recurrentes las oraciones declarativas con los verbos de proceso mental *gustar*, *encantar*, *amar* o *querer*,

(15)  
*Me gusta* tu vestido (Instagram, 27-07-2020).

(16)  
De donde es esa cama? *Me encanta* 🥰 (Instagram, 17-04-2020).

(17)  
Esa camiseta, la *quiero* 🔥🔥🔥 (Instagram, 04-08-2020).

(18)  
*Amo* la parejita los amooooooooo ❤️ (Instagram, 27-07-2020).

incluso algunos internautas recurren al verbo *morir*:

(19)  
*Muero* por esa camiseta 🥰 (Instagram, 04-08-2020).

Y las oraciones declarativas con un verbo copulativo seguido por un sustantivo o un adjetivo que, generalmente, elogian al destinatario por su manera de ser:

(20)

Hola os deseo lo mejor *sois unos grandes profesionales*. 🙌👍👍 (YouTube, 21-07-2020).

(21)

Agradecida has estado entrevistando a los expertos. *Joan Garriga es increíble* (YouTube, 02-08-2020).

(22)

Iker llevo más de 20 años siguiéndote, *eres el mejor porque eres auténtico*. No dejes de ser libre (YouTube, 22-07-2020).

Asimismo, abundan en las redes sociales las interjecciones que pueden actuar o bien como acto central o como actos de apoyo en la expresión de una valoración apreciativa, tanto las propias,

(23)

*Ah*, excelente película (Facebook, 07-08-2020).

(24)

*Ayyy* que guay!! (Instagram, 27-07-2020).

(25)

*Ohhh*, amo ese manga (Twitter, 08-08-2020).

(26)

*Hmmm* @karguinano es ver esa paella y darme ganas de cocinar un bacalao al pil pil de Maruca con aceite de palma, ajos y tabasco, cocinado en un recipiente antiadherente que no veas. Seguro que con arroz @BrillanteES se pueden hacer más cosas (Twitter, 06-08-2020).

como las impropias,

(27)

¡*Bravo!* 🍷🍷 Ahora me han entrado ganas de cazón (Facebook, 07-08-2020).

(28)

Oleee, mirar que cosas más bonitas hace mi nene (Twitter, 08-08-2020).

y las locuciones interjectivas:

(29)

Historia de Natalia en bikini Eso sí, cuerpazo se gasta la niña... *MADRE MÍA DEL AMOR HERMOSO* (Twitter, 09-08-2020).

(30)

Ay, Dios mío, qué rico, Dios mío (Twitter, 09-08-2020).

Además, suelen ser también habituales las construcciones elípticas en las que la evaluación positiva se sustenta únicamente en sintagmas nominales, adjetivales o adverbiales,

(31)

*Menudo fotón!* Me enamore de ese hotel cuando lo vi desde abajo 🥰 disfrutarr de Menorca ❤️ (Instagram, 17-07-2020).

(32)

*Maravilla de libro* (Twitter, 08-08-2020).

(33)

*Buenísimo!! Super recomendable!* (Twitter, 08-08-2020).

(34)

Muy bien!! 🍷🍷🍷 (Facebook, 16-07-2020).

que a veces, incluso, vulneran las normas gramaticales:

(35)

IDOLA 🍷🍷🍷🍷🍷 (Instagram, 05-08-2020).

5. En los intercambios entre amigos o familiares –fundamentalmente a través de Facebook, Instagram y WhatsApp–, los cumplidos contribuyen a mantener abierto el canal de comunicación –actuando como manifestaciones de una cierta *comunidad fática* (Malinowski, 1972)– y a fortalecer la relación de amistad, mediante el desarrollo de *small talk* o *habla de contacto* (Coupland, 2000). De ahí también el uso recurrente que se hace en las redes sociales de rasgos lingüísticos propios de la inmediatez comunicativa característica del coloquio, como ya pusimos de manifiesto en Mancera Rueda y Pano Alamán (2013a y 2013b). Incluso el acto manual de hacer *clic* en el botón *Me gusta* conlleva la formulación de un cumplido que contribuye a consolidar las relaciones sociales, «de tal manera que si una publicación no recibe respuesta, el usuario podría pensar que nadie le *escucha*» (Mancera Rueda y Pano Alamán, en prensa). Asimismo, este tipo de mensajes suelen acompañar a felicitaciones y agradecimientos:

(36)

muchas felicidades makina qe ace un viaje de tiempo qe no te veo (WhatsApp, 29-07-2020).

(37)

Felicidades guapa (WhatsApp, 01-08-2020).

(38)

Jo gracias preciosa eres un ángel! (Twitter, 09-08-2020).

Tales actos de habla, al igual que los cumplidos, refuerzan la *imagen positiva* (Brown y Levinson, 1987 [1978]) del hablante –es decir, aquella que le lleva a tratar de lograr la aprobación de los demás y a intentar que se compartan sus deseos y opiniones–, así como los vínculos dentro de su endogrupo, por lo que pueden considerarse muestras de *cortesía de confianza* (Hickey, 1991) o de *solidaridad* (Haverkate, 1996).

Por otra parte, los cumplidos dirigidos a los *influentes*<sup>5</sup> constituyen respuestas a las actividades de autoimagen con las que dichas personalidades resaltan sus logros mediante operaciones de *carácter autocéntrico* (Fant y Granato, 2002). Estas consisten en la publicación de mensajes junto con fotografías y vídeos –sobre

<sup>5</sup> Dada la semejanza gráfica entre la voz inglesa *influencer* y la española *influyente* –participio del verbo influir que la Real Academia Española recoge en su *Diccionario de la lengua española* desde 1803–, la Fundación del Español Urgente (Fundéu) propone el uso de esta última en lugar del anglicismo. Cfr. <<https://www.fundeu.es/recomendacion/influyente-alternativa-a-influencer/>>. Última consulta: 18-08-2020.

todo en Instagram, Facebook y Twitter— en los que exhiben sus cualidades físicas y sus habilidades sociales, tratando de presentarse como personas de éxito, tanto en el ámbito profesional como en el privado. Sin embargo, los seguidores de este tipo de perfiles no parecen percibir tales operaciones como signos de jactancia, sino como manifestaciones de la intimidad del famoso, que se muestra ante ellos como alguien a quien le importa el aprecio interpersonal de sus *amigos* en las redes sociales, con los que mantiene una supuesta relación de familiaridad, al hacerlos partícipes de numerosos aspectos de su vida íntima. De ahí que le respondan con cumplidos, que constituyen actos de refuerzo de la imagen propios de la *cortesía valorizadora* (Kerbrat-Orecchioni, 1996).

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACHUGAR, MARIANA (2002): «Piropos: cambios en la valoración del grado de cortesía de una práctica discursiva», en M.<sup>a</sup> E. Placencia y D. Bravo (dirs.), *Actos de habla y cortesía en español*, Múnich, Lincom Europa, págs. 175-192.
- AUSTIN, JOHN LANGSHAW (1962): *How to Do Things with Words*, Oxford, Oxford University Press.
- BACH, KENT y HARNISH, ROBERT M. (1982): *Linguistic Communication and Speech Acts*, Cambridge, MIT Press.
- BARROS GARCÍA, MARÍA JESÚS (2010): «Vías para la socialización del estudiante de E/LE: los cumplidos», en E. Montoro del Arco y J. Antonio Moya (dirs.), *El español en contexto. Actas de las XV Jornadas sobre la lengua española y su enseñanza*, Granada, Universidad de Granada, págs. 121-128.
- BARROS GARCÍA, M.<sup>a</sup> JESÚS (2012): «Cumplidos y ofrecimientos: actividades de cortesía valorizadora en la conversación coloquial española», en J. Escamilla Morales y G. Henry Vega (eds.), *Miradas multidisciplinares a los fenómenos de cortesía y descortesía en el mundo hispánico*, Estocolmo, Programa EDICE, págs. 108-143.
- BLUM-KULKA, SOSHANA; HOUSE, JULIANE y KASPER, GABRIELE (1989): «The CC-SARP coding manual», en S. Blum-Kulka, J. House y G. Kasper (eds.), *Cross-cultural Pragmatics: Request and Apologies*, Norwood, Ablex, págs. 273-294.
- BOYLE, RONALD (2000): «“You’ve worked with Elizabeth Taylor!”: Phatic functions and implicit compliments», *Applied Linguistics*, 21, 26-46.
- BROWN, PENELOPE y LEVINSON, STEPHEN C. (1987 [1978]): *Politeness. Some Universals in Language Usage*, Cambridge, Cambridge University Press.
- CHOI, HON. J. (2008): *Pragmática intercultural: el acto de habla del cumplido en las culturas española y coreana*, Tesis doctoral, Madrid, Universidad Complutense de Madrid. [consulta: 18 de agosto de 2020]. Disponible en: <[https://www.researchgate.net/publication/39538762\\_Pragmatica\\_intercultural\\_El\\_acto\\_de\\_habla\\_del\\_cumplido\\_en\\_las\\_culturas\\_espanola\\_y\\_coreana](https://www.researchgate.net/publication/39538762_Pragmatica_intercultural_El_acto_de_habla_del_cumplido_en_las_culturas_espanola_y_coreana)>.

- COUPLAND, JUSTINE (2000): «Introduction: sociolinguistic perspectives on small talk», en J Coupland (ed.), *Small Talk*, Harlow, Longman, págs. 1-25.
- FANT, LARS y GRANATO, LUISA (2002): «Cortesía y gestión interrelacional: hacia un nuevo marco conceptual», *SIIS Working Papers*, IV, 1-44.
- GARCÍA, CARMEN (2012): «Complimenting profesional achievement: A case study of Peruvian Spanish speakers», *Journal of Politeness Research*, 8, 223-244.
- HAVERKATE, HENK (1996): «Estrategias de cortesía. Análisis intercultural», en M.<sup>a</sup> Ángela Celis Sánchez y J. R. Heredia (coords.), *Lengua y cultura en la enseñanza del español a extranjeros: Actas del VII Congreso de ASELE*, Castilla-La Mancha, Universidad de Castilla-La Mancha, págs. 45-58.
- HERNÁNDEZ HERRERO, ANNABELLE (1999): «Analysis and comparison of complimenting behavior in Costa Rican Spanish and American English», *Kañina, Revista de Artes y Letras*, 23 (3), 121-131.
- HERNÁNDEZ TORIBIO, M.<sup>a</sup> ISABEL y DELTELL ESCOLAR, LUIS (2017): «Cumplidos y halagos en el español peninsular ¿cuestión de términos», *Onomázein*, 37, 188-210.
- HICKEY, LEO (1991): «Comparatively polite people in Spain and Britain», *Association for Contemporary Iberian Studies*, 4, 2-6.
- HOLMES, JANET (1995): *Women, Men and Politeness*, Londres/Nueva York, Longman.
- JAWORSKI, ADAM (1995): «“This is not an empty compliment”: Polish compliments and the expression of solidarity», *International Journal of Applied Linguistics*, 5, 63-94.
- KERBRAT-ORECCHIONI, CATHERINE (1994): *Les interactions verbales. Variations culturelles et échanges rituels*, tomo 3, París, Armand Colin.
- KERBRAT-ORECCHIONI, CATHERINE (1996): *La conversation*, París, Seuil.
- MAÍZ-ARÉVALO, CARMEN (2010): «Intercultural pragmatics: A contrastive analysis of compliments in English and Spanish», en M.<sup>a</sup> L. Blanco Gómez y J. Marín Arrese (eds.), *Discourse and Communication: Cognitive and Functional Perspectives*, Madrid, Universidad Rey Juan Carlos, págs. 175-208.
- MAÍZ-ARÉVALO, CARMEN (2012): «“Was that a compliment?” Implicit compliments in English and Spanish», *Journal of Pragmatics*, 44 (8), 980-996.
- MAÍZ-ARÉVALO, CARMEN (2019): «Los cumplidos», en M.<sup>a</sup> E. Placencia y X. Padilla García (eds.), *Guía práctica de pragmática del español*, Londres, Routledge, págs. 29-39.
- MAÍZ-ARÉVALO, CARMEN y GARCÍA-GÓMEZ, ANTONIO (2013): «“You look terrific!” Social evaluation and relationships in online compliments», *Discourse Studies*, 15 (6), 735-760.
- MALINOWSKI, BRONISLAW (1972): «Phatic communion», en J. Laver y S. Hutcheson (eds.), *Communication in Face-to-Face Interaction*, Harmondsworth, Middlesex, Penguin, págs. 146-152.

- MANCERA RUEDA, ANA y PANO ALAMÁN, ANA (2013a): *El discurso político en Twitter. Análisis pragmalingüístico de mensajes que «trinan»*, Barcelona, Anthropos.
- MANCERA RUEDA, ANA y PANO ALAMÁN, ANA (2013b): *El español coloquial en las redes sociales*, Madrid, Arco/Libros.
- MANCERA RUEDA, ANA y PANO ALAMÁN, ANA (2020): *La opinión pública en la red. Análisis pragmático de la voz de los ciudadanos*, Madrid-Fráncfort, Iberoamericana-Vervuert.
- MANES, JOAN (1983): «Compliments: A mirror of cultural values», en N. Wolfson y E. Judd (eds.), *Sociolinguistics and Language Acquisition*, Rowley, Newbury House, págs. 96-102.
- MANES, JOAN y WOLFSON, NESSA (1981): «The Compliment Formula», en F. Coulmas (ed.), *Conversational Routine: Explorations in Standardized Situations and Prepatterned Speech*, The Hague, Mouton, págs. 115-132.
- NORRICK, NEAL R. (1978): «Expressive illocutionary acts», *Journal of Pragmatics*, 2, 277-291.
- PANO ALAMÁN, ANA (2020): «Complimenting behavior in Spanish political discourse on Twitter», en M.<sup>a</sup> Elena Placencia y Z. R. Eslami (eds.), *Complimenting Behaviour and (Self-)Praise across Social Media. New contexts and new insights*, Ámsterdam, John Benjamins, págs. 145-164.
- PLACENCIA, M.<sup>a</sup> ELENA (2019): «Qué perfección: complimenting behaviour among Ecuadorian teenage girls on Instagram», en E. Ogiermann y P. Garcés-Conejos Blitvich (eds.), *From Speech Acts to Lay Concepts of Politeness. Multilingual and Multicultural Perspectives*, Cambridge, Cambridge University Press, págs. 93-116.
- PLACENCIA, M.<sup>a</sup> ELENA y YÉPEZ, MARIANA (1999): «Compliments in Ecuadorian Spanish», *Revista Lengua*, 9, 83-121.
- PLACENCIA, M.<sup>a</sup> ELENA y FUENTES RODRÍGUEZ, CATALINA (2013): «Cumplidos de mujeres universitarias en Quito y Sevilla: un estudio de valoración pragmática regional», *Pragmática Sociocultural*, 1, 100-134.
- PLACENCIA, M.<sup>a</sup> ELENA y LOWER, AMANDA (2013): «*Your kids are stinking cute*. Complimenting behavior on Facebook among family and friends», *Intercultural Pragmatics*, 10, 617-646.
- PLACENCIA, M.<sup>a</sup> ELENA y LOWER, AMANDA (2017): «Compliment and compliment responses», en Ch. R. Hoffmann y W. Bublitz (eds.), *Pragmatics of Social Media*, Berlín/Boston, De Gruyter Mouton, págs. 633-660.
- RAMAJO CUESTA, ANA (2013): «La secuencia del cumplido en los manuales de ELE y de árabe dialectal como lengua extranjera», *Revista Nebrija de Lingüística Aplicada*, 13 [consulta: 18 de agosto de 2020]. Disponible en: <[https://www.nebrija.com/revista-linguistica/files/articulosPDF/articulo\\_532c1e1c66fce.pdf](https://www.nebrija.com/revista-linguistica/files/articulosPDF/articulo_532c1e1c66fce.pdf)>.
- SEARLE, JOHN R. (1979): *Expression and Meaning*, Cambridge, Cambridge University Press.

- SIEBOLD, KATHRIN (2008): «So schön finde ich den gar nicht. La cortesía verbal en los cumplidos y en las respuestas a los cumplidos en español y en alemán», en A. Briz Gómez *et al.* (eds.), *Cortesía y conversación: de lo escrito a lo oral*, Valencia/Estocolmo, EDICE, págs. 318-342.
- SIFIANOU, MARIA (2001): «“Oh! How Appropriate!” Compliments and Politeness», A. Bayraktaroglu y M.<sup>a</sup> Sifianou (eds.), *Linguistic Politeness across Boundaries: The Case of Greece and Turkish*, Amsterdam, John Benjamins, págs. 391-430.
- VANDERVEKEN, DANIEL (1990): *Meaning and Speech Acts: Principles of Language Use*, vol. 1, Cambridge, Cambridge University Press.
- WOLFSON, NESSA (1981): «Compliments in cross-cultural perspective», *TESOL Quarterly*, 15 (2), 117-124.